

# **Diagnóstico para la implementación del turismo en la comunidad de Galeras y estudio de prefactibilidad de subproyecto específico**

**Douglas Aristides Fuentes Salguero**

**ZAMORANO**

Departamento de Desarrollo Rural

Diciembre, 1998

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.



---

Douglas Aristides Fuentes Salguero

Zamorano, Honduras  
Diciembre, 1998

## DEDICATORIA

A Dios por permitirme este triunfo.

A mi madre pues sin ella nada de esto hubiera sido posible.

A mi patria querida, para quien espero sea de provecho todo lo que he aprendido.

## AGRADECIMIENTOS

A mis asesores Iván Rodríguez, Jorge Moya, Oscar Díaz, Marco Mejía, Isabel Pérez y Silvia Chaluckian por haberme orientado para lograr que este estudio se realizara de la mejor manera.

A Luis Pérez, Leslie Salgado y todo el personal de PROEMPRESAH y DDR por su paciencia y amistad.

A Marcos Rojas por su orientación y preocupación para con la presente tesis y mi persona.

A Isabel Pérez y Silvia Chaluckian por su orientación y paciencia al inicio de este estudio.

A Marco Mejía y el Proyecto UNIR por el apoyo incondicional prestado a las actividades de este estudio.

A Erasmo Sosa por la excelente orientación que brindó sobre el turismo.

A mis amigos y colegas zamoranos.

## AGRADECIMIENTO A PATROCINADORES

Agradezco al Banco Central de Reserva de El Salvador por el financiamiento brindado para continuar mis estudios en el Programa de Ingeniería Agronómica.

Agradezco al Departamento de Desarrollo Rural por el financiamiento brindado para continuar mis estudios en el Programa de Ingeniería Agronómica.

Agradezco al Banco Hipotecario de El Salvador por contribuir financieramente para la realización de mis estudios en el Programa de Agrónomo.

## RESUMEN

Fuentes, Douglas 1998. Diagnóstico para la implementación del turismo en la comunidad de Galeras y estudio de prefactibilidad de subproyecto específico. Proyecto Especial del Programa de Ingeniero Agrónomo, Zamorano, Honduras. 94 pp.

La aldea de Galeras, ubicada en el municipio de Guinope, departamento de El Paraíso, Honduras, posee recursos que pueden ser explotados turísticamente por grupos organizados por la comunidad o por empresarios. Esto podría ser una fuente de ingresos sostenible si se les da un adecuado manejo. Realizando una investigación acción con la técnica de diagnóstico rural participativo, se obtiene la percepción de los miembros de la comunidad sobre ellos mismos y sobre el desarrollo turístico, los lugares con atractivo turístico de la comunidad y un listado de las posibles actividades relacionadas con el turismo en las que la comunidad muestra interés en trabajar. De estas actividades se selecciona el establecimiento de un restaurante de comida típica hondureña manejado por un grupo de la comunidad como una de las actividades de mayor importancia y prioridad. A esta idea se le realiza un estudio de prefactibilidad para determinar la viabilidad del proyecto. Se concluye que Galeras posee atractivos que pueden ser explotados racionalmente, pero se necesita de la organización de la comunidad. El establecimiento de un restaurante de comida típica hondureña manejado por un grupo de la comunidad es una actividad técnicamente viable y podría generar beneficios sociales como aumento de ingresos, capacitación, generación de empleo femenino y prestaciones laborales. Siguiendo un patrón tradicional y poco arriesgado, igual que los comedores locales, el proyecto obtendría una baja rentabilidad, pero si se aprovechan las oportunidades del entorno, especialmente si se alcanza una alta participación en el mercado y se fijan precios convenientes, se podrían generar ingresos sorprendentemente altos.

**Palabras claves:** Turismo rural, restaurante de comida típica hondureña, organización comunal, investigación acción, diagnóstico rural participativo.

## Nota de Prensa

### VISITE GALERAS, DONDE EL AGUA Y LA BUENA COMIDA NUNCA HARAN FALTA.

**H**onduras posee muchas pequeñas comunidades pintorescas que poseen atractivos escondidos que no han sido explotados por el turismo. Una de estas comunidades es Galeras, ubicada a tan sólo 42 kilómetros al oriente de la ciudad de Tegucigalpa; es la aldea más importante del municipio de Güinope, departamento de El Paraíso.

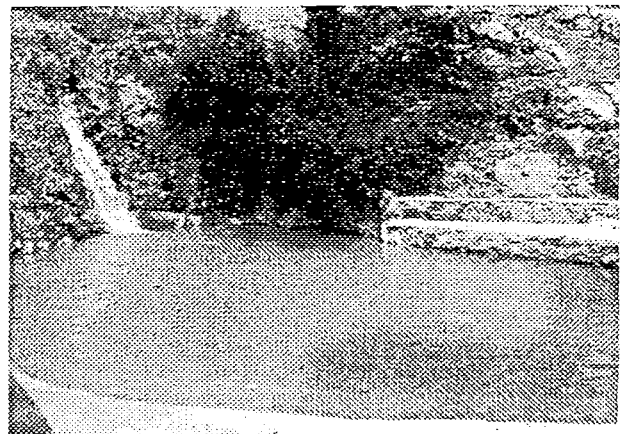


*Finca Hueso Quebrado*

Galeras se caracteriza por sus manantiales de agua que no se secan durante todo el año, siendo estas ideales para refrescarse durante los meses más cálidos. Entre estos se encuentra el balneario los chorros donde con agua que brota en el lugar se forman posas y cascadas, siendo una de 10 metros de alto; la quebrada el molino que posee posas construidas por los Galereños y cascadas de hasta 10 metros de alto; y el río Yeguaré y Eliotuna que forma grandes posas en su cause.

Además de disfrutar la naturaleza de Galeras se puede consumir sus productos y disfrutar de la comida de los comedores locales.

Galeras ofrece maravillosos ríos, cascadas, quebradas, fuentes cristalinas donde puede darse un buen chapuzón al amparo de la naturaleza. Su clima es agradable por las montañas que lo rodean siendo el aire fresco y puro. Su gente es alegre, servicial y gentil. Sus campos permanecen verdes durante todo el año produciendo granos básicos hortalizas y mangos. Sus fincas y casas de campo ofrecen comodidades para tomar un descanso olvidándose de la civilización.



*Balneario Los Chorros*

Zamorano se ha lanzado a descubrir los atractivos escondidos de comunidades como Galeras y ha estado muy interesado en promover el turismo en la zona, especialmente el agroturismo que es “cualquier tipo de turismo desarrollado en un área rural”.

Para poder desarrollar el turismo de manera sostenible en Galeras se ha motivado a la población y se ha levantado un censo de los lugares con atractivo turístico. Los Galereños muestran interés en desarrollar varias actividades para fomentar el turismo como lo es la construcción de un parque comunitario y el establecimiento de un restaurante de comida típica hondureña.

El establecimiento de un restaurante de comida típica hondureña podría ofrecer alimentos de calidad a los amantes del sabor casero. Esta actividad manejada de una manera poco arriesgada no resultaría muy rentable, pero si se logra introducir en el mercado actual y vender a precios adecuados, se podrían generar resultados extraordinarios con el consiguiente beneficio para las poblaciones locales.

## CONTENIDO

|                                                |          |
|------------------------------------------------|----------|
| Portadilla.....                                | i        |
| Autoría.....                                   | ii       |
| Páginas de firmas.....                         | iii      |
| Dedicatoria.....                               | iv       |
| Agradecimientos.....                           | v        |
| Agradecimiento a Patrocinadores.....           | vi       |
| Resumen.....                                   | vii      |
| Nota de prensa.....                            | viii     |
| Contenido.....                                 | x        |
| Indice de Cuadros.....                         | xiii     |
| Indice de Figuras.....                         | xv       |
| Indice de Anexos.....                          | xvi      |
| <br>                                           |          |
| <b>1. INTRODUCCION.....</b>                    | <b>1</b> |
| 1.1 OBJETIVO GENERAL.....                      | 1        |
| 1.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....                 | 2        |
| <br>                                           |          |
| <b>2. REVISION DE LITERATURA.....</b>          | <b>3</b> |
| 2.1 INVESTIGACION SOCIAL.....                  | 3        |
| 2.1.1 Investigación tradicional.....           | 3        |
| 2.1.2 Investigación participativa.....         | 3        |
| 2.1.2.1 Planificación participativa.....       | 6        |
| 2.1.2.2 Investigación-acción.....              | 6        |
| 2.1.3 Diagnóstico rural participativo.....     | 7        |
| 2.2 TURISMO.....                               | 9        |
| 2.2.1 Tendencia del Turismo Internacional..... | 10       |
| 2.2.2 Turismo alternativo.....                 | 10       |
| 2.2.3 Turismo sostenible.....                  | 11       |
| 2.2.4 Tipos de turismo.....                    | 12       |
| 2.2.4.1 Ecoturismo.....                        | 12       |
| 2.2.4.2 Turismo de la naturaleza.....          | 14       |
| 2.2.4.3 Agroturismo.....                       | 15       |
| 2.2.4.4 Turismo científico.....                | 18       |
| 2.2.4.5 Turismo religioso.....                 | 18       |
| 2.2.4.6 Turismo minero.....                    | 18       |
| 2.3 ESTUDIO DE PROYECTOS.....                  | 19       |
| 2.3.1 Preparación del proyecto.....            | 20       |
| 2.3.1.1 El estudio de mercado.....             | 20       |
| 2.3.1.2 Estudio técnico del proyecto.....      | 20       |
| 2.3.1.3 El estudio administrativo y legal..... | 20       |

|           |                                                            |           |
|-----------|------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.3.1.4   | El estudio financiero .....                                | 20        |
| 2.3.2     | Evaluación del proyecto .....                              | 21        |
| 2.3.2.1   | Análisis de riesgo .....                                   | 21        |
| 2.3.2.2   | Análisis de sensibilidad .....                             | 21        |
| <b>3.</b> | <b>MATERIALES Y METODOS .....</b>                          | <b>22</b> |
| 3.1       | RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN SECUNDARIA .....                | 22        |
| 3.2       | INVESTIGACIÓN-ACCIÓN .....                                 | 22        |
| 3.2.1     | Motivación pre-diagnóstico .....                           | 23        |
| 3.2.2     | Consulta comunitaria .....                                 | 24        |
| 3.2.3     | Diagnóstico rural participativo .....                      | 24        |
| 3.2.4     | Identificación de sub-proyectos .....                      | 25        |
| 3.2.5     | Estudio de prefactibilidad de subproyecto específico ..... | 25        |
| 3.2.6     | Contactos con instituciones y empresarios .....            | 25        |
| <b>4.</b> | <b>RESULTADOS Y DISCUSION .....</b>                        | <b>26</b> |
| 4.1       | INTERCAMBIO GÜINOPE-GALERAS .....                          | 26        |
| 4.2       | REUNIÓN DE MOTIVACIÓN INICIAL EN GALERAS .....             | 28        |
| 4.3       | CONSULTA COMUNITARIA .....                                 | 29        |
| 4.4       | DIAGNÓSTICO RURAL PARTICIPATIVO .....                      | 31        |
| 4.4.1     | Conceptos turísticos que la población posee .....          | 31        |
| 4.4.2     | Beneficios percibidos del desarrollo turístico .....       | 32        |
| 4.4.2.1   | Beneficios económicos .....                                | 32        |
| 4.4.2.2   | Beneficios sociales .....                                  | 32        |
| 4.4.2.3   | Beneficios culturales .....                                | 32        |
| 4.4.2.4   | Beneficios ambientales .....                               | 33        |
| 4.4.3     | Atractivos turísticos identificados en Galeras .....       | 33        |
| 4.4.3.1   | Balneario Los Chorros .....                                | 33        |
| 4.4.3.2   | Finca Hueso Quebrado .....                                 | 34        |
| 4.4.3.3   | Parque Comunitario de Galeras .....                        | 35        |
| 4.4.3.4   | Comedor El Rinconcito .....                                | 37        |
| 4.4.3.5   | Pozas de Renán Andino .....                                | 38        |
| 4.4.3.6   | La Cascadita .....                                         | 38        |
| 4.4.3.7   | El Chorro .....                                            | 38        |
| 4.4.3.8   | Otros .....                                                | 39        |
| 4.4.4     | Análisis FODA de Galeras .....                             | 40        |
| 4.4.4.1   | Fortalezas .....                                           | 40        |
| 4.4.4.2   | Oportunidades .....                                        | 42        |
| 4.4.4.3   | Debilidades .....                                          | 42        |
| 4.4.4.4   | Amenazas .....                                             | 43        |
| 4.4.5     | Listado de posibles subproyectos .....                     | 43        |
| 4.5       | ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD DE SUBPROYECTO .....            | 44        |
| 4.5.1     | Estudio de mercado .....                                   | 45        |
| 4.5.1.1   | Descripción del servicio de restaurante .....              | 45        |

|         |                                                                                                                      |    |
|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.5.1.2 | Análisis de la demanda.....                                                                                          | 45 |
| 4.5.1.3 | Análisis de la oferta .....                                                                                          | 48 |
| 4.5.1.4 | Análisis de precios .....                                                                                            | 50 |
| 4.5.1.5 | Plan de mercadotecnia .....                                                                                          | 50 |
| 4.5.2   | Estudio técnico .....                                                                                                | 52 |
| 4.5.2.1 | Localización .....                                                                                                   | 52 |
| 4.5.2.2 | Tamaño y diseño del restaurante .....                                                                                | 53 |
| 4.5.2.3 | Proceso productivo.....                                                                                              | 54 |
| 4.5.2.4 | Tecnología seleccionada .....                                                                                        | 56 |
| 4.5.2.5 | Programa de ejecución y puesta en marcha .....                                                                       | 63 |
| 4.5.3   | Estudio Económico-Financiero .....                                                                                   | 64 |
| 4.5.3.1 | Presupuesto de inversión .....                                                                                       | 64 |
| 4.5.3.2 | Presupuesto de ingresos.....                                                                                         | 66 |
| 4.5.3.3 | Presupuesto de egresos.....                                                                                          | 67 |
| 4.5.3.4 | Flujo de caja .....                                                                                                  | 68 |
| 4.5.4   | Estudio organizacional y legal.....                                                                                  | 69 |
| 4.5.4.1 | Tipo de empresa recomendable .....                                                                                   | 69 |
| 4.5.4.2 | Estructura organizacional .....                                                                                      | 70 |
| 4.5.4.3 | Procedimiento de repartición de utilidades .....                                                                     | 72 |
| 4.5.4.4 | Normas legales .....                                                                                                 | 72 |
| 4.5.5   | Evaluación del proyecto.....                                                                                         | 73 |
| 4.5.5.1 | Evaluación técnica .....                                                                                             | 73 |
| 4.5.5.2 | Evaluación financiera.....                                                                                           | 73 |
| 4.5.5.3 | Evaluación organizacional.....                                                                                       | 80 |
| 4.5.5.4 | Impacto social .....                                                                                                 | 80 |
| 4.6     | CONTACTOS CON INSTITUCIONES Y EMPRESARIOS .....                                                                      | 81 |
| 4.6.1   | Reunión con personal del Instituto Hondureño de Turismo .....                                                        | 81 |
| 4.6.2   | Visita a los talleres del Instituto Hondureño de<br>Formación Profesional .....                                      | 81 |
| 4.6.3   | Contacto con profesores y estudiantes de educación ambiental<br>de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras..... | 82 |
| 4.6.4   | Contacto con el Cluster de Empresarios de Turismo del Yeguaré.....                                                   | 82 |
| 4.6.5   | Contactos con empresarios de la zona.....                                                                            | 83 |
| 5.      | CONCLUSIONES .....                                                                                                   | 84 |
| 6.      | RECOMENDACIONES .....                                                                                                | 85 |
| 7.      | BIBLIOGRAFIA.....                                                                                                    | 86 |
| 8.      | ANEXOS.....                                                                                                          | 89 |

## INDICE DE CUADROS

### Cuadro

|     |                                                                                                                                 |    |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1.  | Matriz de lugares turísticos de Galeras.....                                                                                    | 39 |
| 2.  | Horario de buses que circulan en Galeras.....                                                                                   | 41 |
| 3.  | Importancia y prioridad de las actividades relacionadas con el turismo en las que la población de Galeras muestra interés ..... | 43 |
| 4.  | Cantidad aproximada de personas que visitan los comedores de la zona. ....                                                      | 46 |
| 5.  | Distribución de las ventas actuales de acuerdo al tipo de plato .....                                                           | 46 |
| 6.  | Afluencia de visitantes a Galeras por mes.....                                                                                  | 47 |
| 7.  | Porcentaje de participación de mercado meta para el restaurante.....                                                            | 49 |
| 8.  | Cantidad de clientes esperados por tipo de día. ....                                                                            | 50 |
| 9.  | Maquinaria y equipo necesario.....                                                                                              | 57 |
| 10. | Cantidad de materias primas para cada tipo de plato y cantidad de bebidas requeridas .....                                      | 57 |
| 11. | Costo por concepto de comida y bebida.....                                                                                      | 58 |
| 12. | Costo de artículos desechables para imprevistos.....                                                                            | 58 |
| 13. | Costo de los insumos para limpieza requeridos por el restaurante.....                                                           | 59 |
| 14. | Sueldo de empleados del restaurante.....                                                                                        | 60 |
| 15. | Tasa de aplicación de las prestaciones y beneficios laborales .....                                                             | 60 |
| 16. | Aportaciones realizadas al RAP-FOSOVI .....                                                                                     | 61 |
| 17. | Cantidad de dinero a utilizar en el fondo de preaviso .....                                                                     | 61 |
| 18. | Cantidad de dinero a utilizar en el fondo de auxilio de cesantía.....                                                           | 62 |
| 19. | Costo de las vacaciones de los empleados .....                                                                                  | 62 |

|     |                                                                                            |    |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 20. | Costo total de la mano de obra .....                                                       | 63 |
| 21. | Inversión fija prevista para el establecimiento del restaurante .....                      | 65 |
| 22. | Factores a tomar en cuenta en la depreciación de los artículos.....                        | 66 |
| 23. | Ingreso por venta de comida.....                                                           | 66 |
| 24. | Ingreso por concepto de bebidas.....                                                       | 67 |
| 25. | Costos de operación .....                                                                  | 67 |
| 26. | Gastos de administración .....                                                             | 68 |
| 27. | Flujo de caja sin financiamiento.....                                                      | 68 |
| 28. | Flujo de caja con aportaciones de socios .....                                             | 69 |
| 29. | Valores asignados a las variables.....                                                     | 75 |
| 30. | Valores máximos y mínimos del VAN y la TIR .....                                           | 78 |
| 31. | Recorrido realizado con profesores y estudiantes de educación<br>ambiental de la UNAH..... | 82 |

## INDICE DE FIGURAS

### Figura

|     |                                                                                     |    |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1   | Diagrama de causa y efecto de los problemas socioeconómicos de Galeras .....        | 30 |
| 2.  | Piscina del Balneario los Chorros.....                                              | 33 |
| 3.  | Casa de finca Hueso Quebrado. ....                                                  | 34 |
| 4.  | Estanques para pesca en finca Hueso Quebrado. ....                                  | 35 |
| 5.  | Obras construidas en Parque Comunitario de Galeras.....                             | 37 |
| 6.  | Pozas de Renán Andino. ....                                                         | 38 |
| 7.  | Diagrama de las principales áreas del restaurante .....                             | 54 |
| 8.  | Diagrama gráfico del flujo de procesamiento de los alimentos .....                  | 55 |
| 9.  | Estructura organizacional del restaurante.....                                      | 70 |
| 10. | Indice de sensibilidad de las variables que influyen en el VAN del restaurante..... | 76 |
| 11. | Indice de sensibilidad de las variables que influyen en la TIR del restaurante..... | 77 |
| 12. | Probabilidad acumulada de obtener un VAN determinado .....                          | 79 |
| 13. | Probabilidad acumulada de obtener diferentes TIR.....                               | 80 |

## INDICE DE ANEXOS

### Anexos

|    |                                                                                                              |    |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. | Carta de invitación a talleres .....                                                                         | 90 |
| 2. | Listado de personas asistentes a la reunión de intercambio<br>Güinope-Galeras.....                           | 91 |
| 3. | Listado de personas asistentes a los talleres realizados en Galeras ....                                     | 92 |
| 4. | Diseño del Parque Comunitario de Galeras .....                                                               | 93 |
| 5. | Lista de personas interesadas en las actividades prioritarias<br>en beneficio del desarrollo turístico ..... | 94 |

#### **4.6.5 Contactos con empresarios de la Zona**

Las miembras del grupo de mujeres Unión y Esfuerzo de Galeras convinieron con el Sr. Mario López, gerente propietario del Turicentro Oasis de San José, la venta del jabón de sábila que ellas producen. El Turicentro Oasis de San José en su apertura en diciembre de 1998 contará con un hotel de montaña en el cual se impulsará los productos locales al mercado de turistas nacionales e internacionales que hagan uso de dicho servicio.

## **1. INTRODUCCION**

Las zonas rurales de países como Honduras cuentan con muchos atractivos que pueden ser explotados turísticamente de una manera sostenida. Para que dicha explotación turística sea sostenible se debe involucrar directamente a las poblaciones locales, las cuales deben ser organizadas y deben de obtener beneficios del arribo de turistas para sentirse motivadas a cuidar y valorizar estos recursos.

Una comunidad con potencial turístico es la comunidad de Galeras, la cual se encuentra ubicada en el municipio de Güinope, departamento de El Paraíso, a 42 kilómetros al oriente de Tegucigalpa. Esta comunidad posee un clima agradable y cuenta con atractivos naturales, entre ellos muchas fuentes de agua que forman posas y cascadas que pueden atraer turistas locales y regionales.

Al organizar a la comunidades para que trabajen en proyectos turísticos se generaría una fuente sostenible de ingresos para la economía local. Esto en conjunto con actividades económicas compatibles con el turismo traería desarrollo comunitario sostenible ya que diversificaría la economía local, formaría empresas comunales y privadas y generaría enorgullesimiento de la comunidad.

Los turistas preferirían estos lugares turísticos pues se les ofrecería un trato familiar y personalizado, lo que les permitiría tomar unas vacaciones tranquilas.

Además, al desarrollarse el turismo en la comunidad se estaría proporcionando a las familias de Galeras lugares donde puedan recrearse sanamente, realizar actividades sociales, culturales y políticas, lo que podría generar bienestar social y mayor convivencia de grupos informales, lo que traería a su vez mayor unión en la aldea y una mejora en la calidad de vida.

Cabe mencionar que la realización de proyectos comunitarios en Galeras se tiene que afrontar limitantes como apatía, lentitud en el trabajo comunitario y desaprobación del trabajo hecho por los demás. Esto se debe al bajo espíritu comunitario y a la poca solidaridad existente en la aldea.

### **1.1 OBJETIVO GENERAL**

Diagnosticar participativamente el potencial turístico de Galeras y sentar las bases para su implementación.

## **1.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

Identificar recursos naturales y paisajes agrícolas que posean potencial turístico en Galeras y que puedan ser explotados racionalmente por la comunidad de Galeras.

Definir actividades productivas orientadas al mercado turístico e identificar los mecanismos para impulsar dichas actividades.

Promover la organización de la población de Galeras fomentando la cooperación e interacción entre los miembros de la comunidad, tratando de elevar su motivación para la realización de actividades comunales que apoyen la consecución de objetivos comunes.

Fomentar la creación de vínculos entre empresarios y grupos organizados de la aldea con ONG's e instituciones que trabajan en el área de turismo, para capacitar a estos grupos organizados y empresarios en las áreas de conocimiento que tengan más deficiencias y que sean más necesarias para el desarrollo turístico, así como para lograr la consecución de financiamiento.

Desarrollar estudios de prefactibilidad de 1 ó 2 subproyectos turísticos seleccionados.

## **2. REVISIÓN DE LITERATURA**

Para un mayor entendimiento de este estudio, es necesario considerar algunos conceptos básicos en los que se fundamenta. La literatura revisada se presenta en tres secciones, las cuales son investigación social, turismo y estudio de proyectos.

### **2.1 INVESTIGACION SOCIAL**

Cuando se realiza una investigación en la que se involucra a comunidades, la investigación puede ser manejada de una manera tradicional o de una manera participativa.

#### **2.1.1 Investigación tradicional**

La investigación científica, clásica o tradicional según Celis (1988) es la única forma de origen, crecimiento y progreso del conocimiento, teniendo como objetivo central la problematización, no la transformación de la realidad, lo que es un objetivo secundario o consecuencial. Lo importante es alcanzar el conocimiento, problematizar, cuestionar, dudar, revisar teorías y volverlas a cuestionar, a verificar o a cambiar. En resumen conocer por conocer (p. 125).

En este tipo de investigación el investigador llega como un observador ajeno al objeto investigado. (Moreno, 1992, p. 12)

#### **2.1.2 Investigación participativa**

La investigación participativa ha sido definida por Grossi (1988, p. 69) como “un enfoque en la investigación social mediante el cual se busca la plena participación de la comunidad en el análisis de su propia realidad con el objeto de promover transformación social para el beneficio de los participantes de la investigación”. Esta transformación se da a través de la organización de clases dominadas (Rubín, 1988, p. 127).

En la investigación participativa el investigador entiende que el objeto de estudio es a la vez sujeto de conocimiento y no solamente de acción, que posee una serie de experiencias y una teoría sobre si mismo de modo que decide asociarse al grupo para compartir la teoría y no sólo recoger información (Moreno, 1992, p. 12). Todos los involucrados en el proyecto de desarrollo adquieren conocimiento (Depienne, 1992, p. 23).

Por otro lado, investigación participativa es descrita como una actividad integrada que combina la investigación social, el trabajo educativo y la acción. (Hall, 1983, p. 19).

Los principios básicos sobre investigación participativa de acuerdo a Depienne (1992, p. 23) son:

- Toda intervención exógena para el desarrollo de una colectividad exige una participación activa del medio en el proceso de intervención.
- La capacidad de progresión de un grupo social hacia la solución de sus problemas se adquiere a través de la introducción de un proceso de reintroducción en el sistema de los resultados de la acción realizada (los beneficiarios, junto con los técnicos de un proyecto investigan su progreso).

Silveira (1983, citado por el Instituto Colombiano Agropecuario, p. 7), Hall (1983, pp. 19-20), Rubín (1988, p. 127), De Shutter (1985, p. 173), Freire (1978, pp. 2-7 citado por De Shutter, 1985, p. 174), Fals (1988, pp. 62-63) y Cohen (1988, pp. 88-89) mencionan que la investigación participativa posee las siguientes características:

- El pueblo se autoinvestiga y pone en marcha un mecanismo de autoanálisis.
- El problema de investigación tiene su origen en la propia comunidad y es ésta quien lo define, analiza y resuelve, siendo el objetivo la gente misma, no el adelanto de la ciencia.
- La meta final de la investigación participativa es la transformación estructural y el mejoramiento del nivel de vida de la población, beneficio que debe ser inmediato y directo para una comunidad.
- Implica que todas las personas de la comunidad o del grupo en donde se está llevando a cabo la actividad, deben involucrarse y llevar el control de todo el proceso de investigación, desde la formulación del problema hasta la discusión de soluciones y resultados, participando activamente en la toma de decisiones y en la ejecución de una o más fases de un proceso de investigación.
- Se enfoca al trabajo con un amplio rango de grupos explotados u oprimidos, inmigrantes, trabajadores, mujeres y grupos indígenas.
- Los individuos involucrados en el proceso deben estar conscientes de su propias habilidades y recursos, es decir que tengan mayor conciencia de sí mismos, para poder brindarles el apoyo necesario para su organización y movilización.
- El termino investigador se refiere tanto a las personas que integran la comunidad, como a las especialistas investigadores. Las personas actúan como si fueran investigadores y los investigadores especializados deben considerarse como participantes y aprendices de un proceso que conduce a la militancia más que al desinterés o a la división entre guías y guiados.
- Es formadora pues es una experiencia educativa total que sirve para establecer necesidades de la comunidad y aumentar la conciencia y el compromiso dentro de ésta.
- Es un proceso dialéctico, un diálogo en el tiempo y no un retrato estático de un determinado punto en el tiempo.
- El objetivo en el proceso investigativo, así como el objeto del proceso educativo, deberá ser la liberación de las potencialidades creadoras de los individuos y la movilización de recursos humanos para la solución de problemas sociales, siendo el objetivo último de la

investigación la transformación radical de la realidad social y la mejora del nivel de las personas inmersas en esa realidad. Los beneficiarios de la investigación serán los propios miembros de la comunidad.

- Es un proceso investigativo que tiene implicaciones ideológicas.
- Se trata de un método de investigación más científico porque la participación de la comunidad en el proceso de investigación permite un análisis más exacto y autentico de la realidad social
- La investigación participativa entraña la participación plena y activa de la comunidad en la totalidad del proceso de investigación.

Para Freire (1978, p. 5 citado en De Shutter, 1985, pp. 262-263) la investigación participativa posee las siguientes etapas:

- a. Análisis de todas las investigaciones precedentes y consideraciones de fuentes secundarias.
- b. Delimitación geográfica del área.
- c. Identificación de los problemas institucionales populares y oficiales que pueden colaborar.
- d. Contactos con los líderes
- e. Contactos y discusiones
- f. Formulación de un plan de acción conjunta

Aunque según el ejemplo del diseño de investigación sobre formas de organización social en la zona lacustre de Pátzcuaro, Michoacán, México (elaborado por De Shutter en ejecución con el Centro Regional de Educación de Adultos y Alfabetización Funcional para América Latina CREFAL) el proceso de investigación participativa contempla las siguientes etapas:

- I. Con base en el conocimiento global de la zona o comunidad, se formulan propuestas provisionales de temas que pueden responder a los problemas y las necesidades de la misma.
- II. Investigación conceptual y documental por parte del equipo de trabajo.
- III. Delimitación de la zona de trabajo y selección de grupos.
- IV. Investigación práctica de campo junto con las organizaciones. Esta etapa incluye:
  - A. Contactos con las dependencias del Estado.
  - B. Contactos con los organismos de la zona.
  - C. Determinación del universo de la investigación.
  - D. Contactos informales entre investigadores y grupos.
  - E. Reuniones formales con miembros de la comunidad.
  - F. El Investigador se orienta y pone al día sus conocimientos sobre el grupo específico.
  - G. Motivación a un grupo selecto.
  - H. Definición de los objetivos específicos de la investigación con base en las inquietudes y problemas planteados anteriormente.
  - I. Definición de los temas y problemas prioritarios.
  - J. Planteamiento del problema (necesidades de capacitación).
  - K. La selección de las técnicas para la recopilación de información.
  - L. Recolección de información aportada por la comunidad.

- M. Codificación y clasificación de los datos.
- N. Análisis e interpretación de los resultados.
- O. Presentación de los resultados de la investigación y la formulación de recomendaciones.
- P. Programación de nuevas acciones.

**2.1.2.1 Planificación participativa.** De acuerdo a Cohen (1988, p. 91) planificación participativa es la forma de concreción de la investigación participativa. La planificación es importante en el proceso de la toma de decisiones lo que implica la planificación como un proceso de generación de conocimiento sobre la cual ésta descansa.

**2.1.2.2 Investigación-acción.** Investigación acción es una metodología de investigación participativa cuyo nombre viene de investigación que es la producción de conocimientos y la acción que es la modificación intencional de una realidad dada. (De Shutter, 1985, p. 173).

Investigación-acción es “un método de trabajo de los agentes de desarrollo, técnicos, cultivadores, de todos aquellos involucrados, durante toda su vida en las actividades de producción... con el que tratan de cambiar la comunidad. Es una técnica porque permite comprender las realidades de las comunidades rurales” (Pierre y Grandoit, 1998, p. 142).

Investigación acción surge a raíz de la desilusión del investigador al existir una investigación desligada de la realidad y de las acciones sociales (De Shutter, 1985 p. 173), por lo que el investigador se da cuenta que su propia teoría no es completa y que no es posible adentrarse en el objeto de estudio mientras no participe y se comprometa en alguna forma, en la vía de sus estudiados. Por eso trata de incorporarse al grupo y a su actividad, como si fuera un miembro más, a fin de captar mejor la visión interna. (Moreno, 1992 p. 12)

Para Pierre y Grandoit (1988) la investigación-acción permite recopilar todas las informaciones sobre la conformación, estructura y las relaciones de producción en la comunidad, y todas estas informaciones se deben devolver a la comunidad una mejor comprensión de su realidad en vista de un cambio durable realizado por ella y para ella (p. 143).

El objetivo de la investigación-acción es aclarar las intenciones de la gente que actúa y analiza las relaciones de comunicación y de las estructuras sociales a partir de sus acciones (De Shutter, 1985.p. 176). El conocimiento práctico es el comienzo de la investigación-acción no el objetivo (Moser, 1978 p 153 citado por De Shutter, 1985.)

Las ventajas de la investigación-acción mencionadas en De Shutter (1985, p. 181) son:

- El quehacer científico no consiste sólo en la comprensión de los aspectos de la realidad existente, sino también en la identificación de las fuerzas sociales y las relaciones que están detrás de la experiencia humana.
- No hay mucho énfasis en el empleo del instrumental técnico de estadísticas y de muestreo.
- Permite la generación de nuevos conocimientos al investigador y a los grupos involucrados.
- Permite la movilización y el reforzamiento de las organizaciones de base.
- Permite el mejor empleo de los recursos disponibles en base al análisis crítico de las necesidades y las opciones de cambio.

También en la misma fuente se documentan algunas de las limitaciones de la investigación-acción (p. 181): 1.) sólo existen algunos principios generales; 2.) no existe todavía un núcleo propio de principios metodológicos y una epistemología que guíen las muy diversificadas acciones y prácticas investigativas.

Puede existir investigación acción sin que la población participe activamente en la investigación propiamente dicha. En este caso el investigador toma el papel de suministrador de información (que el mismo busca, según su criterio, sobre temas seleccionados por él y de acuerdo a su propia interpretación) para guiar o dirigir una acción específica (De Shutter, 1985, p. 176).

### **2.1.3 Diagnóstico rural participativo**

Diagnóstico rural participativo (DRP) según Tillmann y Salas (1994) “es un proceso de investigación colectiva en la cual la comunidad y un equipo de facilitadores se sienten motivados a generar conocimientos para la elaboración de un plan de acción para el desarrollo local” (p. 55). Con este diagnóstico la población local considera que las actividades desarrolladas son en realidad actividades de ellos mismos (Karremans, 1994).

Las características del DRP para Tillmann y Salas (1994, pp. 59-60), son las siguientes:

- Relativiza el concepto de ciencia.
- Valora el conocimiento campesino.
- Aborda la cuestión del poder.
- Democratiza el saber.
- El investigador también aprende.
- Surge un proceso creativo de generación de conocimiento.
- Tiene las bases éticas, de ser transparente en el proceso, reconocer el saber popular, respeto a las personas, escuchar con atención, compartir los resultados, fomentar el diálogo.

Los conceptos sobre los que se fundamenta el DRP según la misma fuente (p. 59-60) son:

- a. Participación: según Lopera *et. al.* (1988, p. 7) los agricultores deben tomar parte en las decisiones e involucrarse de una manera activa y consiente en los procesos de ajuste de tecnología que se lleven a cabo en las respectivas veredas.

El concepto de participación referido al medio rural en un plano ideal, expresa básicamente el deseo que la población llegue a compartir el poder dentro del sistema social nacional, mediante su intervención efectiva en el proceso de toma de decisiones (UNESCO, 1978 p. 4 citado por De Shutter, 1985 p. 48). Dicho proceso de participación no puede ser efectivo sino existe un grado mínimo de organización en la comunidad (De Shutter, 1985, p. 57-59).

La experiencia demuestra que uno de los mayores obstáculos para la participación de las comunidades rurales en el proceso educativo radica en la dificultad de lograr una movilización efectiva de la población (De Shutter, 1985, p. 48).

- b. Percepción: es un proceso individual de acercamiento a la realidad, interpretada por cada individuo en forma subjetiva.
- c. Visualización: las diferentes percepciones subjetivas se comunican con las palabras, gestos y gráficos, que revelan las imágenes mentales que cada uno posee.
- d. Comunicación dialógica: para conocer como percibe el campesino su realidad y que problemas quiere resolver.
- e. Cooperación: elaboración conjunta de un determinado producto.
- f. Visiones de desarrollo: hacer el proceso de desarrollo endógeno.
- g. Cultura: conjunto de ideas, valores, normas, conocimientos, tecnologías que rigen la vida cotidiana de un grupo que determinan como organizarse para producir, sobrevivir, e incluso como divertirse.
- h. Sabiduría popular: esta ligada a todas las manifestaciones sociales, materiales e ideales de la sociedad.
- i. Negociación y conflicto entre los actores: los actores sociales en el campo no son homogéneos; el desarrollo rural en el campo significa negociar posiciones a favor de los más pobres para construir un futuro mejor.
- j. Enfoque local y global: los problemas globales van afectando la naturaleza y a los grupos, las soluciones locales significan un potencial para superar la crisis global.
- k. Visión del problema: parte del actor social.

Las técnicas usadas en un DRP que se encuentran descritas en Tillmann y Salas (1994, p. 80) son:

- a. Entrevista semiestructurada: se entrevista a individuos acerca de un tema, su experiencia, opinión o la historia autobiográfica.
- b. Observación participante: como el DRP es un proceso de aprendizaje conjunto, el agente externo convive con la comunidad, participa en todas las labores diarias, inclusive en el trabajo manual. En este caso según Moreno (1992 p. 12) el investigador quiere tener visión desde dentro del objeto de estudio.
- c. Moderación de discusión en grupo: con este procedimiento se genera información y se valida en forma conjunta. Es una moderación temática de una reunión grupal para elaborar conocimientos colectivos.

## 2.2 TURISMO

Turismo es una actividad difícil de describir ya que no existe una definición universal. Chad y Wick (1994, citados por Christie y Morrison, 1998) definen turismo como “las actividades de una persona fuera de su ambiente usual por un período específico de tiempo y en el cual el propósito principal de viajar es más que gastar dinero en el lugar visitado”.

Para Christie y Morrison (1998), turismo es la actividad que ocurre cuando la gente viaja, entendiéndose por viaje la actividad que una persona realiza al moverse fuera de su ambiente usual por negocios o placer (p. 8).

A la persona que realiza el viaje se le llama turista. Según la Secretaría de Economía y Comercio de Honduras (1996), turista es la persona nacional o extranjera que, con fines de recreación, descanso u otra actividad lícita, se desplace por el territorio nacional o lo visiten.

Es importante distinguir a un turista de un visitante. Según Christie y Morrison (1998, p. 8) visitantes son personas que realizan un viaje turístico corto, casi no consumen productos de la región y que no pasan la noche en el área de destino (Christie y Morrison, 1998, p. 8). De acuerdo a Sosa (1998, com. pers.<sup>1</sup>) los visitantes no dejan ingresos considerables en la región visitada por lo que no son deseables dentro del desarrollo turístico.

---

<sup>1</sup> Sosa, E. 1998. Gerencia de Ecoturismo. Instituto Hondureño de Turismo.

### 2.2.1 Tendencia del Turismo Internacional

De acuerdo a la Unión Internacional para Conservación de la Naturaleza (UICN, 1993) el turismo en sí es la principal industria civil del mundo. Juega un papel importante en la economía de 125 de los 170 países del mundo, siendo el segundo generador de divisas en países como Costa Rica y Uruguay. Para el año 2000 podría convertirse en la principal fuente de ingresos en todo el mundo, ya que actualmente es la industria que crece más rápido, habiendo crecido un 8.7% durante 1993, según la OMT (1998).

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1998) en 1996 hubo 594 millones de arribos de turistas internacionales que gastaron US\$ 423 billones. Para el año 2000 el número de arribos proyectados por la OMT (1995) y el Programa Ambiental de las Naciones Unidas (PANU, 1992, ambos citados por Goodwin, 1998 com. pers.<sup>2</sup>) serán de 700 millones de personas que generarán 621 billones de US\$, mientras que para diez años más tarde (año 2010) las proyecciones de arribos son de un billón de personas las que generarán 1,550 billones de US\$.

De acuerdo a Morrison (1998, com. pers.<sup>3</sup>) y Budowski (1995, com. pers.<sup>4</sup>) el turismo muestra la siguiente tendencia a nivel mundial:

- Existe una diversidad de motivos para viajar.
- Se ha incrementado el interés de hacer viajes con un motivo en especial de cualquier tipo, incluyendo los que poseen un componente educacional.
- Se ha incrementado la popularidad de nuevos destinos.
- Hay un rápido incremento en el número de operadores de viajes especializados.
- Existe un mayor énfasis en viajeros frecuentes, mujeres y personas de edad.
- Hay una mayor segmentación de mercado y más productos son ofrecidos.
- Hay una creciente preocupación por la suerte de los bosques tropicales.
- Ha bajado el miedo de llegar al trópico.
- Hay mejor accesibilidad y medios de transporte.
- Ha aumentado la importancia de los guías.
- Ha crecido el interés por la conservación y el conocimiento de América Latina.
- La conciencia de la población local hacia su propio patrimonio también ha crecido.

### 2.2.2 Turismo alternativo

El turismo no dista de una industria sin contaminación. La industria turística está siendo culpada por daños ambientales y socioculturales, entre ellos: el ruido producido por aviones, el consumo y desperdicio de agua en los hoteles, los turistas botan basura y contaminan playas, destrucción de la vegetación, lo que causa erosión, degradación de los arrecifes de coral y puesta en peligro a las culturas tradicionalistas al generar conflictos entre los intereses inmediatos de los ricos turistas y la gente local (Beed, 1961, Pigram, 1980; WTO, 1981; Travis, 1982; Jenner y Smith, 1992; Cater y Goodall 1992, UNEP, 1992, citados por Goodwin, 1998. com. pers.<sup>5</sup>).

<sup>2, 4, 5</sup> Goodwin, 1998. Durrell Institute of Conservation and Ecology, University of Kent, Canterbury, U.K.

<sup>3</sup> Morrison, A. 1998 Departamento de Restaurantes, Hoteles y Manejo Turístico. Universidad de Purdue.

<sup>5, 6, 7, 8, 9</sup> Goodwin, 1998. Durrell Institute of Conservation and Ecology, University of Kent, Canterbury, U.K.

Actualmente, como el turismo está disponible a una clientela masiva al existir paquetes de viajes de bajos precios, el efecto de la contaminación por turística es más evidente. Esto a conducido a identificar y promover formas alternativas al turismo de masas. La demanda de este tipo de turismo ha tenido un rápido crecimiento en los últimos años y se espera que tenga un crecimiento aún mucho mayor en los próximos 20 años. Esto ha coincidido con el incremento del número de áreas protegidas, aunque todavía falta mucho por hacer en beneficio de la conservación y de las comunidades locales (Goodwin, 1998, com. pers.<sup>6</sup>).

Según la misma fuente, algunos de los términos utilizados para describir un turismo alternativo al de masas son ecoturismo, turismo responsable, turismo científico, turismo ético, turismo suave, viajes ambientalmente amigables y turismo de bajo impacto.

Para Wheeler (1992, citado por Goodwin, 1998, com. pers.<sup>7</sup>) en el turismo alternativo se dan las siguientes preferencias:

“el visitante es preferido más que el turista; los turistas individuales, más que los grupos; los operadores especializados, más que las grandes compañías; acomodaciones modestas, más que a cadenas hoteleras multinacionales; pequeño, no grande; esencialmente bueno versus malo... quizás la situación verdadera sea mejor expresada como los tipos buenos contra los malos”.

Países subdesarrollados tienen ventajas particulares para atraer turistas alternativos, pues poseen áreas sin desarrollar, tierras ricas, diversidad de hábitats, vida silvestre y han mantenido su diversidad cultural (Goodwin, 1998, com. pers.<sup>8</sup>).

Según la misma fuente, el turismo apropiado y alternativo, es decir de pequeña escala y de propietarios locales, tiene una relevancia considerable en las áreas rurales, debido a que reconoce que las comunidades locales son afectadas por el desarrollo turístico, por lo que busca dar a la comunidad local una voz efectiva en las decisiones sobre como el turismo debería usar el ambiente. Además, busca asegurar una distribución razonable del ingreso y beneficio derivado del ir del turismo en la comunidad.

### **2.2.3 Turismo sostenible**

La OMT (1988, citada por Goodwin, 1998, com. pers.<sup>9</sup>) reconoce que “el ambiente es la base del turismo, pues éste depende de una extensa gama de recursos, tanto para un turismo pasivo como activo”.

El turismo ha sido ampliamente calificado como una de las estrategias primarias para el desarrollo ambiental benigno (Goodwin, 1998, com. pers.<sup>10</sup>). Farrell y McLellan (1987, citados por Goodwin, 1998, com. pers.<sup>11</sup>) añaden que:

---

<sup>10, 11, 12, 13, 14</sup> Goodwin, 1998. Durrell Institute of Conservation and Ecology, University of Kent, Canterbury, U.K.

“En términos del pensamiento moderno y ecodesarrollado, si el turismo es sostenible, significa que han habido pasos hacia el mantenimiento de la integridad del ambiente. Un ambiente saludable e íntegro, significa la posibilidad de un turismo exitoso, el cual, cuando sea manejado adecuadamente, llegará a ser un recurso en su propio derecho”.

La Organización Mundial de Turismo, UNEP y el programa del Hombre y la Biosfera de la UNESCO patrocinaron conjuntamente la Primera Conferencia de Turismo Sostenible en Abril de 1995. La conferencia adoptó una carta, la cual es citada por Goodwin (1998, com. pers.<sup>12</sup>), en la que mencionaban que el desarrollo turístico debería estar basado en el criterio de la sostenibilidad, es decir, que “debiera sonar ecológicamente a largo plazo, ser económicamente viable, y ética y socialmente equitativo para la comunidad local”.

El turismo sostenible requiere que la población hospedera aumente sus estándares de vida y que el turista huésped se sienta satisfecho con el producto para que continúe llegando cada año (Goodwin, 1998, com. pers.<sup>13</sup>). Además, requiere que el ambiente natural se mantenga para que los hospederos y huéspedes lo continúen disfrutando, lo que amerita un cuidadoso manejo, siendo necesario que la población hospedera aprecie el valor económico para proteger un área vulnerable como un destino turístico.

## **2.2.4 Tipos de turismo**

Dentro del turismo existe una gran diversidad de tipos o denominaciones del turismo, entre ellos el ecoturismo, turismo de la naturaleza, agroturismo, turismo científico, turismo religioso y turismo minero.

**2.2.4.1 Ecoturismo.** La Oficina Estadounidense de Contribución Tecnológica del Congreso Americano (1993, citada en Goodwin, 1998, com. pers.<sup>14</sup>) dice que no existe una definición de ecoturismo que halla sido universalmente aceptada, muchas de las definiciones son comúnmente cuestionadas y mucha información y estudios son necesarios para disminuir el impacto del turismo de la naturaleza.

Según Boo (1992) ecoturismo es una palabra muy amplia con diversos significados:

“ ... para algunos es sinónimo de turismo ecológicamente apropiado, mientras que para otros, es sinónimo de turismo de la naturaleza. El ecoturismo significa ambas cosas... y además promueve

la sostenibilidad de los recursos naturales. De esta manera, el ecoturismo se define como el turismo de la naturaleza que promueve la conservación y los esfuerzos para un desarrollo sostenible”.

El Centro Mundial de Viajes y Turismo Ambiental (WTTERC por sus siglas en inglés, 1993) en su Revista *World Travel and Environment* (citada por Goodwin, 1998, com. pers.<sup>15</sup>) definen ecoturismo como “turismo con el motivo específico de disfrutar la vida silvestre o las áreas naturales sin desarrollo”, no haciendo distinción entre ecoturismo y turismo basado en la naturaleza en esta definición.

Ziffer (1989, citado por Goodwin, 1998, com. pers.<sup>16</sup>) ofrece una definición la cual combina motivación, filosofía, conducta y beneficio económico para la conservación:

“Ecoturismo es una forma inspirada primariamente por la historia natural de un área, incluyendo las culturas indígenas. El ecoturista visitan áreas relativamente sin desarrollar con el espíritu de apreciación, participación y sensibilidad. Las prácticas ecoturísticas son un uso de no consumo de la vida silvestre y los recursos naturales, además, contribuyen al financiamiento o a las labores del área visitada animados por el directo beneficio de la conservación del sitio y el bienestar económico de los residentes locales”.

La Sociedad Americana de Ecoturismo tiene una definición de ecoturismo en la que se combinan las actividades ecológicas con las culturales, definiendo turismo como “el propósito de viajar a áreas naturales para comprender la cultura y la historia natural del ambiente, teniendo cuidado de no alterar la integridad del ecosistema, mientras se producen oportunidades económicas que hacen la conservación de los recursos naturales beneficiosa a las poblaciones locales” (Wood, 1991, citado por Goodwin, 1998, com. pers.<sup>17</sup>).

La Estrategia Nacional de Ecoturismo de Australia define ecoturismo como un turismo basado en la naturaleza que involucra la educación y la interpretación del ambiente natural y su manejo para ser ecológicamente sostenible (Commonwealth Department of Tourism, 1994, citado por Goodwin, 1998, com. pers.<sup>18</sup>).

Para el Instituto Hondureño de Turismo, ecoturismo es una “actividad económica que contribuye a la conservación de los recursos ecológicos de una región a través del turismo, con una filosofía de sustentabilidad, a la vez que crea una conciencia, tanto en el visitante como en la población visitada, sobre el desarrollo sostenible de los recursos naturales de una región” (Secretaría de Economía y Comercio de Honduras, 1996).

Una de las definiciones más aceptables es la de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN, 1993), la cual define al ecoturismo como:

“Aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y

---

<sup>15, 16, 17, 18</sup> Goodwin, 1998. Durrell Institute of Conservation and Ecology, University of Kent, Canterbury, U.K.

estudiar los atractivos naturales de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural del presente o del pasado que pueda encontrarse allí a través de un proceso que promueve la conservación; tiene bajo impacto ambiental y cultural, y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales”.

Además del involucramiento de las poblaciones locales, hay otros grupos que participan en el manejo del ecoturismo, los cuales son los funcionarios gubernamentales, el personal de áreas protegida, la industria turística, organizaciones no gubernamentales, instituciones financieras y los consumidores (Boo, 1992, p. v-vi).

De acuerdo a la Secretaría de Turismo de la Provincia de Río Negro, Argentina (SECTUR, 1998), en los últimos años el término ha cobrado vida e interés emergiendo como una verdadera posibilidad y opción factible en búsqueda de la conservación de áreas naturales y culturales con la ventaja importante que con lo producido de esta actividad se benefician las comunidades locales y se promueve el desarrollo sostenible.

Beneficios e impactos negativos del ecoturismo: Lindberg (1991) y Boo (1992) mencionan que los principales beneficios del ecoturismo son:

- Aumento de los fondos destinados a las áreas protegidas y los residentes locales.
- Educación ambiental para los visitantes.
- El turismo genera empleo local, tanto directamente en el sector turismo como en los diversos sectores auxiliares y de gestión de recursos.
- Genera divisas.
- Diversifica la economía local, en las zonas rurales donde el empleo es esporádico o insuficiente.
- Estimula la economía rural creando demanda de productos agrícolas y aportación de capital.
- Estimula el perfeccionamiento de las infraestructuras de transporte y comunicación local, con los consiguientes beneficios para la población local.
- Puesto que la zona viene a ser un escaparate de un país, el gobierno local puede mostrarse interesado en proporcionar recursos suplementarios para fomentar el desarrollo de las zonas vecinas.
- Favorece el entendimiento intercultural y la comunicación entre los pueblos.

Boo (1992) menciona que los impactos negativos del ecoturismo son: a) degradación del medio ambiente, b) desigualdad e inestabilidad económica y, c) cambios socioculturales.

**2.2.4.2 Turismo de la naturaleza.** Lindberg (1991) hace una definición de turismo de la naturaleza en la cual no hace distinción con ecoturismo, esta definición es: “turismo de la naturaleza es viajar a áreas naturales relativamente sin perturbación o contaminación con el objetivo específico de estudiar, admirar y disfrutar del escenario y sus plantas y animales silvestres, como si no existieran manifestaciones culturales (del pasado o del presente) en esas áreas” (p. 3).

Es importante distinguir entre ecoturismo y turismo de la naturaleza. Según Goodwin (1998, com. pers.<sup>19</sup>) turismo de la naturaleza, o basado en la naturaleza, abarca todas las formas de turismo en las que hay diversión con la naturaleza como turismo masivo, turismo de aventura, turismo de bajo impacto, ecoturismo, etc. El turismo de la naturaleza usa recursos naturales en una forma salvaje o sin desarrollar, recursos como especies, hábitat, tierra, escenarios, y fuentes de agua salada y dulce. No todas las formas de turismo de la naturaleza son compatibles la una con la otra y solamente algunas formas de turismo de la naturaleza hacen una contribución positiva a la conservación.

Ventajas: de acuerdo a Goodwin (1998, com. pers.<sup>20</sup>), el turismo de la naturaleza involucra el mercadeo de tierras naturales y vida silvestre. Tiene el potencial de proveer a los países en desarrollo de recursos financieros y motivacionales para levantar esfuerzos en pro de la conservación. Los parques nacionales y las áreas protegidas son los principales recursos para el turismo de la naturaleza, el cual está incrementado su importancia económica, proveyendo intercambio cultural con extranjeros y un retorno económico para la preservación de hábitats naturales y sus especies dependientes.

De acuerdo a Lindberg (1991, p. 1) el turismo de la naturaleza hace dos contribuciones básicas: captación de fondos para la creación y mantenimiento de áreas naturales públicas y privadas a través de entradas, subsidios y donaciones, y la creación de oportunidades económicas que reducen la presión de usurpación en las áreas naturales en busca de comida y fibras.

**2.2.4.3 Agroturismo.** Es cualquier forma de turismo en un área rural basada en los productos agrícolas y métodos de producción, o el estilo de vida de la gente empleada en la agricultura (Morrison, 1998, com. Pers.<sup>21</sup>). Los servicios turísticos de alojamiento y alimentación según la Oficina de Agroturismo de Bizkaia en España (1998), son prestados por parte de agricultores y ganaderos en sus propias granjas y caseríos.

Según la misma fuente los establecimientos rurales dedicados al agroturismo pueden tener diversas modalidades de alojamiento, desde la posibilidad de acampar hasta la forma de alojamiento en cabañas, casonas, apartamentos, albergues, hoteles rurales o compartiendo la misma casa de los dueños.

---

<sup>19, 20, 21</sup> Goodwin, 1998. Durrell Institute of Conservation and Ecology, University of Kent, Canterbury, U.K.

Esta modalidad de turismo de acuerdo a la Secretaria de Turismo de la Provincia de Río Negro de Argentina (1998) se encuentra dentro de lo que todos conocemos como "Ecoturismo", ya que se trata de "ecosistemas culturales" (la naturaleza trabajada por la mano del hombre) que sirven de base al ecoturismo. Al turista adepto a este tipo de turismo le interesa conocer las técnicas productivas y participar de las características y típicas formas de vida y de trabajo en el campo.

De acuerdo a la Biblioteca de Rural Europe (1998) desde los años 80, el número de explotaciones que ofrece este tipo de prestaciones turísticas se ha duplicado en países como Italia, Reino Unido y Francia. El número actual de plazas de este tipo de alojamientos agroturísticos asciende a más de 600,000 en la Europa.

De acuerdo a la misma fuentes el porcentaje de explotaciones agrícolas que propone algún tipo de alojamiento turístico es del 20% en Suecia y Suiza, más del 10% en Austria, 8% en los Países Bajos y en Alemania, 4% en Francia, 2% en Italia y 0.5% en España.

Productos potenciales agroturísticos: según Morrison (1998, com. pers.<sup>22</sup>) son productos potenciales agroturísticos los siguientes:

- Estadía en las granjas, fincas, haciendas ganaderas y pueblos tradicionales.
- Ciclismo de montaña en zonas rurales.
- Elaboración de productos regionales.
- Turismo vinícola.
- Tours y cabalgatas sobre animales o equipo agrícola.
- Visita a áreas de producción agrícola.
- Tiendas, restaurantes, cafeterías y bares con productos agrícolas locales.
- Pesca en granjas con estanques o en lagos.
- Parques hortícolas y jardines botánicos.
- Eventos basados en actividades agrícolas: ferias, espectáculos al aire libre, rodeos, y exhibiciones de animales como perros, caballos, ganado, etc.
- Participación de los visitantes ya sea de una manera pasiva o activa en las actividades agrícolas: cosecha de frutos, arreo de ganado a caballo, pastoreo de ovejas con perros, ordeñado de vacas, cabalgatas para niños a caballo o en ponys, y trabajo en pequeños jardines y granjas en el campo.

Beneficios del desarrollo agroturístico: según la Oficina de Agroturismo de Biskaia en España, la Biblioteca de Rural Europe y Morrison (1998, com. pers.<sup>23</sup>) el agroturismo puede traer los siguientes beneficios:

- Proveen oportunidades para el desarrollo comunitario, la actividad económica y constituye un factor de supervivencia y de desarrollo de la agricultura y la ganadería, de la actividad forestal, la cinegética y la pesca, la recolección de frutos y de setas, etc.

---

<sup>22, 23</sup> Morrison, A. 1998 Departamento de restaurantes, Hoteles y Manejo Turístico. Universidad de Purdue.

- Representa una forma de desarrollo turístico más sostenible, pues se logra diversificar las actividades en el campo y formar empresas familiares con este desarrollo, y esto trae aparejado la disminución de la emigración a los grandes centros poblados fundamentalmente de la gente joven. La misma familia propietaria del establecimiento es la que se dedica a atender a los viajeros acompañados en algunos casos, por algún colaborador externo.
- Contribuye a armonizar los intereses agrarios y la protección del medio ambiente. Como el consumidor de turismo rural se siente atraído por la variedad de los paisajes agrícolas y rurales, la fauna y la flora, la preservación de éstos es una condición para preservar la atracción turística de las zonas rurales, aunque, a menudo, esto implique la implementación de prácticas agrícolas más caras o menos rentables. Así el agroturismo puede constituir para el agricultor, una forma de remuneración de las inversiones que éste efectúa en favor de la gestión del medio ambiente para beneficio de la colectividad.
- Ayuda a la conservación de todo un patrimonio histórico y cultural que la agricultura ha modelado como paisaje rural asociada a diferentes tipos de cultivos y de explotaciones, hábitats y arquitecturas (pueblos, viviendas y edificios rurales, setos, terrazas, tapias, etc.).
- Proporciona un rico patrimonio etnológico: herramientas y maquinaria agrícola, oficios y talleres artesanales, forja, madera, cantería, embalses utilizados para evitar los riesgos de una inundación, pero que pueden tener uso turístico, una arquitectura muy diversificada, un folklore múltiple, una variada gastronomía popular, sin olvidar la gran diversidad de tipos humanos.
- Está relacionado con el turismo nacional e internacional y tiene un mercado especializado que no necesita de medios de comunicación masiva.
- Se pone en valor "lo auténtico", que es lo que este tipo de turista desea consumir, es decir, se muestra la historia, la cultura y costumbres de una región. Las aldeas mantienen su propia identidad agraria y rural ya que hacen una mejor valoración de su producción y de su patrimonio inmobiliario.
- La actividad turística convive con las actividades tradicionales del campo, ya que los aficionados al agroturismo demandan productos agrarios al natural o transformados artesanalmente, típicos de una región. El agroturismo contribuye por esto a la revalorización de los productos locales.
- Se ofrece trato personalizado y familiar en ambientes poco mecanizados, por lo que el visitante se identifica fácilmente con el entorno geográfico y sociocultural que le rodea.
- La capacidad de cada caserío es limitada, lo que permite disfrutar de unas vacaciones tranquilas, sin aglomeraciones, recibiendo un trato familiar y en contacto directo con el mundo rural y la naturaleza.

- El turismo en la granja permite incrementar el valor añadido mediante la venta directa de los productos agrícolas (a precios dos o tres veces más elevados que en el mercado mayorista), y produciendo ingresos a través de la valorización del patrimonio edificado inutilizado en la explotación.

Límites del desarrollo del agroturismo: De acuerdo a la Biblioteca de Rural Europe el agroturismo ocupa un lugar muy débil en proporción al ocupado por el turismo rural (2 % del volumen de ventas del turismo rural) y en el seno mismo de la agricultura (0,3 % del volumen de ventas agrícolas).

Según la misma fuente el problema más grande que presenta el turismo en la granja es que a veces las inversiones son elevadas, y que su rentabilidad está vinculada a la adquisición de un nuevo oficio para la familia campesina. Si el agroturismo puede representar una oportunidad en numerosas regiones, es necesario comprender bien las condiciones de su éxito: estudio del nivel y de la rentabilidad de las inversiones, profesionalismo en materia de acogida, inserción en las redes locales y nacionales de comercialización y de promoción, desarrollo de actividades turísticas nuevas en la explotación o en red con otras estructuras.

**2.2.4.4 Turismo científico.** Según la Secretaría de Turismo de la Provincia de Río Negro, Argentina (SECTUR), el Turismo Científico es una modalidad que tiende a satisfacer los requerimientos o las necesidades de un segmento específico de la demanda. Hay tantas posibilidades de fraccionar esta modalidad como recursos con intereses específicos o como disciplinas científicas que existen. De modo que la modalidad de turismo científico se manifiesta como una fuente de recursos verdaderamente inagotable.

Según la misma fuente, los recursos o atractivos de interés especial para cada disciplina, tienen la virtud que no solamente son objeto de estudio de su demanda específica sino que constituyen atractivos de carácter general para un público más amplio. Algunos ejemplos de disciplinas de turismo científico son la antropología cultural, paleontología y arqueología, espeleología, ecología y el estudio de la biodiversidad, biología marina, la energía y sus distintas alternativas, etc.

**2.2.4.5 Turismo religioso.** El turismo religioso según SECTUR (1998) es una actividad trascendente dentro del turismo. Los turistas de este tipo impulsados por su fe, tratan de ver procesiones, visitar a iglesias, hacer peregrinaciones y participar de las actividades económicas que van de la mano de todo lo anterior.

**2.2.4.6 Turismo minero.** Es una alternativa no convencional, tiene connotaciones de aventura ya que el visitante puede penetrar en la tierra a una gran profundidad y vivir la experiencia de la oscuridad y el silencio absoluto, no dependiendo de las condiciones climáticas (SECTUR, 1998).

De acuerdo con la misma fuente, turismo minero incluye dejar ingresar al turista a una mina en condiciones de trabajo similares a las que existían cuando la mina estaba en funcionamiento, realizar una caminata por una galería subterránea, en compañía de un guía experimentado, equipado como un verdadero minero. También puede incluir un museo minero donde se pueden apreciar elementos y equipos utilizados en la explotación minera, con su respectiva explicación a cargo de personal idóneo.

El beneficio que trae el turismo minero de acuerdo a la misma fuente es que revaloriza la actividad minera e identifica a la localidad con un perfil que le es propio.

## **2.3 ESTUDIO DE PROYECTOS**

Según Sapag y Sapag (1989), el estudio del proyecto pretende contestar el interrogante si es o no conveniente realizar una determinada inversión, simulando al máximo de precisión lo que sucedería al proyecto si fuese implementado.

Según la misma fuente, el proceso de estudio de un proyecto específico reconoce cuatro grandes etapas: idea, preinversión, inversión y operación.

La idea de un proyecto surge al identificarse un problema (Salas, 1987) o al identificarse oportunidades de negocios (Sapag y Sapag, 1989). La idea del proyecto generalmente representa la realización de un diagnóstico que identifique distintas vías de solución.

En la etapa de preinversión se realizan los distintos estudios de viabilidad (Sapag y Sapag, 1989), los cuales son el perfil del proyecto y el estudio de prefactibilidad.

El estudio a nivel inicial se llama perfil, el cual se elabora a partir de la información existente, del juicio común y de la opinión que da la experiencia, representando en términos monetarios sólo estimaciones muy globales de las inversiones, costos o ingresos. Aquí se intenta proyectar que pasará en el futuro si no se pone en marcha el proyecto (Sapag y Sapag, 1989).

Prefactibilidad o anteproyecto preliminar profundiza la investigación de las inversiones probables, los costos de operación y los ingresos que demandará y generará el proyecto con base en fuentes secundarias. (Sapag y Sapag, 1989). Considera la posibilidad de diferentes opciones de localización, magnitud, tamaño, organización y financiamiento del proyecto (Salas, 1987)

De estos estudios surgen las recomendaciones para su aprobación, su continuación a niveles más profundos de estudio, su abandono o su postergación hasta que se cumplan determinadas condiciones mínimas que deberán explicarse (Sapag y Sapag, 1989).

Al realizar un estudio, independientemente del nivel de profundidad con que se analice, deben distinguirse dos grandes etapas: la preparación, en la que se definen todas las características que tienen algún grado de efecto en los ingresos y egresos del proyecto; y la evaluación, que se realiza con metodologías muy definidas, buscando determinar la rentabilidad del proyecto (Sapag y Sapag, 1989).

### 2.3.1 Preparación del proyecto

Según Sapag y Sapag (1989) en la preparación del proyecto se reconocen dos subetapas: una que se caracteriza por recopilar información a través de estudio del mercado, de ingeniería, de organización y finanzas, y otra que se encarga de sistematizar en términos monetarios la información mediante un estudio financiero.

**2.3.1.1 El estudio de mercado.** Este es el factor más crítico, pues de aquí se define la demanda, ingresos de operación y los costos e inversiones implícitos (Sapag y Sapag, 1989).

Según Miragem *et al.* (1982), el estudio de mercado tiene como objetivos principales:

- Estimar las posibilidades de colocación, en el mercado, de la producción resultante del proyecto.
- Estimar los precios a que será vendidos los bienes (o servicios) producidos por el proyecto.
- Determinar los canales a través de los cuales se comercializará la producción del proyecto, así como las funciones a cumplir en el proceso de comercialización.

De acuerdo a Sapag y Sapag (1989) tres son los aspectos que se deben estudiar:

- El consumidor y la demanda de mercado y del proyecto, actual y proyectada.
- La competencia y la oferta del mercado y del proyecto, actual y proyectada.
- Comercialización del producto del proyecto.

**2.3.1.2 Estudio técnico del proyecto.** Tiene por objetivo proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costos de operación, además, define la función de producción que optimiza la utilización de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto (Sapag y Sapag, 1989).

**2.3.1.3 El estudio administrativo y legal.** Incluye la organización que más se adecue a los requerimientos del proyecto, los procedimientos administrativos y los aspectos legales que pueden restringir o franquiciar el proyecto (Sapag y Sapag, 1989).

**2.3.1.4 El estudio financiero.** Tiene por objetivo ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan los estudios previos para determinar la viabilidad financiera de la inversión (Sapag y Sapag, 1989).

### 2.3.2 Evaluación del proyecto.

La evaluación del proyecto consiste en comparar los beneficios proyectados con sus correspondiente corriente proyectada de desembolso (Sapag y Sapag, 1989).

Los métodos de evaluación que utilizan procedimientos de actualización y que, por lo tanto, toman en cuenta la cronología de los flujos de efectivo son La Tasa Interna de Rendimiento (TIR), el Valor Actual Neto (VAN) y el Valor actual Neto Ajustado (Marín y Ketelhöhn, 1995). Una vez calculadas las tasas de rendimiento y/o valores actuales netos se procede a realizar el análisis de riesgo y de sensibilidad (Marín y Ketelhöhn, 1995).

**2.3.2.1 Análisis de riesgo.** El riesgo de un proyecto se define como la variabilidad de los flujos de caja reales respecto a los estimados. A mayor variabilidad, mayor riesgo del proyecto (Sapag y Sapag, 1989).

Para realizar el análisis de riesgo se pueden hacer cambios en la magnitud de las variables más importantes, en un cierto porcentaje, y analizar el impacto de ese cambio sobre el beneficio neto actualizado (Miragem *et al.*, 1982).

Una forma más sofisticada de medir el riesgo intrínseco a un proyecto de inversión consiste en estimar la ojiva probabilística del VAN. Este procedimiento nos permite estimar la probabilidad de que el VAN asuma un valor en cualquier intervalo posible o la probabilidad que el VAN sea mayor que un valor seleccionado (Marín y Ketelhöhn, 1995). Este procedimiento puede utilizar también para la TIR.

Otro métodos utilizados para analizar el riesgo es el modelo de simulación de Monte Carlo o de ensayos estadísticos. Este modelo permite definir valores esperados para variables no controladas, mediante la selección aleatoria de valores (Sapag y Sapag, 1989).

Existen programas computarizados que permiten realizar análisis de riesgo, uno de ellos es RiskMaster el cual funciona en Lotus 1-2-3. Este se compone de dos machotes de hojas electrónicas; el Módulo de Simulación y el Módulo de Análisis. Los dos módulos se usan en secuencia para aplicar las pruebas de simulación de Monte Carlo a cualquier hoja electrónica de Lotus 1-2-3, siendo particularmente útil para analizar modelos de evaluación de proyectos (INCAE, 1992).

**2.3.2.2 Análisis de sensibilidad.** Se utiliza para comprobar cómo variaría la rentabilidad cuando algo marcha mal (Gittinger, 1975), se puede aplicarse a cualquier variable del proyecto ya que nos revela el efecto que esta tiene sobre la rentabilidad (Sapag y Sapag, 1989).

### **3. MATERIALES Y METODOS**

Para la realización del presente proyecto especial se utilizó la metodología de investigación-acción con el fin de producir conocimientos simultáneamente a la modificación de una realidad. Con base en esta metodología el proyecto constó de dos partes complementarias: la recolección de información secundaria que ayudó a conocer el contexto económico, social, cultural y ambiental de Galeras; y la investigación-acción propiamente dicha al motivar, diagnosticar, y estudiar actividades que lleven a concretizar los objetivos planteados.

#### **3.1 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN SECUNDARIA.**

Esta parte sirvió para conocer los antecedentes de la aldea en lo que se refiere a características físicas y características de la población, así como para conseguir información sobre metodologías que pueden ser útiles en la realización del proyecto.

Dentro de las características físicas se obtuvo información de la ubicación, topografía, clima, recursos naturales, carreteras, infraestructura y servicios básicos con que cuenta la aldea de Galeras.

En lo que concierne a la población, se obtuvo información de las siguientes características: nivel de educación, costumbres, relaciones sociales, actividades económicas, recursos humanos, grupos organizados existentes, salud, alimentación, delincuencia, tenencia de la tierra, actividades colectivas que realizan y la participación de la comunidad.

Esta información se recolectó teniendo como fuente monografías del proyecto UNIR, documentos del Instituto Hondureño de Turismo, informes de ONG's que han trabajado en la zona, mapas, investigaciones y tesis previas realizadas en la zona, así como otra bibliografía con temas de interés para el proyecto.

#### **3.2 INVESTIGACIÓN-ACCIÓN**

Esta es la parte práctica del proyecto, donde se desarrollaron los pasos pertinentes para obtener una población motivada, desarrollar un diagnóstico rural participativo y planes de proyectos específicos de turismo.

### 3.2.1 Motivación pre-diagnóstico

En esta fase se trató de motivar a los líderes de la población de Galeras para que se interesaran en el proyecto al reconocer que el turismo es una alternativa que puede ayudar al desarrollo local. La identificación de líderes se realizó mediante la información que proporcionó el personal del Departamento de Desarrollo Rural y del proyecto UNIR de Zamorano familiarizados con la zona.

Con algunos de los líderes detectados se organizó una reunión en Güinope a la cual se invitó al Alcalde Municipal, a miembros de los diferentes Patronatos del municipio de Güinope, a personal docente del Departamento de Desarrollo Rural y Departamento de Recursos Naturales y Conservación Biológica, personal técnico del proyecto UNIR, personal del Instituto Hondureño de Turismo, personal de otras instituciones que trabajan en la zona y empresarios locales.

Esta reunión tuvo los siguientes objetivos:

- Detectar cuales son los empresarios, grupos organizados e instituciones interesados en desarrollar el turismo en el municipio para lograr unificar esfuerzos y realizar un intercambio de ideas.
- Conocer cuales son los proyectos turísticos realizados hasta el momento en el municipio.
- Motivar a los participantes sobre la importancia del desarrollo turístico.

En dicha reunión cada grupo participante hizo una presentación de sus puntos de vista con respecto al turismo y mencionó el trabajo realizado en la zona por la institución a la cual representaban.

La reunión finalizó con la visita al Rancho San José para conocer el hotel de montaña que se está construyendo en dicho lugar y saber de las limitantes que se han presentado en su construcción.

Posteriormente se organizó una reunión en Galeras a la cual se invitó a la comunidad en general (Anexo 1). En dicha reunión el Lic. Erasmo Sosa (gerente de ecoturismo del Instituto Hondureño de turismo) impartió una charla motivacional e introductoria al turismo. Asimismo, el Sr. Mario López (empresario de turismo de la región) abordó diferentes tópicos referentes al turismo. Ambos fueron invitados como oradores por tener una amplia experiencia en turismo y por encontrarse familiarizados con la zona, ya que han participado en la formulación de proyectos ecoturísticos en Güinope.

### **3.2.2 Consulta comunitaria**

Después de la fase de motivación inicial se organizó un taller con el objetivo de hacer una consulta comunitaria. Mediante una moderación de discusión en grupo se identificaron los problemas existentes en Galeras. Se hizo uso de un diagrama de causa-efecto y de espina de pescado para visualizar la raíz de los problemas y cómo el turismo puede apoyar a resolverlos. Tomando como base lo anterior, se le preguntó a la comunidad si tenía interés en seguir trabajando en el proyecto para continuar con la fase de diagnóstico rural participativo.

### **3.2.3 Diagnóstico rural participativo**

Se realizaron varios talleres en los que se utilizó la metodología de diagnóstico rural participativo para obtener información rápida, precisa, oportuna y aplicable. Las técnicas utilizadas fueron entrevistas semiestructuradas a líderes de la comunidad y moderación de discusión en grupo. Con esta metodología se garantizó la participación activa y democrática de la comunidad, manteniendo el nivel de motivación inicial.

Para obtener información sobre los conceptos que la población local posee sobre turismo se organizó un taller en el que se impartió una charla sobre los tipos de turismo que se pueden desarrollar en el medio rural, en el cual previo a mencionar la definición correcta de cada tipo de turismo se le preguntaba a los asistentes que concepto tenían.

En otro taller se realizó un listado de los beneficios que a criterio de los miembros de la comunidad puede traer el turismo. Estos se clasificaron en económicos, sociales, culturales y ambientales. También se hizo un listado de los lugares con atractivo turístico existentes en Galeras. Posteriormente con miembros de la comunidad se realizó un recorrido por dichos lugares, haciendo documentación fotográfica.

En un taller posterior se realizó un análisis FODA donde se determinaron las fortalezas y debilidades de la comunidad, así como las oportunidades y amenazas externas existentes con respecto al desarrollo turístico de la comunidad.

Dentro de las fortalezas se identificaron los posibles escenarios de desarrollo turístico (ya sean lugares naturales o paisajes agrícolas), los recursos humanos (grupos organizados o empresarios) existentes en Galeras con quienes se pueda trabajar y las actividades económicas existentes en Galeras que puedan presentar compatibilidad con el turismo.

Como oportunidades se identificó los incentivos externos que pueden facilitar el desarrollo turístico y se cuantificó el número de personas que visitan Galeras.

Dentro de las debilidades se determinaron los aspectos negativos de la comunidad que son obstáculos para la realización de cualquier proyecto.

Como amenazas se determinaron los riesgos que puede traer la llegada de turistas a Galeras.

### **3.2.4 Identificación de sub-proyectos**

Luego del análisis FODA se realizó una lluvia de ideas sobre posibles proyectos ya sean turísticos o que involucren actividades económicas compatibles o complementarias con el turismo.

Se clasificaron las ideas de posibles proyectos basándonos en la importancia y prioridad que la comunidad les dio a éstos y se identificaron los grupos de interés por idea. La importancia se clasificó en alta media y baja, de acuerdo a el interés de la comunidad y los posibles beneficios económicos y sociales que podía generar. La prioridad se clasificó de manera similar, según la urgencia de dichas actividades para que exista desarrollo turístico.

### **3.2.5 Estudio de prefactibilidad de subproyecto específico**

De las actividades de mayor importancia se seleccionó la actividad a la que era posible medir el impacto económico directo a la comunidad. A esta actividad se le hizo un estudio de prefactibilidad usando información de fuentes secundarias la cual fue recolectada con miembros de la comunidad según la comunidad.

### **3.2.6 Contactos con instituciones y empresarios**

Para lograr que los miembros de la comunidad interesados en seguir trabajando en proyectos turísticos supieran cuáles son las instituciones a las cuales pudieran acudir en caso de tener cualquier consulta en el futuro, y los empresarios con los que se pudiera establecer algún tipo de negocio relacionado al turismo.

## 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1 INTERCAMBIO GÜINOPE-GALERAS

El taller se realizó en el municipio de Güinope. Este fue organizado por el Comité para el Desarrollo Ecoturístico de Güinope, y coordinado por el Ing. Fernando Claros y el Instituto Hondureño de Turismo.

El Comité para el Desarrollo Ecoturístico de Güinope tuvo su origen en el estudio de tesis de Terzo<sup>24</sup>, en el cual se organizó dentro de su trabajo de tesis distintos comités para el desarrollo turístico de Güinope entre los años de 1996 a 1997. A partir de entonces se establecieron lazos con el Instituto Hondureño de Turismo el cual participó en una serie de talleres.

En este taller participó el alcalde de Güinope, personal del Instituto Hondureño de Turismo, personal docente del Departamento de Desarrollo Rural de Zamorano, personal del Proyecto UNIR de Zamorano, miembros del Patronato de la aldea del Ocotal de Güinope, miembros del Grupo Unión y Esfuerzo de Galeras, miembros del Grupo Güinopeño Ambientalista, miembros de UNISA y propietarios del Rancho San José, Finca La Trilla y Finca Hueso Quebrado (Anexo 2).

El taller inicio con una reseña por parte de Erasmo Sosa (Gerente de Ecoturismo del Instituto Hondureño de Turismo) sobre lo que había sido el trabajo de organización realizado hasta el momento en Güinope, y sobre la situación turística de Honduras y Güinope en especial.

Dentro de la presentación de Erasmo Sosa también se mencionaron los siguientes puntos claves:

- Se puede atraer turistas a Güinope para mejorar el ingreso de la comunidad a través de la venta de productos y/o servicios.
- Un comienzo desde cero, como en este caso, requiere de planificación para evitar los problemas que se pudieran presentar.
- Es necesario el apoyo de instituciones como Zamorano dentro del proceso de desarrollo turístico de la zona.

---

<sup>24</sup> Terzo, C. 1997. Desarrollo de una metodología participativa para la implementación del Ecoturismo en una comunidad rural.

- Existe promoción para el desarrollo de microempresas turísticas por parte del Cuerpo de Paz de los Estados Unidos.
- El Instituto Hondureño de Turismo ofrece apoyo por cuatro años.
- Existe la necesidad de mejorar la cultura turística, lo cual es un proceso de años.
- Existe la necesidad de una normación por parte del gobierno municipal.
- Existe la necesidad de promover y mercadear el turismo.

Luego de la presentación de Erasmo Sosa se procedió a la presentación de los proyectos y puntos de vista de algunos participantes:

- Isabel Pérez del Departamento de Desarrollo Rural de Zamorano mencionó los proyectos especiales que realizan en la zona alumnos del Programa de Ingeniería Agronómica del Departamento, destacando el objetivo del presente proyecto especial.
- Leoncio López, presidente del patronato del Ocotal mencionó que el turismo es una actividad lucrativa, pero para su implementación se requiere visión, amabilidad, apoyo de las autoridades, planificación adaptada a la comunidad. Este turismo debe ir orientado a todas las clases sociales.
- El Profesor Abel Gómez, director del colegio de Güinope y miembro del Grupo Güinopeño Ambientalista mencionó la necesidad de trabajar junto a la alcaldía, pobladores e instituciones como Zamorano ya que el ecoturismo es una oportunidad para Güinope por ser una actividad rentable y amiga con la naturaleza. Asimismo mencionó que deben existir reglas dentro del desarrollo turístico, principalmente para manejar la basura.
- Eduardo Aguilar del Proyecto UNIR mencionó que la misión de su proyecto es facilitar el desarrollo sostenible, haciendo cambios orientados al unir una gran cantidad de actores teniendo aquí un papel muy importante el gobierno municipal. También mencionó que el turismo puede traer la conservación de los recursos, mejorar el nivel de vida a través de un aumento de los ingresos, pero para esto es necesario capacitación para lograr concientización y un marco legal que apoye el desarrollo del turismo.
- Erlys Borja, Subdirectora de UNISA, mencionó los proyectos de su organización, dentro de los cuales estaba apoyo a los proyectos locales en lo que se refiere a crédito.
- Franklin Santander, Alcalde de Güinope, mencionó que hay que conjuntar esfuerzos y ofreció el apoyo de la alcaldía.

- Mario López del Rancho San José mencionó que es fundamental empezar a actuar para la formulación de proyectos. Para ello, es muy importante conocer la historia de la comunidad para conocer la importancia de ésta.

Posteriormente, para finalizar el taller se procedió a visitar el Rancho San José, propiedad de Mario López, para tomar como ejemplo el hotel de montaña que éste está realizando. En esta visita se vio que existe un grupo de personas que por intereses personales están sabotando el establecimiento de dicho hotel de montaña por lo que se requiere de mucha perseverancia para concluir un proyecto de este tipo el cual es muy novedoso en la zona.

Este intercambio tuvo como logros el hacerse los siguientes compromisos:

- Franklin Santander, Alcalde de Güinope ofreció el apoyo de su alcaldía para desarrollar turísticamente Güinope.
- Eduardo Aguilar del proyecto UNIR de Zamorano se comprometió a coordinar la creación de un cluster de empresarios de turismo de la región del Yeguaré, el cual coordinará con el Instituto Hondureño de Turismo y otras instituciones para lograr el desarrollo de proyectos turísticos en la región.
- Erasmo Sosa del Instituto Hondureño de Turismo se comprometió a realizar talleres en Galeras sobre la situación del turismo en Honduras y para capacitarlos en lo que concierne a turismo.

Asimismo, se logró elevar el nivel de motivación de los participantes, los cuales se comprometieron en continuar con el desarrollo de este proceso e identificar actores dentro del desarrollo turístico de la zona.

## **4.2 REUNION DE MOTIVACION INICIAL EN GALERAS**

Con esta reunión se creó un espacio de diálogo con la comunidad de Galeras a la cual se le motivó para que participara en los talleres del proyecto.

El Lic. Erasmo Sosa habló sobre la importancia del turismo en Honduras, donde es una de los principales generadores de divisas, aunque la mayor actividad se da en el occidente y norte del país.

El oriente de Honduras posee muchos atractivos turísticos, pero es una zona poco visitada por turistas, a comparación de las Ruinas de Copán o las playas. No obstante, el desarrollo turístico se puede planificar y no esperar a que éste se dé por sí sólo, ya que así se tiene la ventaja que el desarrollo se dé una manera controlada. Con una planificación que involucre a la población se puede imitar las cosas buenas para lograr un desarrollo turístico sostenible y evitar los errores cometidos en otros lugares.

El Lic. Sosa mencionó la necesidad de gente “loca”, es decir, gente que piense diferente y trate de hacer algo no tradicional, relacionado con el turismo. Sin embargo, es necesario que un buen sector de la población mantenga sus actividades tradicionales, ya que se asegura mantener la identidad del lugar y la producción de alimentos.

El Lic. Sosa mencionó que la promoción es una de las actividades más importante para atraer turistas, pero es necesario arreglar algunos asuntos internos para solventar las necesidades de la comunidad antes de iniciar la promoción. Solventar las necesidades de la comunidad debe ser un proceso en el que se sientan las necesidades, se expresen y se viva la experiencia de querer solventarlas.

Finalmente, mencionó que el turismo requiere de amabilidad y servicio para conseguir que el turista se sienta satisfecho y piense regresar en otra ocasión y que las ganancias generadas por el turismo sean invertidas en la comunidad para un mayor desarrollo de ésta.

Por otra parte Don Mario López habló sobre conceptos turísticos, los factores que lo impulsan el turismo, los componentes y tendencias del mercado turístico, sus impactos positivos y negativos y la importancia de poseer una cultura turística, la cual conste de conocimientos, compromisos, preparación, profesionalismo, servicio y calidad. También mencionó la importancia de los guías para el desarrollo turístico ya que sólo así el turista puede apreciar lo que desea y no se le presentan grandes obstáculos en su camino.

Luego de estas charlas los asistentes se comprometieron a seguir asistiendo e invitar a otras personas de la comunidad a reuniones futuras.

#### **4.3 CONSULTA COMUNITARIA**

Se hizo un listado de los principales problemas que posee Galeras. Los problemas que se mencionaron fueron: contaminación del agua, delincuencia, alcoholismo y drogas, incendios frecuentes, falta de energía eléctrica en la mitad de la aldea, falta de agua potable en ciertos sectores por una mala distribución y el mal estado de la calle en la mayor parte del año.

Para un mayor entendimiento de la causa y efecto de estos problemas se hizo el diagrama que se observa en la Figura 1.

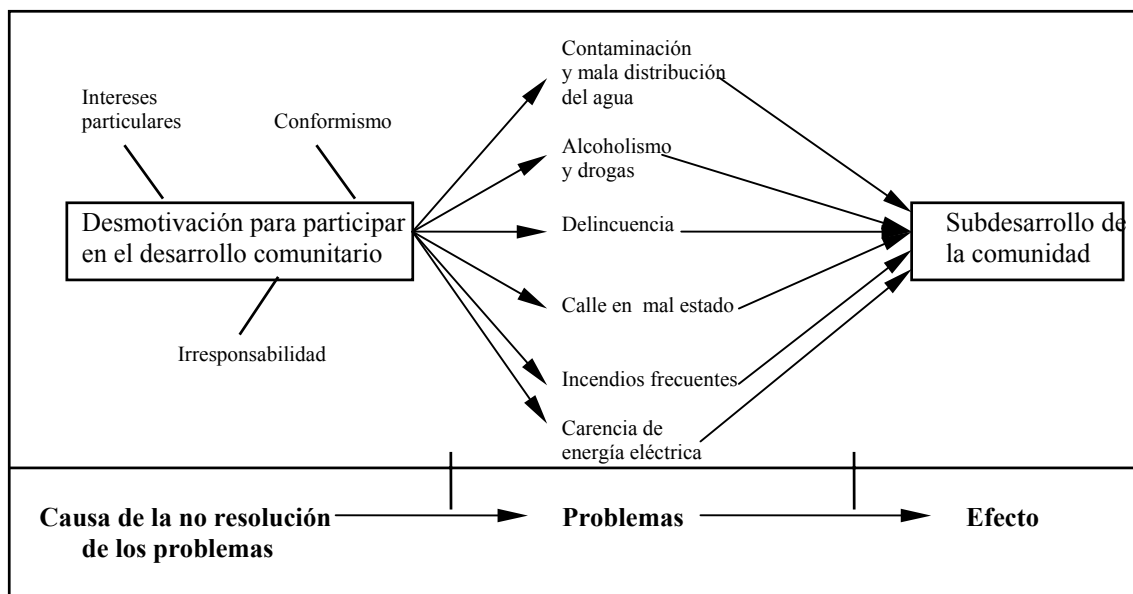


Figura 1. Diagrama de causa y efecto de los problemas socioeconómicos de Galeras.

Todos los problemas presentados por la comunidad, a pesar de tener un origen diferente, no han sido resueltos por la misma razón: los intereses particulares, el conformismo y la irresponsabilidad, lo que además genera desmotivación en la población para participar en actividades en pro del desarrollo comunitario. Debido a esta desmotivación es difícil hacer que toda la comunidad se reúna para discutir sus problemas y buscarles una solución. De acuerdo a algunas personas, cualquier problema podría ser fácilmente resuelto a través de las medidas que se determinarán en una reunión comunal, pero lo difícil es hacer que la gente asista a las reuniones comunales.

También se detectaron problemas netamente técnico-económicos que afectaban la producción agrícola: falta de financiamiento, falta de tiendas de abastecimiento de insumos en la comunidad y el alto costo de los insumos agrícolas. Estos problemas traen como consecuencia limitaciones a la hora de producir: altos costos de producción y por lo tanto un bajo retorno económico.

Para ambos casos se mencionó que el turismo puede ser una solución parcial para resolver los problemas debido a los siguientes razonamientos:

- En muchos lugares donde se da un desarrollo turístico, los pobladores locales se enorgullecen de su comunidad, formándose un sentido de pertenencia más profundo lo que hace que la gente muestre mayor dedicación para trabajar en la resolución de los problemas locales.
- El turismo genera un mayor ingreso local, el cual puede contribuir a financiar otras actividades productivas locales. Además, se crea una mayor demanda de productos alimenticios locales, lo cual estimula la producción agrícola.

Luego de esta presentación se preguntó si existía interés en seguir trabajando con el proyecto, lo cual fue contestado afirmativamente debido a los razonamientos anteriores, a la motivación inicial de la población y al interés en el turismo que algunas personas poseían previamente.

#### **4.4 DIAGNÓSTICO RURAL PARTICIPATIVO**

En los talleres realizados, los miembros de la comunidad (Anexo 3) proveyeron la información sobre los conceptos que la población de Galeras posee sobre turismo, los beneficios que a criterio de ellos puede traer a la comunidad, el listado de los lugares con atractivo turístico existentes en Galera y un análisis FODA de la comunidad.

##### **4.4.1 Conceptos turísticos que la población posee**

Al hacer preguntas a la población sobre términos turísticos se observó que la mayoría de la población no tenía conocimiento sobre el tipo de turismo que pudiera ser aplicable en la aldea. Personas foráneas a la comunidad fueron las únicas en dar su opinión sobre lo que para ellos significaba cada término, diciendo lo siguiente:

Turismo:

“Actividad que realizan las personas con el propósito de recrearse, mejorar la salud, descansar o culturizarse”.

Turista:

“Es el que ha dejado su lugar de residencia para visitar nuestra comunidad y espera ser tratado como a uno le gustaría que lo trataran”.

“Es el que viaja por motivo cultural, de salud, diversión, negocios, religiosos o deportivos”.

Ecoturismo:

“Turismo sin dañar el ambiente, es decir un turismo sostenible”.

“Turismo que mantiene el equilibrio ecológico y trata de conservar el ecosistema”.

Agroturismo:

“Turismo que trata de explotar el agro como atractivo principal”

“Turismo en el campo, sin casinos, ni gran infraestructura, donde lo que busca el turista es contemplar el paisaje agrario”.

#### **4.4.2 Beneficios percibidos del desarrollo turístico**

La población de Galeras percibe que el turismo es una actividad con un potencial casi inexplorado por la comunidad, y esta consiente que puede traer muchos beneficios a la comunidad. Estos beneficios son económicos, sociales, culturales y ambientales

**4.4.2.1 Beneficios económicos.** Según lo expresado por la comunidad, el desarrollo turístico puede traer los siguientes beneficios económicos:

- Mejora en el nivel de ingresos de los habitantes, tanto de los que se encuentran relacionados directa como indirectamente con el turismo. Pues existirían empleos que podrían resultar más lucrativos para los habitantes de la comunidad.
- Diversificación de la economía local, pues existirían nuevas alternativas en las que se puede invertir en la comunidad.
- Captación de divisas, en el caso de desarrollar un turismo internacional.

**4.4.2.2 Beneficios sociales.** Los beneficios sociales expresados por la comunidad son los siguientes:

- Mejoramiento de la calidad de vida, al generarse todo el conjunto de beneficios en la comunidad.
- Sentimiento de agrado al ser visitado.
- Generación de empleo en las diferentes actividades turísticas.

**4.4.2.3 Beneficios culturales.** Los beneficios culturales del turismo en Galeras de acuerdo a la comunidad podrán ser los siguientes:

- Fortalecimiento de la identidad nacional y regional, al haber un enorgullesimiento de ésta.
- Intercambio cultural con los turistas, con lo que se conocería gente, costumbres, culturas, etc.

**4.4.2.4 Beneficios ambientales.** El beneficio ambiental que traería el turismo será el fomento de la protección de los recursos naturales, lo que ayudaría a disminuir el número de incendios, la tala irracional y la erosión.

#### **4.4.3 Atractivos turísticos identificados en de Galeras**

Muchos de los atractivos de Galeras que se pueden explotar turísticamente tienen que ver con las fuentes de agua, las montañas que la rodean y las actividades que los lugareños realizan. Los principales atractivos que se encuentran en Galeras, de acuerdo a la comunidad, son los siguientes:

**4.4.3.1 Balneario Los Chorros.** Este balneario pertenece a Carlos Uclés y familia. Se encuentra ubicado a medio kilómetro de Galeras (42 km. de Tegucigalpa), sobre la antigua calle a Güinope.

El balneario los chorros consta de una serie de piscinas construidas en el cauce de la quebrada El Molino, la cual nace en el mismo lugar. Este balneario cuenta con siete sitios que son alquilados por separado a los visitantes. Cada sitio posee un nombre distintivo, siendo estos: Anita, Coco, Doña Reina, Guajiniquil, Los Patos, El Guacal y Héctor Abraham.



Figura 2. Piscina del Balneario los Chorros.

Cada sitio cuenta con:

- Dos posas o piscinas naturales, una para adultos y otra para niños.
- Una cascada, siendo una de ellas de 10 metros de altura.
- Asadores para carne o fogones.
- Vestidores.
- Servicio Sanitario.
- Agua potable.
- Bancas.

Además, el balneario cuenta con parqueo para diez vehículos, miradores, áreas verdes, cancha de voleibol o futbolito y varios nacimientos de agua. Este balneario tiene la capacidad de recibir a 150 visitantes por día según el propietario, aunque en las épocas de mayor afluencia turística el número de visitantes excede la capacidad del balneario, pues la llegada de visitantes es estacional, siendo la temporada alta de marzo a junio y la fecha pico es durante la Semana Santa.

La mayoría de visitantes son grupos de iglesias que llegan a realizar bautismos y retiros, familias y grupos de amigos, por lo que es recomendado para grupos (familiares, estudiantes, iglesias, etc.) o para personas individuales que deseen tener privacidad. Por política de la empresa no se alquilan piscinas a grupos de estudiantes de colegio.

El principal problema que han encontrado los propietarios para la construcción y manejo del balneario ha sido la falta de disponibilidad de mano de obra en Galeras, recurriendo en ocasiones a conseguirla en Tegucigalpa. Los propietarios planean construir en un futuro un hotel de montaña de estilo rústico el cual posea su propia piscina y servicios separados del balneario.

**4.4.3.2 Finca Hueso Quebrado.** Esta finca es propiedad de Fernando Claros y familia. Se encuentra ubicada a 41 kilómetros de Tegucigalpa. Para llegar se sigue por el camino a Galeras hasta la entrada de la aldea, llegando al desvío del “Coyol” y se sigue el camino que va hacia el Kinder de Galeras por 200 metros.

De acuerdo al propietario en la Finca Hueso Quebrado se espera tener una casa club y centro de reuniones para realizar reuniones sociales y familiares, conferencias, seminarios, cursos o cualquier tipo de evento especial.



Figura 3. Casa de finca Hueso Quebrado.

Actualmente cuenta con 70 mz. de terreno de las cuales 56 son bosques donde existe:

- Senderos para caminatas.
- Tres miradores en las montañas adyacentes.
- Nacimientos de agua, existiendo una poza arreglada en forma de piscina en uno de ellos.

En las 14 mz. restantes se encuentra ubicado lo siguiente:

- Una casa que se planea convertir en centro de huéspedes. Esta posee estancia, tres cuartos, sala, comedor, asadores para barbacoas, servicios sanitarios, electricidad y agua potable.
- Parqueo para cinco vehículos.
- Cinco estanques para la pesca deportiva.
- Piscina con capacidad para 20 personas.
- Árboles frutales de una gran variedad.
- Jardines y áreas verdes.

El propietario planea construir en un futuro más piscinas naturales en los nacimientos de agua, varias cabañas en los cerros adyacentes, un lago artificial, canchas de futbolito y voleibol, pista para bicicletas de montaña, parqueo para 20 vehículos y transformarse en un hotel de montaña.

Este lugar es recomendado para realizar reuniones sociales o de trabajo, practicar la pesca con anzuelo, caminatas, natación y ciclismo de montaña, entre otros.



Figura 4. Estanques para pesca en finca Hueso Quebrado.

**4.4.3.3 Parque Comunitario de Galeras.** Este parque se encuentra en construcción por parte del Grupo de Mujeres Unión y Esfuerzo. Este grupo fue conformado el 22 de Febrero de 1995 y está compuesto por ocho socias.

La justificación de la construcción del parque por Unión y Esfuerzo es que Galeras necesita hacer esfuerzos para mejorar el ambiente social y aumentar la solidaridad local para lograr realizar proyectos beneficiosos para todos sus habitantes. Por lo que es necesario planificar para organizar el turismo que ya posee la aldea, solventar los problemas que éste trae, y ofrecer a los turistas espacios físicos donde permanecer, además de otros productos y servicios.

Los objetivos de la construcción del parque son:

- Mejorar el ambiente social, físico y ecológico de Galeras.
- Establecer un sitio de esparcimiento sano que conserve la topografía y el recurso agua local.
- Crear un ambiente que promueva la interacción y cooperación de los habitantes de Galeras.
- Crear un ambiente sano de diversión para los niños de la comunidad.
- Proporcionar una zona de descanso y recreación para los visitantes de la comunidad.
- Crear un espacio donde se ordene el turismo en aspectos relacionados al tráfico, servicios de alimentación y sanidad.

La idea de tener un parque recreativo comunitario en Galeras surgió de las miembros de Unión y Esfuerzo al ver que Galeras es visitado por turistas a los cuales se les puede ofrecer un área donde descansar y se les pueda vender comida, refrescos y artesanías.

Para tal motivo las socias de Unión y Esfuerzo solicitaron a la alcaldía de Güinope que se les concediera un predio frente a las casas de las socias, solicitud que fue aprobada. Luego de la aprobación y la adjudicación del predio, las miembros de Unión y Esfuerzo organizaron una reunión con varios grupos de Galeras para discutir las ventajas que traería un parque y mencionaron la importancia de la participación comunitaria necesaria para llevar adelante este proyecto.

Las ventajas que mencionaron fueron las siguientes:

- Los niños tendrán un lugar seguro donde jugar, celebrar cumpleaños y otras fiestas.
- Los jóvenes y adultos tendrán un lugar para descansar, socializar con amistades, familiares y visitantes o realizar reuniones comunitarias. Asimismo, podrán tener ingresos al vender productos a los visitantes en el lugar.
- Los turistas podrían tener un lugar seguro para que jueguen sus niños, donde refrescarse y bañarse, almorzar y comprar en un lugar con aire fresco y con ambiente natural.

Con apoyo técnico del Departamento de Desarrollo Rural y la Sección de Planificación de Zamorano se hizo un diseño del parque (Anexo 4) y se pidió financiamiento a la Fundación Vida, la cual otorgó un monto de diez mil Lempiras, con el cual, junto con fondos aportados por las socias, se construyó un kiosco, una caseta para comer, un horno y parcialmente una piscina. Además, se sembraron algunos árboles y un vivero de plantas para jardinizar el parque.



Figura 5. Obras construidas en Parque Comunitario de Galeras.

Actualmente existe un grupo aproximado de 1,400 visitantes que llegan al parque anualmente, los cuales aprovechan las pocas obras construidas y compra pan y jabón producido por el Grupo de Mujeres Unión y Esfuerzo.

Las obras que se planeaban seguir construyendo han quedado estancadas debido a la falta de recursos financieros y a la mínima participación del patronato de Galeras, alcaldía de Güinope y el resto de la comunidad en esta iniciativa.

Actualmente, no existen instituciones que puedan ayudar económicamente a la construcción de este parque. Fundación Vida, quien apoyó originalmente esta iniciativa, ya no cuenta con fondos para apoyar.

De acuerdo a algunos miembros del Grupo de Mujeres Unión y Esfuerzo, la idea de terminar el parque todavía sigue en pie. Las obras que se tienen planeadas construir son otro kiosco, otra caseta para comer, juegos para niños y letrinas, para lo cual es necesario hacer un nuevo presupuesto y determinar los posibles donantes de fondos, para reactivar la construcción del parque.

**4.4.3.4 Comedor El Rinconcito.** Se encuentra ubicado a la orilla de la carretera a que conduce de Galeras a Güinope, a 42 kilómetros de Tegucigalpa. Pertenecen a Rodimiro Rivera y familia. Posee una capacidad para 40 personas. Se especializa en platos de comida típica hondureña, aunque también elabora otros tipos de comida si estos son encargados. Cuenta con servicios sanitarios y agua potable.

Es recomendado para realizar reuniones de grupos (sociales, familiares, etc.) o para personas individuales que desee saborear comida rural.

**4.4.3.5 Pozas de Renán Andino.** Se encuentran ubicadas a la orilla de la carretera que conduce de Galeras a Güinope, a 41.6 kilómetros de Tegucigalpa. Pertenecen a Renán Andino y familia. Para formar dichas pozas, el propietario ha levantado muros de piedras en el cause de una quebrada, formando así pozas con un aspecto muy natural. Este lugar consta de tres pozas, áreas verdes y letrina. Por el tamaño del lugar es recomendado para grupos pequeños ya que el lugar completo tiene una capacidad máxima de 15 personas en total.



Figura 6. Pozas de Renán Andino.

**4.4.3.6 La Cascadita.** Esta cascada, de aproximadamente 10 metros de alto, se encuentra ubicada en la propiedad de Erlinda Flores y familia, aproximadamente a 41.6 kilómetros de Tegucigalpa. Para el acceso se cuenta con gradas de concreto debido a la alta pendiente del camino. En la casa de la propietaria se cuenta con agua potable y servicios sanitarios.

Esta cascada es visitada únicamente por personas allegadas a la propietaria, aunque ella tiene la disposición de ponerla a la orden de cualquier turista. Es recomendada para grupos familiares o personas que quieran gozar de completa tranquilidad y privacidad.

**4.4.3.7 El Chorro.** Es una caída de agua de aproximadamente tres metros de altura que se encuentra a la orilla de la carretera que conduce de Galeras a Güinope, a 42.5 kilómetros de Tegucigalpa. Es frecuentada por algunas personas que se dirigen a Güinope o que visitan Galeras y que desean refrescarse sin pagar ningún costo, pues no existe ningún servicio brindado, ni privacidad alguna.

**4.4.3.8 Otros.** Además, Galeras cuenta con otros recursos que se podrían explotar turísticamente, siendo estos:

- Montañas La Cidra y La Mora, entre otras, las cuales conservan gran cantidad de bosque y desde las que existen excelentes vistas del valle del Yeguaré.
- Los ríos Eliutuna y Yeguaré que forman muchas posas naturales, aguas cristalinas y conservan su caudal durante el verano. Son visitados con mayor afluencia en Semana Santa, tanto por habitantes como visitantes de la comunidad. En el resto del año existen algunas iglesias de Tegucigalpa que llegan a realizar bautizos. La mayoría de personas que llegan a estos ríos son visitantes, los cuales dejan un beneficio mínimo en la comunidad.
- Productos regionales como el mango, la naranja, la producción de hortalizas, maíz y frijol. Estos productos pueden ser vendidos a los turistas en fresco o procesados, además que las plantaciones y cultivos pueden servir como pequeños centros agroturísticos.

Todos los servicios con que se cuenta en los lugares con atractivo turístico en Galeras se muestra en el Cuadro 1.

**Cuadro 1. Matriz de lugares turísticos de Galeras.**

| Lugar                       | Servicios    |            |              | Facilidades |                       | Tipo de turismo                                         |                               |
|-----------------------------|--------------|------------|--------------|-------------|-----------------------|---------------------------------------------------------|-------------------------------|
|                             | Agua potable | Sanitarios | Electricidad | Peperativas | Preparación de comida | Actual                                                  | Sugerido                      |
| Balneario Los Chorros       | x            | x          |              | x           | x                     | Turismo de la Naturaleza, Turismo Religioso             | Ecoturismo                    |
| Finca Hueso Quebrado        | x            | x          | x            | x           | x                     | Turismo de la Naturaleza                                | Agroturismo                   |
| Parque comunitario Galeras  |              | x          |              | x           | x                     | Visitantes                                              | Turismo rural                 |
| Comedor El Rinconcito       | x            | x          |              |             | x                     | Visitantes                                              | Agroturismo                   |
| Pozas de Renán Andino       |              | x          |              |             |                       | Turismo de la Naturaleza                                | Ecoturismo                    |
| La Cascadita                |              |            |              |             |                       | Turismo de la Naturaleza                                | Ecoturismo                    |
| El Chorro                   |              |            |              |             |                       | Turismo de la Naturaleza                                | Ecoturismo                    |
| Ríos Yeguaré y Eliotuna     |              |            |              |             |                       | Visitantes, Turismo de la naturaleza, Turismo religioso | Ecoturismo, Turismo Religioso |
| Montañas la Cidra y la Mora |              |            |              |             |                       | Ninguno                                                 | Ecoturismo                    |

#### 4.4.4 Análisis FODA de Galeras

Con este análisis se determinaron las fortalezas y debilidades de la comunidad, y las oportunidades y amenazas externas que podría traer el desarrollo turístico de la comunidad.

**4.4.4.1 Fortalezas.** De acuerdo a los miembros de la comunidad, Galeras posee las siguientes fortalezas para desarrollarse turísticamente:

- Abundancia de agua, ya que existen varios nacimientos de agua y quebradas los cuales permanecen con agua durante todo el año. El uso principal del agua es para consumo y riego, aunque en algunas de las quebradas se han construido piscinas y pozas con el fin de atraer turistas, aprovechando las pozas y caídas de agua naturales, tal es el caso del balneario los chorros, las posas del Sr. Renán Andino, entre otros. También se ha utilizado las fuentes de agua para abastecer los estanques construidos para pesca en la Finca Hueso Quebrado.
- Parque comunitario en construcción por el Grupo Unión y Esfuerzo en un predio donde generalmente llegan a descansar visitantes de Tegucigalpa. La construcción de este parque es ejemplo de proyección hacia la comunidad e interés por su mejoramiento.
- Cercanía a la ciudad capital, ya que Galeras se encuentra a sólo 42 kilómetros de Tegucigalpa, siendo 31 kilómetros de carretera pavimentada y 11 kilómetros de carretera de tierra en buen estado durante la época seca.
- Abundancia de bosques de pinos que rodean a la comunidad, los cuales dan albergue a muchas especies de vida silvestre. Esta vegetación junto con la altitud le dan a Galeras un clima agradable.
- Servicio telefónico. Existe una oficina de Hondutel, a la cual se puede hablar directamente marcando el número 776-6218 o a través de otra oficina de Hondutel usando el número 191. El horario es de 7:00 de la mañana a 12:00 del mediodía y de 2:00 a 5:00 de la tarde. Aparte del servicio telefónico, ofrece los servicios de telegramas y de hacer citas para llamadas.
- Centro básico, en el cual se imparten clases a alumnos desde Kinder hasta noveno grado.
- Clínica médica privada, esta funciona los fines de semana y atiende consultas generales.
- Existencia de organizaciones comunales como el Patronato, la Cooperativa COSAPROL, el Grupo de mujeres Unión y Esfuerzo, la Junta de agua, la Sociedad de padres de familia, las Iglesias Católica y evangélica y el equipo de fútbol. Estas organizaciones podrían ser las impulsoras del desarrollo turístico de la comunidad.

- Electrificación en parte de la comunidad, aunque existe el proyecto de electrificar toda la aldea.
- Existencia de varios negocios como pulperías, comedores, billares y molinos.
- Servicio de transporte colectivo entre Güinope y Tegucigalpa. El horario de dichos buses se muestra en el Cuadro 2.

Cuadro 2. Horario de buses que circulan en Galeras.

| <b>Buses de Tegucigalpa hacia Galeras</b> |                    |                       |
|-------------------------------------------|--------------------|-----------------------|
| Salida de Tegucigalpa                     | Llegada a Zamorano | Llegada a Galeras     |
| 6:00 a.m.                                 | 7:00 a.m.          | 7:30 a.m.             |
| 10:00 a.m.                                | 11:00 a.m.         | 11:30 a.m.            |
| 1:00 p.m.                                 | 2:00 p.m.          | 2:30 p.m.             |
| 2:00 p.m.                                 | 3:00 p.m.          | 3:30 p.m.             |
| 3:30 p.m.                                 | 4:30 p.m.          | 5:00 p.m.             |
| 4:30 p.m.                                 | 5:30 p.m.          | 6:00 p.m.             |
| <b>Buses de Galeras a Tegucigalpa</b>     |                    |                       |
| Salida de Galeras                         | Llegada a Zamorano | Llegada a Tegucigalpa |
| 5:00 a.m.                                 | 5:30 a.m.          | 6:15 a.m.             |
| 6:00 a.m.                                 | 6:30 a.m.          | 7:15 a.m.             |
| 8:00 a.m.                                 | 8:30 a.m.          | 9:15 a.m.             |
| 9:00 a.m.                                 | 9:30 a.m.          | 10:15 a.m.            |
| 10:30 a.m.                                | 11:00 a.m.         | 11:45 a.m.            |
| 11:30 a.m.                                | 12:00 m            | 12:45 p.m.            |
| 2:00 p.m.*                                | 2:30 p.m.          | 3:15 p.m.             |
| 3:00 p.m.                                 | 3:30 p.m.          | 4:15 p.m.             |
| 4:00 p.m.*                                | 4:30 p.m.          | 5:15 p.m.             |

\*Días domingos únicamente.

- Producción de mangos, cítricos, granos básicos y hortalizas que se podrían vender a los turistas frescos o procesados.
- Producción de jabón de sábila, pan, rosquillas, los cuales pueden ser ofertados a los turistas.
- Abundante producción de arena, la cual podría facilitar mucho la construcción al no tener que transportarla desde grandes distancias.

- El poseer los Ríos Yeguaré y Eliotuna y las quebradas El Molino, El Pescado, La Cascadita.
- Las fincas de personas allegadas a la comunidad, principalmente la Finca Hueso Quebrado.
- Existe gente capacitada en la comunidad.

**4.4.4.2 Oportunidades.** El desarrollo turístico de Galeras presenta las siguientes oportunidades:

- Existe una llegada de turistas inexplorada y una demanda potencial de servicios turísticos en Tegucigalpa.
- Existe interés por parte del Instituto Hondureño de Turismo de promover el turismo en el país a través de la ley de Zonas Libres Turísticas (ZOLT). Además, existe el interés por parte de este Instituto de desarrollar el turismo en la zona oriental de Honduras junto con las comunidades rurales, ya que en esta zona del país no ha existido mucho desarrollo turístico hasta el momento, a pesar de tener cierto potencial.
- La creación del Cluster de Empresarios de Turismo de la región del Yeguaré (CETUY) con apoyo de Zamorano. Los empresarios de este cluster están interesados en promover cualquier iniciativa turística en la región.
- El apoyo de Zamorano al desarrollo turístico de la región del Yeguaré, a través del Departamento de Desarrollo Rural y del proyecto UNIR.
- Su ubicación podría ser estratégica para establecer comedores los cuales podrían aprovechar los turistas que se dirigieran al Balneario los Chorros o a Güinope.

**4.4.4.3 Debilidades.** Galeras presenta muchas debilidades para desarrollarse turísticamente, entre ellas:

- Falta de apoyo de la población a cualquier iniciativa de desarrollo comunitario.
- Bajo nivel motivacional.
- Falta de cultura turística en los habitantes.
- Calle de acceso se deteriora en la época lluviosa.
- Ausencia de centro de servicios múltiples, puesto policial en la comunidad, canchas deportivas.
- Falta de un lugar que brinde alojamiento en la comunidad.

**4.4.4.4 Amenazas.** El desarrollo turístico presenta las siguientes amenazas potenciales de acuerdo a los pobladores de Galeras:

- Aumento del índice delincriminal.
- Instalación de un mayor número de cantinas.
- Mayor número de incendios forestales.
- Aumento de la drogadicción
- Mayor contaminación de los ríos y quebradas
- Problemas de salud como consecuencia de las amenazas anteriores.

#### 4.4.5 Listado de posibles subproyectos

De acuerdo a la lluvia de ideas realizada por los pobladores de Galeras, las siguientes son las actividades relacionadas con el turismo, en las que les interesaría trabajar y a las cuales deberían apoyar:

Cuadro 3. Importancia y prioridad de las actividades relacionadas con el turismo en las que la población de Galeras muestra interés.

|                  |              | <b>Importancia</b>  |                                        |             |
|------------------|--------------|---------------------|----------------------------------------|-------------|
|                  |              | <b>Alta</b>         | <b>Media</b>                           | <b>Baja</b> |
|                  | <b>Alta</b>  | Campaña de limpieza | Parque                                 |             |
|                  | <b>Media</b> | Restaurante         | Hortalizas orgánicas                   |             |
| <b>Prioridad</b> | <b>Baja</b>  | Publicidad          | Capacitación en alfarería y artesanías |             |

La campaña de concientización de manejo de la basura y aseo en general es la actividad de mayor importancia, pues en cualquier lugar la suciedad y mal aspecto en general hacen un lugar poco atractivo turísticamente. El grupo interesado en esta actividad es el patronato de Galeras (Anexo 5), el cual ordena a la población limpiar el área frente a sus casas en los días feriados y de fiestas. Fuera de esas ocasiones no existe programa permanente de limpieza en la comunidad.

El establecimiento de un restaurante rural especializado en comida típica es un proyecto de alta importancia, ya que la creación de un restaurante de este tipo en la zona podría tener mucho éxito aprovechando los turistas actuales y los potenciales. Existe un grupo conformado en su mayoría por mujeres interesado en este proyecto (Anexo 5).

**El apoyo a la conclusión de la construcción del parque comunitario es necesario, ya que este podría ser un atractivo turístico de Galeras en donde a través de venta de productos y servicios a los turistas, se podría generar ingresos para la comunidad. El grupo de mujeres Unión y Esfuerzo es el que muestra el mayor interés en este proyecto (Anexo 5).**

La producción de hortalizas orgánicas, que además de generar ingresos por la venta de hortalizas, podrían servir como lugar de agroturismo. Existe un horticultor interesado en desarrollar esta actividad (Anexo 5). La prioridad e importancia de esta actividad es media debido al tiempo que tomaría llegar a producir este tipo de hortalizas.

La capacitación en alfarería y artesanías podría ser una alternativa para diversificar el turismo en Galeras, y ofrecer otros productos. Existe en Galeras un alfarero que podría enseñar esta técnica, pero no existe un grupo interesado en desarrollar esta actividad, por lo que su prioridad es baja, aunque esta actividad tendría un buen impacto en el turismo de Galeras por lo que su importancia es mediana.

Para que exista una buena afluencia de turistas a un lugar es vital la publicidad. Esta sería la última prioridad debido a que antes de realizarla es necesario desarrollar proyectos turísticos comunitarios como restaurantes, hospedaje, parques y balnearios, que satisfagan condiciones básicas de limpieza, electrificación y otros servicios para los turistas. Sólo así se podrá ofrecer a los turistas lo que a ellos les agrada.

#### **4.5 ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD DE SUBPROYECTO**

De las actividades mencionadas por la comunidad, el establecimiento de un restaurante de comida típica hondureña es una actividad de alta importancia que posee un grupo interesado en el establecimiento al cual le generaría ingresos si el proyecto es viable.

#### **4.5.1 Estudio de mercado**

En este estudio se muestra las características que el mercado busca en un restaurante, la oferta, demanda, precios existentes y potenciales, así como un análisis de estos.

**4.5.1.1 Descripción del servicio de restaurante.** El restaurante se especializará en servir comida típica hondureña de calidad a un precio razonable. Preparará comida para consumir en el restaurante, comida lista para llevar, semipreparada lista para calentar, carne solamente sazonada listas para asar, comida por encargos. Tendrá un menú amplio que incluya platos de comida normal y especialidades de la casa. Contará con servicios sanitarios, lavamanos, parqueo, juegos para niños, música y televisión. También venderá refrescos naturales, embotellados y bebidas alcohólicas como cerveza, las cuales se venderán a un máximo de tres por persona.

El restaurante deberá cumplir con las normas sanitarias establecidas por la Secretaría de Salud Pública y fundamentará su calidad en la atención y servicio al cliente, para hacer sentir al cliente como si estuviera en su propia casa.

**4.5.1.2 Análisis de la demanda.** Para este análisis se toma en cuenta el perfil del consumidor que se desea y las cantidades y características de la demanda actual y potencial.

Perfil del consumidor: el producto está dirigido a familias, grupos o personas individuales que visitan el municipio de Güinope, con poder adquisitivo medio, que gustan de la comida típica hondureña preparada de una manera tradicional.

Demanda actual: la mayoría de los usuarios de los comedores locales son gente de las comunidades vecinas que viaja en los buses de transporte colectivo, los cuales hacen escala en estos comedores, aunque en días feriados y fines de semana algunos visitantes también hacen uso de ellos. El Cuadro 4 muestra la cantidad aproximada de personas que utilizan los comedores a lo largo del año.

Cuadro 4. Cantidad aproximada de personas que visitan los comedores de la zona.

| Tipo de día          | Cantidad<br>(días/año) | Clientes<br>(personas/día) | Total<br>(personas/año) | %           |
|----------------------|------------------------|----------------------------|-------------------------|-------------|
| <b>Ordinarios</b>    | 250                    | 120                        | 30,000                  | 60.33%      |
| <b>Fin de semana</b> | 104                    | 150                        | 15,600                  | 31.38%      |
| <b>Feriados</b>      | 11                     | 327                        | 4,112 <sup>a</sup>      | 8.27%       |
| <b>Total</b>         | <b>365</b>             |                            | <b>49,712</b>           | <b>100%</b> |

Fuente: Propietarios de los comedores Lizapa y El Rinconcito.

<sup>a</sup>Incluye 515 platos de comida encargados al comedor El Rinconcito.

Demanda potencial: Con el propósito de calcular la demanda potencial, se hacen las siguientes consideraciones:

- Las ventas en el futuro a usuarios actuales seguirán el mismo patrón de distribución de ventas por tipo de día y por tipo de plato, en el cual el 60.35% de las ventas anuales se realizan de lunes a viernes, 31.38% los fines de semana y 7.24% los días feriados. La proporción del número de platos normales y especiales vendidos es de 1:1 en los comedores de la zona y las ventas por encargos han sido de 515 platos (dato de comedor El Rinconcito únicamente). En el Cuadro 5 se muestran las ventas actuales y el porcentaje de cada tipo de plato de comida, distribución que se cree que permanecerá constante.

Cuadro 5. Distribución de las ventas actuales de acuerdo al tipo de plato

| Tipo de plato | %             | Ventas        |
|---------------|---------------|---------------|
| Normal        | 49.48         | 24,599        |
| Especial      | 49.48         | 24,599        |
| Encargo       | 1.04          | 515           |
| <b>Total</b>  | <b>100.00</b> | <b>49,712</b> |

Fuente: Propietarios de comedores de la zona.

- Se estima que un 50% de los usuarios consumen refrescos embotellados, un 20% refrescos naturales, un 20% cerveza y un 10% no consumen ninguna de estas bebidas. Los consumidores de cerveza consumen en promedio dos cervezas.
- Las personas que visitan Galeras llevan sus propios alimentos. Estos pueden ser clientes potenciales del restaurante si se logra posicionarse a través de una estrategia mercadotécnica. La afluencia de visitantes a los principales lugares de Galeras se muestra en el Cuadro 6.

• Cuadro 6. Afluencia de visitantes a Galeras por mes.

| Mes          | No. de Visitantes    |                                                          |                            |              |
|--------------|----------------------|----------------------------------------------------------|----------------------------|--------------|
|              | Chorros <sup>a</sup> | Parque Comunitario, cascadita y río Yeguaré <sup>*</sup> | Río Eliotuna <sup>b*</sup> | Total        |
| Enero        | 290                  | 77 <sup>c</sup>                                          |                            | 367          |
| Febrero      | 480                  | 106 <sup>c</sup>                                         |                            | 586          |
| Marzo        | 1,040                | 174 <sup>d</sup>                                         |                            | 1,214        |
| Abril        | 1,980                | 360 <sup>d</sup>                                         | 90                         | 2,430        |
| Mayo         | 1,200                | 180 <sup>d</sup>                                         |                            | 1,380        |
| Junio        | 720                  | 142 <sup>c</sup>                                         |                            | 862          |
| Julio        | 200                  | 63 <sup>c</sup>                                          |                            | 263          |
| Agosto       | 200                  | 63 <sup>c</sup>                                          |                            | 263          |
| Septiembre   | 240                  | 74 <sup>d</sup>                                          |                            | 314          |
| Octubre      | 280                  | 65 <sup>d</sup>                                          |                            | 345          |
| Noviembre    | 200                  | 63 <sup>c</sup>                                          |                            | 263          |
| Diciembre    | 250                  | 71 <sup>c</sup>                                          | 24                         | 345          |
| <b>Total</b> | <b>7,080</b>         | <b>1,439</b>                                             | <b>114</b>                 | <b>8,633</b> |

<sup>a</sup>Fuente: Propietarios del Balneario los Chorros.

<sup>b</sup>Fuente: Miembros de la comunidad. Incluye únicamente la parte del río Eliotuna cercana a Escuela Alvaro Contreras.

<sup>c</sup>Fuente: Cálculo realizado en base a un análisis de regresión entre visitantes del Balneario Los Chorros y visitantes del Parque Comunitario donde el número de visitantes al parque es igual a 32.92 más el producto 0.15 por el número de visitantes a los chorros.

<sup>d</sup>Fuente: Grupo Unión y Esfuerzo. Los datos sobre el río Yeguaré incluyen únicamente la parte de este río cercana al Parque Comunitario.

- Se espera que los visitantes que se transformen en usuarios del restaurante tendrán un comportamiento similar al de los usuarios actuales en cuanto a preferencias por tipo de plato de comida.

Tomando en cuenta las consideraciones anteriores, la demanda potencial es de 49,712 usuarios actuales y 8,633 visitantes potenciales. El posicionamiento y participación en este mercado depende de una buena estrategia mercadotécnica.

Análisis de la demanda: los usuarios actuales por ser personas que en su mayoría hacen uso del transporte colectivo compran en el comedor de preferencia del conductor del bus, por lo que hay que tomar muy en cuenta a éste para tener participación en el mercado.

La mayoría de los 8,633 visitantes de Galeras llevan sus propios alimentos desde Tegucigalpa. Esto se debe a que no tienen conocimiento de la existencia de restaurantes en los que puedan encontrar comida de calidad y de lugares en la aldea donde puedan encontrar las materias primas para la preparación de los alimentos. Además, Los Chorros presenta la facilidad para preparar alimentos en el lugar, lo que estimula que los visitantes lleven su propia comida semipreparada lista para calentar y asar.

Proyección de la demanda: para fines de este estudio de prefactibilidad se estima que la cantidad de personas que llegan a los comedores y lugares turísticos de Galeras se mantendrá constante en los próximos años. No se puede hacer un análisis de la tendencia de la demanda a través de los años debido a que no se cuenta con registros que puedan servir de base para realizar esta proyección.

**4.5.1.3 Análisis de la oferta.** Para este análisis se considera quiénes son los ofertantes actuales, cuáles son sus características y qué volumen producen para hacer una proyección de la oferta y determinar cual es el mercado para el proyecto.

Oferta regional: en el área desde Zamorano hasta Güinope, excluyendo estos dos lugares, existen dos comedores que ofrecen comida similar a la que se espera ofrecer. Estos comedores son El Rinconcito y Lizapa.

Características de los principales ofertantes: El comedor El Rinconcito posee una capacidad de 40 personas. Prepara comida típica o de otro tipo si ésta es encargada, ya sea para llevar o para comer en el lugar. Atiende a visitantes, reuniones sociales y eventos. Cuenta con servicios sanitarios y agua potable. Posee permiso de la Secretaría de Salud Pública para funcionar. La variación en el menú diario consiste en la preparación de dos tipos de platos (normal y especial) que se venden en iguales proporciones. La diferencia entre ambos platos consiste en que las porciones del plato especial son más grandes e incluye porciones de otros alimentos de mayor valor.

El Comedor Lizapa tiene una capacidad para 40 personas. Prepara mayor variedad de comida que el comedor El Rinconcito, la cual puede ser consumida en el lugar o empacada para llevar. Producen repostería. Posee servicios sanitarios, agua potable, parqueo, televisión y música. Una parte de la comida es producida en la finca de los propietarios del comedor. Junto con el comedor se encuentra una pulpería con un amplio surtido de productos. La variación en el menú diario también consiste en la preparación de dos tipos de platos, uno normal y otro especial, cuya diferencia es igual a la que se hace en el comedor El Rinconcito.

Volumen producido: la cantidad ofertada se iguala a la cantidad demandada debido a que se prepara únicamente lo que va a ser vendido, así, el volumen producido es de 49,195 platos de comida, de los cuales de acuerdo a los propietarios un 49.48% de los platos son normales, 49.48% son especiales y 1.05% son platos por encargos.

Proyección de la oferta: los propietarios de los comedores locales no planean hacer expansiones, ni usan una estrategia para influir en el mercado fuertemente, por lo que se

estima que la cantidad ofertada en los comedores locales se mantendrá constante. Además no se tiene conocimiento de otras personas o grupos interesados en establecer un nuevo comedor en la zona.

Mercado para el proyecto: Ante la situación descrita, existe campo para establecer restaurantes, siempre y cuando se logre una participación adecuada del mercado. Por lo tanto, el restaurante deberá tener como meta posicionarse de los porcentajes de mercado mostrados en el Cuadro 7.

Cuadro 7. Porcentaje de participación de mercado meta para el restaurante.

| Año | Demanda actual |          | Visitantes |          | Total         |
|-----|----------------|----------|------------|----------|---------------|
|     | %              | Cantidad | %          | Cantidad |               |
| 1   | 15             | 7,457    | 10         | 863      | <b>8,320</b>  |
| 2   | 20             | 9,942    | 20         | 1,727    | <b>11,669</b> |
| 3   | 25             | 12,428   | 30         | 2,590    | <b>15,018</b> |
| 4   | 30             | 14,914   | 40         | 3,453    | <b>18,367</b> |
| 5   | 35             | 17,399   | 50         | 4,317    | <b>21,716</b> |

Siguiendo la distribución de las ventas de acuerdo al tipo de fecha, si se cumplen las metas de posicionamiento, las ventas a los usuarios actuales y a los visitantes proyectadas para los primeros cinco años se muestra en el Cuadro 8.

Cuadro 8. Cantidad de clientes esperados por tipo de día.

| Año | Tipo de día     | Ventas a:         |              | Total         |
|-----|-----------------|-------------------|--------------|---------------|
|     |                 | Usuarios actuales | Visitantes   |               |
| 1   | Ordinarios      | 4,500             | 521          | 5,021         |
|     | Fines de semana | 2,340             | 271          | 2,611         |
|     | Feriados        | 617               | 71           | 688           |
|     | <b>Total</b>    | <b>7,457</b>      | <b>863</b>   | <b>8,320</b>  |
| 2   | Ordinarios      | 6,000             | 1,042        | 7,042         |
|     | Fines de semana | 3,120             | 542          | 3,662         |
|     | Feriados        | 822               | 143          | 965           |
|     | <b>Total</b>    | <b>9,942</b>      | <b>1,727</b> | <b>11,669</b> |
| 3   | Ordinarios      | 7,500             | 1,563        | 9,063         |
|     | Fines de semana | 3,900             | 813          | 4,713         |
|     | Feriados        | 1,028             | 214          | 1,242         |
|     | <b>Total</b>    | <b>12,428</b>     | <b>2,590</b> | <b>15,018</b> |
| 4   | Ordinarios      | 9,000             | 2,084        | 11,084        |
|     | Fines de semana | 4,680             | 1,084        | 5,764         |
|     | Feriados        | 1,234             | 286          | 1,519         |
|     | <b>Total</b>    | <b>14,914</b>     | <b>3,453</b> | <b>18,367</b> |
| 5   | Ordinarios      | 10,500            | 2,605        | 13,105        |
|     | Fines de semana | 5,460             | 1,355        | 6,815         |
|     | Feriados        | 1,439             | 357          | 1,796         |
|     | <b>Total</b>    | <b>17,399</b>     | <b>4,317</b> | <b>21,716</b> |

**4.5.1.4 Análisis de precios.** En una investigación directa realizada en los comedores locales, se observó poca variación en los precios y en los tipos de platos de comida. El precio para plato normal oscilaban entre 15 y 20 Lps., el del plato especial entre 25 y 30 Lps., mientras que el plato de comida por encargo entre 20 y 30 Lps. De acuerdo a esto, si el plato de comida normal se vende a un precio de 20 Lps., el especial a 30 y el encargado a 30 Lps., se tendría un precio similar a la competencia, lo que no afectaría en la decisión de los consumidores que buscan conveniencia de precios, y se tendría ventaja competitiva al ofrecer mejor servicio y calidad.

**4.5.1.5 Plan de mercadotecnia.** Este plan identifica las amenazas y oportunidades que podrían tener repercusiones en el futuro, los objetivos de la empresa y los problemas que afectarán a estos objetivos, la estrategia mercadotécnica y el programa acción a seguir.

Amenazas y oportunidades: las amenazas que se podrían presentar son:

- Los propietarios de los comedores locales al ver que el proyecto gane participación en el mercado podrían bajar sus precios para ganar más clientes o realizarían mejoras en la calidad y en el servicio.
- El establecimiento de otros comedores en la zona por parte de empresarios más preparados.
- La disminución en la afluencia de visitantes debido a la construcción de una vía alterna entre Tegucigalpa y Güinope o al mal estado de la carretera a Galeras.
- Los usuarios de los comedores locales piensen que es un restaurante únicamente para turistas y no hacen uso del restaurante.

Las oportunidades que se presentan son:

- Incremento en la llegada de turistas a Galeras por un crecimiento en el mercado demandante de servicios turísticos.
- Posibilidad de obtener beneficios al afiliarse al Cluster de Empresarios de Turismo del Yeguaré (CETUY).
- Apoyo de Zamorano en las diversas actividades de establecimiento y manejo del restaurante.

Objetivos y problemas: los objetivos que el restaurante busca con el plan de mercadotecnia son los siguientes:

- Tener una participación del mercado de usuarios actuales del 15% para el primer año e incrementar esta cantidad en 5% anualmente hasta el quinto año, para lograr la sobrevivencia y posicionamiento del restaurante en los primeros años, cuando la participación en el mercado de los visitantes es baja.
- Tener una participación del mercado de usuarios actuales de 10% para el primer año e incrementar esta cantidad en 10% anualmente hasta el quinto año.
- Lograr obtener una adecuada rentabilidad para los socios del restaurante.

Obtener las metas de participación de mercado puede afrontar los problemas de que los usuarios prefieran a los comedores actuales sobre el nuestro y los visitantes actuales sigan prefiriendo llevar sus propios alimentos.

Estrategia de mercadotecnia: la estrategia para tomar participación en el mercado de usuarios actuales es platicar con los motoristas de los buses de transporte colectivo y ofrecerles comida gratis, de manera que cuando realicen un viaje se paren en el restaurante y no en los comedores actuales. También poner a disposición de éste y los pasajeros del bus los servicios sanitarios y comida para llevar que podrían consumir durante el viaje.

Para tomar participación en el mercado de los visitantes se utilizará promoción a través del uso de rótulos y pancartas a la orilla del camino que señalen la localización del restaurante, trifolios y carteles con información del restaurante distribuidos en los balnearios de la zona, en el Puesto de Ventas y Centro W. K. Kellogs de Zamorano. Además, se les ofrecerá servicios de información de la región y se les venderá comida preparada lista para llevar o sólo condimentada lista para que ellos la puedan preparar en los balnearios.

Parte de la estrategia para posicionarse de ambos mercados será ofrecer mayor calidad en los alimentos y en el servicio que los comedores actuales a un precio similar, para que los consumidores se sientan a gusto y con ganas de regresar.

Programa de acción: Un trimestre antes de la inauguración del restaurante se comenzará a platicar con los conductores de buses sobre la idea para que estén preparados cuando sea la apertura del restaurante. Los trifoldios se mandarán a hacer con dos meses de anticipación para tenerlos listos antes de la apertura. Un rótulo, pancarta y carteles que avisen la pronta apertura se pondrán con un mes antes de ésta, al mismo tiempo que se comenzará a distribuir los trifoldios. Una vez realizada la apertura se continuará usando la publicidad antes mencionada.

#### **4.5.2 Estudio técnico**

En este estudio se muestra la localización óptima del restaurante, el tamaño de éste, las características del proceso productivo y los requerimientos técnicos para el establecimiento de un restaurante.

**4.5.2.1 Localización.** Para determinar la localización del restaurante, los principales factores a considerar fueron la cercanía a la calle principal que pasa por Galeras, para que los clientes puedan tener mejor acceso; y cercanía a tomas de agua y red de energía eléctrica para asegurar dichos recursos a un bajo costo de instalación.

Macrolocalización: la macrolocalización del restaurante debe ser la aldea de Galeras, debido a que allí se realizó el estudio y se organizó a un grupo para dicho fin. La ventaja de la zona es que posee factores locales como la fuerte afluencia de visitantes y viajeros de Tegucigalpa y comunidades vecinas.

Además, a tan sólo 12 km. se encuentra la Escuela Agrícola Panamericana, El Zamorano, donde laboran más de 800 empleados que podrían ser clientes potenciales. También los habitantes de Galeras son fuertes consumidores de platos típicos livianos como enchiladas, nacatamales y postres, por lo que podrían ser clientes potenciales.

Asimismo, Galeras cuenta con disponibilidad de agua, energía eléctrica, servicio de transporte colectivo y mano de obra del sexo femenino, las cuales pueden ser capacitadas y entrenadas para las funciones a realizar en el restaurante.

Microlocalización: el restaurante debería estar localizado junto a la carretera que conduce a Güinope o al balneario Los Chorros para que los visitantes lo puedan visualizar desde la calle y tengan fácil acceso.

Localización y características de los proveedores: la principal fuente de materias primas será el Puesto de Ventas de Zamorano, ubicado a 12 km. de Galeras. Este proveedor ofrece alimentos frescos y procesados de calidad, aunque presenta el problema que los precios son superiores a los de los supermercados de Tegucigalpa y no manejan volúmenes constantes de productos a lo largo del año.

Otra fuente de materias primas y equipo serán los supermercados de Tegucigalpa, donde se asegura la existencia del producto que se espera comprar. Finalmente, otras fuentes de materias serán los productores y pulperías locales, los cuales a pesar de no ofrecer gran variedad de productos dan un precio más bajo.

**4.5.2.2 Tamaño y diseño del restaurante.** Los principales factores condicionantes del tamaño son la disponibilidad de capital para realizar las construcciones y la disponibilidad de terreno en las zonas aledañas a la carretera.

Tamaño seleccionado: el tamaño del local que minimice los costos de construcción y que satisfaga las características demandadas debe ser de 20 m<sup>2</sup> de área de cocina, 50 m<sup>2</sup> de área de mesas, 25 m<sup>2</sup> de área de juegos infantiles, 5 m<sup>2</sup> de servicios sanitarios y 50 m<sup>2</sup> de parqueo (Figura 7).

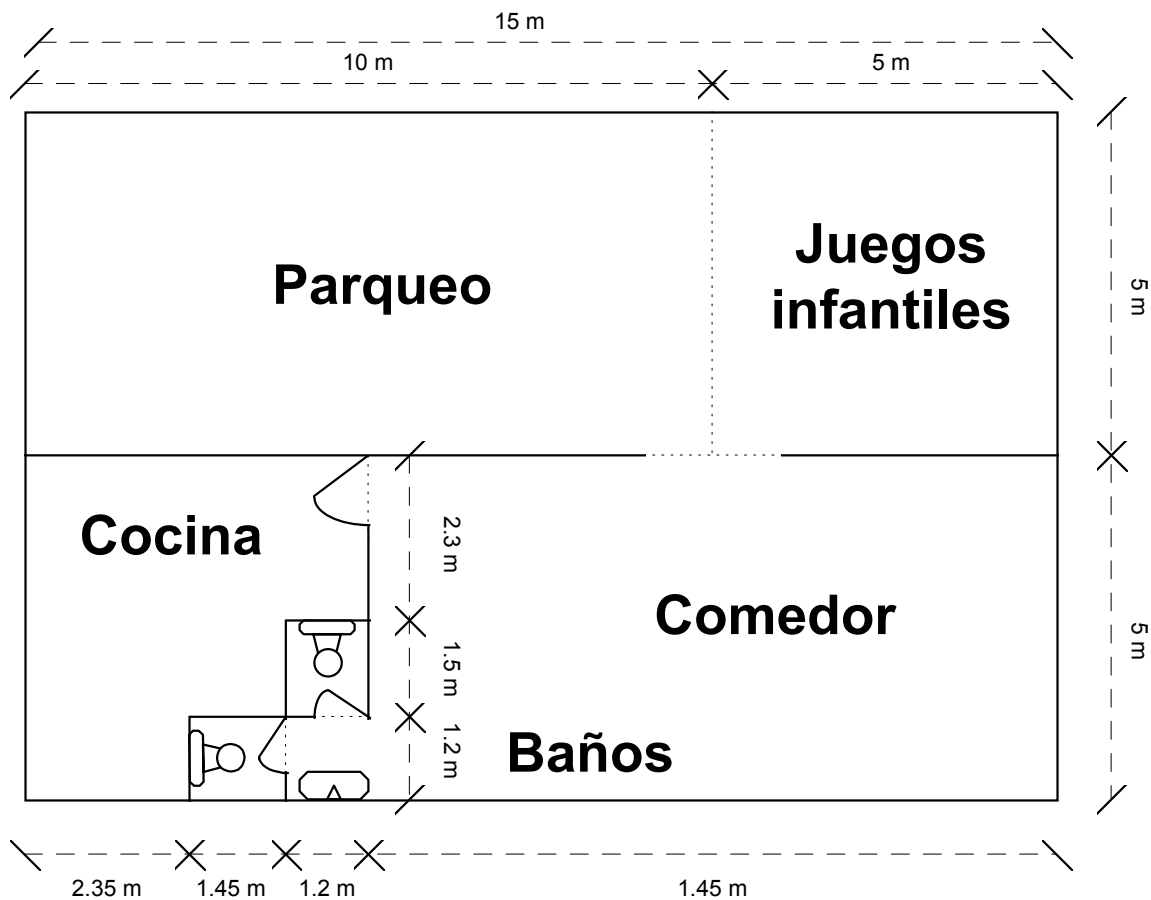


Figura 7. Diagrama de las principales áreas del restaurante.

Características del diseño del local: el restaurante tendrá una apariencia de rancho de paja, estará decorado con plantas y artesanías hondureñas para darle la apariencia de restaurante típico. La zona de la cocina será cerrada, la zona de las mesas será semiabierta, ya que estará rodeado de una cerca de madera un metro de alto, y la zona de parqueo y juegos infantiles será al aire libre.

**4.5.2.3 Proceso productivo.** Para analizar el proceso productivo es importante conocer el flujo del proceso productivo, el manejo en cada etapa del proceso, las normas de calidad y los sistemas de control a seguir.

Flujo de proceso: la preparación de los alimentos consta de cuatro grandes fases: compra de materias primas, preparación previa (lavado y cortado) preparación propiamente dicha (cocción y mezcla) y distribución. Estas fases y subfases se pueden ver en la Figura 8.

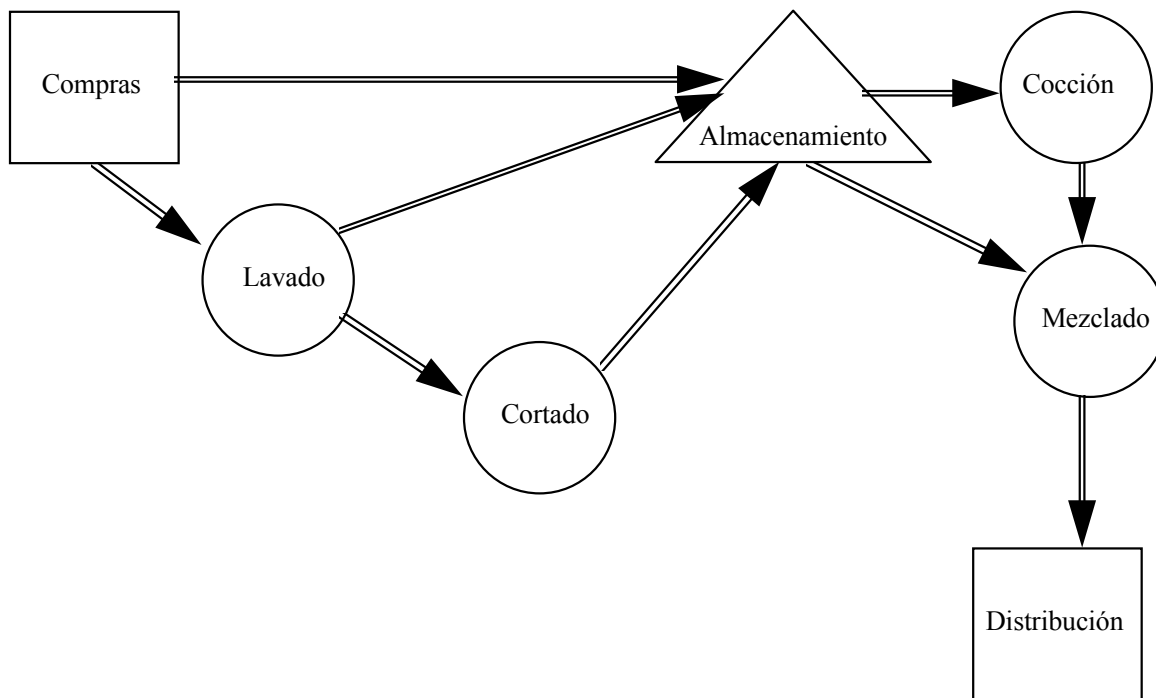


Figura 8. Diagrama gráfico del flujo de procesamiento de los alimentos.

Manejo de materiales: una vez recibidas las materias primas serán clasificadas en secas, perecederas y menos perecederas. Las materias primas secas serán almacenados en empaque cerrado a temperatura ambiente; las menos perecederas serán lavadas, cortadas en porciones y almacenadas en empaque cerrado a temperatura ambiente o en refrigeración; las perecederas serán lavadas y cortadas en porciones y luego se pondrán a ser refrigeradas o congeladas. Antes de ser consumidas se someterán al proceso de preparación específico para el tipo de alimento que se desea.

Normas de calidad del restaurante: el restaurante deberá cumplir con todas las normas que establece la Secretaría de Salud Pública, entre otras. Estas normas son:

- Buena higiene dentro del restaurante, en sus alrededores, en los utensilios de cocina, en el equipo y en los empleados.
- No tener animales dentro del restaurante ni en sus alrededores.
- Estar al día con el vencimiento de los productos.
- Uso únicamente de agua potable para la preparación de los alimentos.
- Fumigaciones trimestrales o cuando existan brotes de plagas.
- No se guardará alimentos junto con gas, gasolina, veneno, desinfectante u otros productos químicos que puedan contaminar los alimentos.
- Los alimentos se deberán partir en porciones para ser congelados, así sólo se descongelará lo que se use.
- El descongelado de los alimentos se hará bajo refrigeración para evitar desarrollo bacterial.

- La apariencia, consistencia y sabor de los alimentos deberán ser los esperados por los consumidores.

Sistemas de control: los sistemas de control a usar en el restaurante serán los siguientes:

- Control de costos a través del uso de registros y del control del tamaño de las porciones.
- Control de inventario a través de registros contables usando la técnica primero en entrar, primero en salir (PEPS). En este también se vigilará la fecha de vencimiento de los productos enlatados y envasados.
- Control de sobrantes, registrando la cantidad por tipo de comida y por fecha.
- Control de mano de obra a través de la delegación de funciones específicas.
- Control del grado de satisfacción del cliente a través de encuestas de opinión
- Se establecerá otros controles de acuerdo a la receta para darle la calidad deseada al alimento.

**4.5.2.4 Tecnología seleccionada.** Es importante seleccionar el nivel tecnológico a utilizar para conocer el requerimiento de equipo, insumos, mano de obra, servicios y asistencia técnica a utilizar. Existe una amplia gama de equipo disponible para ser utilizados en un restaurante, desde equipos industriales hasta equipos y utensilios rudimentarios de uso casero. Para este caso la tecnología a utilizar consistirá en el uso de los utensilios comúnmente utilizados en la cocina rural debido a su bajo costo y la familiaridad de la población con éstos.

Requerimiento y costos de maquinaria y equipo: para este proyecto se requerirá de la maquinaria y equipo que se muestra en el Cuadro 9.

Cuadro 9. Maquinaria y equipo necesario.

| Concepto                    | Unidades | Valor unitario (Lps.) | Total (Lps.) |
|-----------------------------|----------|-----------------------|--------------|
| Estufa de cuatro quemadores | 1        | 5000                  | 5000         |
| Fogón                       | 4        | 350                   | 1400         |
| Refrigeradora               | 1        | 6000                  | 6000         |
| Juego de ollas (7 piezas)   | 2        | 800                   | 1600         |
| Utensilios de cocina        | 2        | 150                   | 300          |
| Licuada                     | 2        | 500                   | 1000         |
| Juego de cubiertos          | 4        | 160                   | 640          |
| Vajilla de 20 piezas        | 10       | 260                   | 2600         |
| Vasos                       | 20       | 10                    | 200          |
| Jarras 3lts.                | 10       | 45                    | 450          |

Requerimiento y costo de insumos: es necesario tener una cantidad de bebidas y materias primas para la elaboración de los platos igual a la cantidad que se espera vender. La cantidad de materia prima para cada tipo de plato y de bebidas a necesitar en los primeros cinco años se muestra en el Cuadro 10.

Cuadro 10. Cantidad de materias primas para cada tipo de plato y cantidad de bebidas requeridas.

| Concepto                               | Cantidad por Año |        |        |        |        |
|----------------------------------------|------------------|--------|--------|--------|--------|
|                                        | 1                | 2      | 3      | 4      | 5      |
| Materia prima para platos normales     | 4,117            | 5,773  | 7,430  | 9087   | 10744  |
| Materias prima para platos especiales  | 4,117            | 5,773  | 7,430  | 9,087  | 10,744 |
| Materias prima para platos por encargo | 87               | 122    | 157    | 192    | 227    |
| Refrescos embotellado                  | 12,653           | 17,747 | 22,840 | 27,933 | 33,026 |
| Refresco Natural                       | 4,992            | 7,001  | 9,011  | 11,020 | 13,029 |
| Cervezas                               | 19,968           | 28,006 | 36,043 | 44,080 | 52,118 |

De acuerdo a los propietarios de los comedores de la zona el costo aproximado de las materias primas directas que se utilizan para elaborar un plato de comida normal es de 17 Lps., uno especial de 22 Lps. y uno por encargo de 24.20 Lps. El costo unitario de un refresco embotellado es de 3.04 Lps., el de una cerveza de 6 Lps. y el de un refresco natural de 3 Lps. Los costos de las bebidas y las materias primas para la elaboración de los platos se muestran en el Cuadro 11.

Cuadro 11. Costos por concepto de comida y bebida.

| Concepto                | Año            |                |                |                |                |
|-------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
|                         | 1              | 2              | 3              | 4              | 5              |
| Platos normales         | 69,981         | 98,148         | 126,316        | 154,483        | 182,651        |
| Platos especiales       | 90,563         | 127,015        | 163,468        | 199,920        | 236,372        |
| Platos por encargo      | 2,108          | 2,956          | 3,805          | 4,653          | 5,501          |
| <b>Subtotal comida</b>  | <b>162,651</b> | <b>228,120</b> | <b>293,588</b> | <b>359,056</b> | <b>424,525</b> |
| Refrescos embotellado   | 12,653         | 17,747         | 22,840         | 27,933         | 33,026         |
| Refresco Natural        | 4,992          | 7,001          | 9,011          | 11,020         | 13,029         |
| Cervezas                | 19,968         | 28,006         | 36,043         | 44,080         | 52,118         |
| <b>Subtotal bebidas</b> | <b>37,614</b>  | <b>52,754</b>  | <b>67,893</b>  | <b>83,033</b>  | <b>98,173</b>  |
| <b>Total</b>            | <b>200,265</b> | <b>280,873</b> | <b>361,481</b> | <b>442,090</b> | <b>522,698</b> |

El costo del plato de comida por encargo es de 24.2 Lps., pues incluye 2.20 Lps. costo de platos, vasos y cubiertos desechables. Además del material desechable usado para la comida por encargo, es necesario tener una reserva para imprevistos. Los costos y requerimientos de material se detalla en el Cuadro 12.

Cuadro 12. Costo de artículos desechables para imprevistos.

| Insumo                | Cantidad para: |             | Unidad de Venta | Costo unitario (Lps.) | Total Anual |
|-----------------------|----------------|-------------|-----------------|-----------------------|-------------|
|                       | Encargos       | Imprevistos |                 |                       |             |
| Platos desechables    | 4              | 4           | 25 unidades     | 12                    | 96          |
| Vasos desechables     | 85             | 100         | Unidad          | 1                     | 185         |
| Cucharas desechables  | 4              | 4           | 25 unidades     | 6                     | 48          |
| Cuchillos desechables | 4              | 4           | 25 unidades     | 6                     | 48          |
| Tenedores desechables | 4              | 4           | 25 unidades     | 6                     | 48          |
| <b>Total</b>          |                |             |                 |                       | <b>425</b>  |

Además de las materias primas es necesario algunos insumos para la limpieza y sanidad del restaurante. La cantidad y costos de estos insumos requeridos anualmente se detalla en el Cuadro 13.

Cuadro 13. Costo de los insumos para limpieza requeridos por el restaurante.

| Insumo                | Cantidad | Unidad       | Costo unitario (Lps.) | Total anual  |
|-----------------------|----------|--------------|-----------------------|--------------|
| Detergente Xedex      | 26       | 1500 gr.     | 25.00                 | 650          |
| Jabón Suprema         | 520      | marquetilla  | 2.20                  | 1,144        |
| Jabón Maravilla       | 156      | marquetilla  | 6.50                  | 1,014        |
| Pastes                | 260      | unidad       | 2.50                  | 650          |
| Insecticida Baygón    | 12       | bote 375 ml. | 49.00                 | 588          |
| Desinfectante Azistín | 52       | gal.         | 39.50                 | 2,054        |
| Cloro                 | 26       | gal.         | 27.50                 | 715          |
| <b>Total</b>          |          |              |                       | <b>6,815</b> |

Para un adecuado abastecimiento de materias primas se deberán comprar tres veces a la semana para asegurar el buen abastecimiento de materias primas y la frescura de los alimentos, para ello se realizarán tres viajes a la semana a Zamorano y dos al mes a Tegucigalpa. Los viáticos para comprar alimentos a Zamorano serán de 10 Lps. por viaje y para las compras en Tegucigalpa de 50 Lps. por viaje, la cantidad de viajes al año a Zamorano será de 156 por año y a Tegucigalpa de 24 por año.

Requerimiento y costo de servicios: el restaurante demandará de los servicios de energía eléctrica y agua potable. Para la energía eléctrica se espera pagar una mensualidad de 150 Lps. pues es un promedio aproximado para el comedor Lizapa. Para el agua se espera pagar 32 Lps. mensuales, ya que se paga 8 Lps. mensuales por cada llave instalada y se planea tener 4. Con esto, el costo total anual de los servicios públicos será de 2,184 Lps.

Requerimiento de asistencia técnica: es necesario capacitar a los involucrados en el restaurante en la preparación de platos de comida, administración y servicio al cliente. La capacitación para la preparación de los platos y servicio al cliente podría ser provista por el Instituto de Formación Profesional (INFOP) y la capacitación en administración y asistencia técnica por Zamorano.

Requerimientos y costos de mano de obra: será necesario un administrador, dos cocineras y dos meseras. Las cocineras y meseras trabajarán en un turno de ocho horas diarias, siendo el primer turno de 5:00 a.m. a 1:00 p.m., y el segundo de 11:00 a.m. a 7:00 p.m. El horario del administrador será de 9:00 a.m. a 5:00 p.m. Los sueldos de los empleados se detallan en el Cuadro 14.

Cuadro 14. Sueldo de empleados del restaurante.

| Puesto        | Sueldo           |                    |                   |
|---------------|------------------|--------------------|-------------------|
|               | Anual (Lps./año) | Mensual (Lps./mes) | Diario (Lps./día) |
| Administrador | 18,000           | 1,500              | 50                |
| Cocinera 1    | 12,000           | 1,000              | 33.33             |
| Cocinera 2    | 12,000           | 1,000              | 33.33             |
| Mesera 1      | 9,600            | 800                | 26.67             |
| Mesera 2      | 9,600            | 800                | 26.67             |
| <b>Total</b>  | <b>61,200</b>    | <b>5,100</b>       | <b>21.25</b>      |

Todos los empleados gozarán de los beneficios y prestaciones laborales que exige la ley, como lo son estar bajo el Régimen de Aportaciones Privadas-Fondo Social para la Vivienda (RAP-FOSOFI), preaviso, cesantía, treceavo, catorceavo y vacaciones remuneradas. Las tasas de aplicación se muestran en el Cuadro 15.

Cuadro 15. Tasa de aplicación de las prestaciones y beneficios laborales.

| Categorías            | Tasa                          |                                          |                                 |
|-----------------------|-------------------------------|------------------------------------------|---------------------------------|
|                       | Preaviso<br>(días de trabajo) | Auxilio de cesantía<br>(días de trabajo) | Vacaciones<br>(días de trabajo) |
| 2 meses a < a 3 meses | 1                             | 0                                        | 0                               |
| 3 meses a < 6 meses   | 7                             | 10                                       | 0                               |
| 6 meses a < 1 año     | 15                            | 20                                       | 0                               |
| 1 año a < 2 años      | 30                            | 30                                       | 10                              |
| 2 año a < 3 años      | 60                            | 60                                       | 12                              |
| 3 año a < 4 años      | 60                            | 90                                       | 15                              |
| 4 año a < 5 años      | 60                            | 120                                      | 20                              |
| 5 años en adelante    | 60                            | 30/año hasta 15 años                     | 25                              |

El Régimen de Aportaciones Privadas-Fondo Social para la Vivienda (RAP-FOSOFI), tiene por objeto crear un fondo que permita al empleado disponer en el futuro de préstamos a tasas preferenciales, que le permitan invertir en vivienda. Tanto el empleado como la Junta Directiva del restaurante harán un aporte mensual del 1.5% del sueldo del empleado. El Cuadro 16 muestra las aportaciones a dicho fondo realizadas por el empleado y la Junta Directiva a dicho fondo.

Cuadro 16. Aportaciones realizadas al RAP-FOSOVI.

| Puesto        | Aportación (Lps.) |                 |          |                 |             |
|---------------|-------------------|-----------------|----------|-----------------|-------------|
|               | Mensual           |                 | Anual    |                 | Aporte      |
|               | Empleado          | Junta Directiva | Empleado | Junta Directiva | Total anual |
| Administrador | 22,5              | 22,5            | 270      | 270             | 540         |
| Cocinera 1    | 15                | 15              | 180      | 180             | 360         |
| Cocinera 2    | 15                | 15              | 180      | 180             | 360         |
| Mesera 1      | 12                | 12              | 144      | 144             | 288         |
| Mesera 2      | 12                | 12              | 144      | 144             | 288         |

El preaviso le permitirá al empleado recibir indemnización al retirarse o ser despedido. Para esto se deberá crear un fondo. Las cantidades a destinar para dicho fondo se muestran en el Cuadro 17.

Cuadro 17. Cantidad de dinero a utilizar en el fondo de preaviso.

| Puesto        | Año          |              |
|---------------|--------------|--------------|
|               | 1 (Lps.)     | 2 (Lps.)     |
| Administrador | 1,500        | 1,500        |
| Cocinera 1    | 1,000        | 1,000        |
| Cocinera 2    | 1,000        | 1,000        |
| Mesera 1      | 800          | 800          |
| Mesera 2      | 800          | 800          |
| <b>Total</b>  | <b>5,100</b> | <b>5,100</b> |

El auxilio de cesantía se utilizará si el empleado es despedido injustificadamente. Para estos también se debe crear un fondo. Las cantidades a destinar para dicho fondo se muestran en el Cuadro 18.

Cuadro 18. Cantidad de dinero a utilizar en el fondo de auxilio de cesantía.

| Puesto              | Año          |              |              |              |              |
|---------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                     | 1            | 2            | 3            | 4            | 5            |
| Administrador       | 1,500        | 1,500        | 1,500        | 1,500        | 1,500        |
| Cocinera 1          | 1,000        | 1,000        | 1,000        | 1,000        | 1,000        |
| Cocinera 2          | 1,000        | 1,000        | 1,000        | 1,000        | 1,000        |
| Mesera 1            | 800          | 800          | 800          | 800          | 800          |
| Mesera 2            | 800          | 800          | 800          | 800          | 800          |
| <b>Total (Lps.)</b> | <b>5,100</b> | <b>5,100</b> | <b>5,100</b> | <b>5,100</b> | <b>5,100</b> |

El treceavo y catorceavo serán pagado a finales del mes de junio y a finales de diciembre, respectivamente.

Los empleados tendrán vacaciones remuneradas, que le permitan un justo descanso con goce de sueldo. La cantidad destinada a pagar a los empleados por año se muestra en el Cuadro 19.

Cuadro 19. Costo de las vacaciones de los empleados.

| Puesto              | Año          |              |              |              |              |
|---------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                     | 1            | 2            | 3            | 4            | 5            |
| Administrador       | 500          | 600          | 750          | 1,000        | 1,250        |
| Cocinera 1          | 333          | 400          | 500          | 667          | 833          |
| Cocinera 2          | 333          | 400          | 500          | 667          | 833          |
| Mesera 1            | 267          | 320          | 400          | 533          | 667          |
| Mesera 2            | 267          | 320          | 400          | 533          | 667          |
| <b>Total (Lps.)</b> | <b>1,700</b> | <b>2,040</b> | <b>2,550</b> | <b>3,400</b> | <b>4,250</b> |

Incluyendo los sueldos, las prestaciones y beneficios laborales el costo de la mano de obra directa e indirecta para los primeros años del proyecto se describe en el Cuadro 20.

Cuadro 20. Costo total de la mano de obra.

| Concepto                        | Año           |               |               |               |               |
|---------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                                 | 1             | 2             | 3             | 4             | 5             |
| <b>Mano de obra directa</b>     |               |               |               |               |               |
| Sueldos                         | 43,200        | 43,200        | 43,200        | 43,200        | 43,200        |
| Prestaciones                    |               |               |               |               |               |
| RAP-FOSOFI                      | 648           | 648           | 648           | 648           | 648           |
| Preaviso                        | 3,600         | 3,600         |               |               |               |
| Cesantía                        | 3,600         | 3,600         | 3,600         | 3,600         | 3,600         |
| Vacaciones                      | 1,200         | 1,440         | 1,800         | 2,400         | 3,000         |
| Treceavo                        | 3,600         | 3,600         | 3,600         | 3,600         | 3,600         |
| Catorceavo                      | 3,600         | 3,600         | 3,600         | 3,600         | 3,600         |
| Subtotal prestaciones           | 16,248        | 16,488        | 13,248        | 13,848        | 14,448        |
| Subtotal Mano de obra directa   | 59,448        | 59,688        | 56,448        | 57,048        | 57,648        |
| <b>Mano de obra indirecta</b>   |               |               |               |               |               |
| Sueldos                         | 18,000        | 18,000        | 18,000        | 18,000        | 18,000        |
| Prestaciones                    |               |               |               |               |               |
| RAP-FOSOFI                      | 270           | 270           | 270           | 270           | 270           |
| Preaviso                        | 1,500         | 1,500         |               |               |               |
| Cesantía                        | 1,500         | 1,500         | 1,500         | 1,500         | 1,500         |
| Vacaciones                      | 500           | 600           | 750           | 1,000         | 1,250         |
| Treceavo                        | 1,500         | 1,500         | 1,500         | 1,500         | 1,500         |
| Catorceavo                      | 1,500         | 1,500         | 1,500         | 1,500         | 1,500         |
| Subtotal prestaciones           | 6,770         | 6,870         | 5,520         | 5,770         | 6,020         |
| Subtotal Mano de obra indirecta | 24,770        | 24,870        | 23,520        | 23,770        | 24,020        |
| <b>Total</b>                    | <b>84,218</b> | <b>84,558</b> | <b>79,968</b> | <b>80,818</b> | <b>81,668</b> |

Obra civil e instalaciones: el techo del restaurante será de lámina galvanizada cubierta de paja. Las columnas en el área de las mesas serán troncos de madera. En el área de la cocina la construcción se hará con ladrillos de adobe. La construcción del local se estima en 25,000 Lps.

Los juegos infantiles constarán de dos sube y baja, dos columpios y un deslizador. Su costo estimado es de 4,00 Lps.

**4.5.2.5 Programa de ejecución y puesta en marcha.** El primer paso deberá ser la constitución de la empresa asociativa, a través de la aportación de capital por parte de los interesados, la organización, reglamentación e inscripción legal de ésta. Esto se debe dar en un período de tres meses.

Luego, se procederá realizar cotizaciones de los materiales necesarios para la construcción y del equipo del restaurante. Se espera realizar esta operación en un lapso de 1 mes.

Posteriormente se gestionarán los recursos materiales y humanos para la construcción del local. Esto se hará desde dos meses antes de iniciar la construcción, para tratar de asegurar tener dichos recursos en el momento oportuno. Se espera que la construcción sea realizada en 6 meses a pesar de la sencillez del diseño debido a la irregularidad e incumplimientos que realizan los albañiles locales.

**4.5.3 Estudio Económico-financiero.** En este estudio se detalla los componentes de la inversión a realizar, los ingresos, los costos y los gastos de operación. Estos servirán de base para realizar un análisis financiero.

**4.5.3.1 Presupuesto de inversión.** Para los primeros diez años del proyecto la mayor parte de la inversión se realizará en el año antes de comenzar las operaciones, aunque también se realizarán inversiones a los cuatro, seis, siete y diez años, para reponer los artículos que han sido depreciados. El monto total de inversión inicial será de 52,897 Lps., para el cuarto año de 350 Lps., para el sexto de 7,965 Lps., para el séptimo de 350 Lps, y para el décimo de 350 Lps. La inversión para los primeros diez años del proyecto se detalla en el Cuadro 21.

Cuadro 21. Inversión fija prevista para el establecimiento del restaurante.

| <b>Concepto</b>                      | <b>Unidades</b> | <b>Valor<br/>Unitario (Lps.)</b> | <b>Total<br/>(Lps.)</b> |
|--------------------------------------|-----------------|----------------------------------|-------------------------|
| <b>Terreno</b>                       |                 |                                  |                         |
| Terreno (m <sup>2</sup> )            | 150             | 17                               | 2582                    |
| <b>Derechos</b>                      |                 |                                  |                         |
| Derecho al agua                      | 1               | 500                              | 500                     |
| <b>Obra civil e instalaciones</b>    |                 |                                  |                         |
| Local (m <sup>2</sup> )              | 100             | 208.33                           | 25,000                  |
| Juegos infantiles                    | 1               | 4,000                            | 4,000                   |
| Conexión eléctrica                   | 1               | 1,500                            | 1,500                   |
| <b>Mobiliario</b>                    |                 |                                  |                         |
| Juego de comedor                     | 8 <sup>a</sup>  | 800                              | 6,400                   |
| Televisión                           | 2 <sup>a</sup>  | 800                              | 1,600                   |
| Equipo de sonido                     | 2 <sup>a</sup>  | 500                              | 1,000                   |
| Basurero                             | 4 <sup>a</sup>  | 35                               | 140                     |
| <b>Maquinaria y equipo de cocina</b> |                 |                                  |                         |
| Estufa de cuatro quemadores          | 1               | 5,000                            | 5,000                   |
| Fogón                                | 4 <sup>b</sup>  | 350                              | 1,400                   |
| Refrigeradora                        | 1 <sup>a</sup>  | 6,000                            | 6,000                   |
| Juego de ollas (7 piezas)            | 2 <sup>a</sup>  | 800                              | 1,600                   |
| Utensilios de cocina                 | 2 <sup>a</sup>  | 150                              | 300                     |
| Licuadora                            | 2 <sup>a</sup>  | 500                              | 1,000                   |
| Juego de cubiertos                   | 4 <sup>a</sup>  | 160                              | 640                     |
| Vajilla de 20 piezas                 | 10 <sup>a</sup> | 700                              | 2,600                   |
| Vasos                                | 20 <sup>a</sup> | 10                               | 200                     |
| Jarras 3lts.                         | 10 <sup>a</sup> | 45                               | 450                     |
| <b>Total</b>                         |                 |                                  | <b>61,912</b>           |

<sup>a</sup>Se invertirá en la mitad de las unidades al inicio y en la segunda mitad en el sexto año

<sup>b</sup>La inversión se hará comprando una unidad al inicio, al cuarto año, al séptimo y décimo año.

La depreciación se calculó de manera constante. Los factores tomados en cuenta para el cálculo de la depreciación de se muestran en el Cuadro 22.

Cuadro 22. Factores a tomar en cuenta en la depreciación de los artículos.

| <b>Inversión</b>            | <b>Valor inicial</b> | <b>Valor Residual</b> | <b>Años de depreciación</b> | <b>Depreciación anual</b> |
|-----------------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------------|---------------------------|
| Local                       | 25000                | 10000                 | 10                          | 1500                      |
| Juegos infantiles           | 4000                 | 500                   | 10                          | 350                       |
| Conexión eléctrica          | 1500                 | 0                     | 20                          | 75                        |
| Juego de comedor            | 3200                 | 0                     | 5                           | 640                       |
| Televisión                  | 800                  | 100                   | 5                           | 140                       |
| Equipo de sonido            | 500                  | 50                    | 5                           | 90                        |
| Estufa de cuatro quemadores | 5000                 | 500                   | 10                          | 450                       |
| Fogón                       | 350                  | 0                     | 4                           | 116,67                    |
| Refrigeradora               | 6000                 | 1000                  | 10                          | 500                       |
| Juego de ollas              | 800                  | 0                     | 5                           | 160                       |
| Utensilios de cocina        | 150                  | 0                     | 5                           | 30                        |
| Licuada                     | 500                  | 0                     | 5                           | 100                       |
| Juego de cubiertos          | 320                  | 0                     | 5                           | 64                        |
| Vajilla de 20 piezas        | 1300                 | 0                     | 5                           | 260                       |
| Vasos                       | 100                  | 0                     | 5                           | 20                        |
| Jarras 3lts.                | 225                  | 0                     | 5                           | 45                        |
| Basurero                    | 70                   | 0                     | 5                           | 14                        |

**4.5.3.2 Presupuesto de ingresos.** Los ingresos son generados por la venta de comida y por la venta de bebida.

Venta de comida: el ingreso proviene de la venta de los tres tipos de platos: Normal, especial y por encargo, cuyos precios son de 20 Lps., 30 Lps, y 30 Lps., respectivamente. El Cuadro 23 muestra el ingreso por venta de los tres tipos de platos de comida para los primeros cinco años.

Cuadro 23. Ingreso por venta de comida.

| <b>Tipo de plato</b>        | <b>Año</b>     |                |                |                |                |
|-----------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
|                             | <b>1</b>       | <b>2</b>       | <b>3</b>       | <b>4</b>       | <b>5</b>       |
| Normal                      | 82,329         | 115,468        | 148,608        | 181,747        | 214,887        |
| Especial                    | 123,494        | 173,203        | 222,912        | 272,621        | 322,330        |
| Encargo                     | 2,613          | 3,665          | 4,716          | 5,768          | 6,820          |
| <b>Ingreso total (Lps.)</b> | <b>208,435</b> | <b>292,336</b> | <b>376,236</b> | <b>460,136</b> | <b>544,037</b> |

Venta de bebidas: Se estima que un 50% de los usuarios consume refrescos embotellados, un 20% refrescos naturales y un 20% cerveza. Los precios de venta de estos tipos de bebida son de 5 Lps., 4 Lps, y 8 Lps., respectivamente. El Cuadro

24 muestra el consumo de bebidas y la cantidad de ingresos que esto trae.

Cuadro 24. Ingreso por concepto de bebidas.

| Bebida                 | Año          |              |              |               |               |
|------------------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|
|                        | 1            | 2            | 3            | 4             | 5             |
| Refrescos embotellados | 20800        | 29173        | 37545        | 45917         | 54289         |
| Refresco natural       | 6656         | 9335         | 12014        | 14693         | 17373         |
| Cervezas               | 26624        | 37341        | 48057        | 58774         | 69490         |
| <b>Ingreso total</b>   | <b>54081</b> | <b>75849</b> | <b>97616</b> | <b>119384</b> | <b>141152</b> |

**4.5.3.3 Presupuesto de egresos.** Los egresos se dan por la compra de materias primas, insumos, sueldos y gastos administrativos.

Costos de operación: el total de costos de operación está compuesto por los costos de alimentos que incluye: costos de producción de los platos de alimentos y costos de bebidas; el costo de los sueldos, prestaciones de las cocineras y meseras y los viáticos del administrador para las compras de los alimentos; platos, cubiertos y vasos desechables necesarios para cualquier imprevisto; y los insumos necesario para mantener la limpieza y sanidad del establecimiento. Los costos de operación para los primeros cinco años se muestran en el Cuadro 25.

Cuadro 25. Costos de operación.

| Concepto                         | Año           |               |               |               |               |
|----------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                                  | 1             | 2             | 3             | 4             | 5             |
| Costo de alimentos               | 201991        | 282670        | 363348        | 444026        | 524705        |
| Sueldos, prestaciones y viáticos | 52730         | 52830         | 51480         | 51730         | 51980         |
| Material desechable              | 425           | 425           | 425           | 425           | 425           |
| Material de limpieza y sanidad   | 6815          | 6815          | 6815          | 6815          | 6815          |
| <b>Total</b>                     | <b>261961</b> | <b>342740</b> | <b>422068</b> | <b>502996</b> | <b>583925</b> |

Gastos de administración: los gastos de operación están compuestos por: los sueldos y prestaciones del administrador; el uso de servicios públicos como energía eléctrica y agua potable; y los permisos necesarios para operar como permisos de la alcaldía para la venta de alimentos y bebidas alcohólicas, las licencia sanitaria y los viáticos para sacar dichos permisos. Los gastos de administración para los primeros cinco años se muestran en el Cuadro 26.

Cuadro 26. Gastos de administración.

| Concepto               | Año          |              |              |              |              |
|------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                        | 1            | 2            | 3            | 4            | 5            |
| Sueldos y prestaciones | 24770        | 24870        | 23520        | 23770        | 24020        |
| Servicios públicos     | 2184         | 2184         | 2184         | 2184         | 2184         |
| Permisos               | 715          | 715          | 715          | 715          | 715          |
| <b>Total</b>           | <b>27669</b> | <b>27769</b> | <b>26419</b> | <b>26669</b> | <b>26919</b> |

**4.5.3.4 Flujo de caja.** El flujo de caja muestra por todos los ingresos y egresos efectivos y no efectivos del proyecto, la generación de utilidades o pérdidas y la generación de reservas para el proyecto. El flujo de caja sin financiamiento para los primeros cinco años de proyecto tomando en cuenta una inflación anual del 20% se muestran en el Cuadro 27.

Cuadro 27. Flujo de caja sin financiamiento

| Concepto<br>(miles de Lps.) | año        |              |              |              |              |              |              |              |              |              |            |
|-----------------------------|------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------|
|                             | 0          | 1            | 2            | 3            | 4            | 5            | 6            | 7            | 8            | 9            | 10         |
| Total de ingresos           |            | 2635         | 442          | 682          | 1,001        | 1,421        | 1,705        | 2,046        | 2,455        | 2,946        | 3,535      |
| Inversión fija              | 52.9       |              |              |              | 0.60         |              | 19.82        | 1.05         |              |              | 1.81       |
| Total de costos directos    |            | 200.4        | 337.3        | 521.0        | 764.6        | 1,085        | 1,302        | 1,562        | 1,874        | 2,249        | 2,699      |
| Costos indirectos           |            | 61.52        | 73.95        | 86.79        | 104.5        | 126.0        | 151.2        | 181.5        | 217.8        | 261.3        | 313.6      |
| Gastos administrativos      |            | 27.67        | 33.32        | 38.04        | 46.08        | 55.82        | 66.98        | 80.38        | 96.46        | 115.8        | 138.9      |
| Total de costos             | 52.9       | 289.6        | 444.6        | 645.8        | 915.8        | 1,267        | 1,540        | 1,825        | 2,189        | 2,626        | 3,153      |
| Depreciación                | 0.00       | 4.56         | 4.56         | 4.56         | 4.64         | 4.64         | 7.02         | 7.16         | 7.17         | 7.17         | 7.42       |
| Utilidad antes de impuestos | -53        | -31.7        | -7.33        | 31.98        | 80.92        | 149.5        | 158.2        | 213.8        | 259.3        | 312.6        | 374.4      |
| Impuesto (35%)              | 0.00       | 0.00         | 0.00         | 11.19        | 28.32        | 52.34        | 55.36        | 74.83        | 90.74        | 109.4        | 131.1      |
| Utilidades                  | -53        | -31.7        | -7.33        | 20.79        | 52.60        | 97.20        | 102.8        | 139          | 168.5        | 203.2        | 243.4      |
| Valor de rescate            | 0.00       | 0.00         | 0.00         | 0.00         | 0.00         | 0.00         | 0.00         | 0.00         | 0.00         | 0.00         | 27.15      |
| <b>Flujo neto</b>           | <b>-53</b> | <b>-27.1</b> | <b>-2.78</b> | <b>25.35</b> | <b>57.24</b> | <b>101.8</b> | <b>109.8</b> | <b>146.1</b> | <b>175.7</b> | <b>210.3</b> | <b>278</b> |

Para lograr obtener los recursos suficientes para operar en los años que existe un flujo negativo es necesario recurrir a las aportaciones de los socios, a las reservas de la empresa y a créditos. En caso de una no ser suficiente se deberá recurrir a la siguiente

Las aportaciones de los socios son el dinero que éstos pagan para la constitución de la empresa. Es necesario que por lo menos para el año cero existan once socios y para el primero uno más. El dinero que no se ocupe en un año se deberá guardar para usarlo en el año siguiente para financiar la empresa si los ingresos son menores que los egresos. El flujo de caja para este caso se muestra en el Cuadro 28.

Cuadro 28. Flujo de caja con aportaciones de socios.

| Concepto<br>(miles de Lps.)                  | Año         |              |              |              |              |             |              |              |              |              |              |
|----------------------------------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                                              | 0           | 1            | 2            | 3            | 4            | 5           | 6            | 7            | 8            | 9            | 10           |
| Ingresos por ventas                          |             | 262.5        | 441.8        | 682.3        | 1001         | 1421        | 1705         | 2046         | 2455         | 2946         | 3535         |
| Aporte de socios                             | 52.9        |              | 7.1          |              |              |             |              |              |              |              |              |
| <b>Total de ingresos</b>                     | <b>52.9</b> | <b>262.5</b> | <b>448.9</b> | <b>682.3</b> | <b>1001</b>  | <b>1421</b> | <b>1705</b>  | <b>2046</b>  | <b>2455</b>  | <b>2946</b>  | <b>3535</b>  |
| Egresos                                      |             |              |              |              |              |             |              |              |              |              |              |
| Inversión fija                               | 52.9        |              |              |              | 0.6          |             | 19.8         | 1.0          |              |              | 1.8          |
| Total de costos                              |             | 200.4        | 411.0        | 607.5        | 868.8        | 1210        | 1452         | 1743         | 2092         | 2510         | 3012         |
| Gastos administrativos                       |             | 27.7         | 33.3         | 38.0         | 46.1         | 55.8        | 67.0         | 80.4         | 96.5         | 115.7        | 138.9        |
| <b>Total de egresos</b>                      | <b>52.9</b> | <b>228.1</b> | <b>444.4</b> | <b>645.5</b> | <b>915.5</b> | <b>1266</b> | <b>1539</b>  | <b>1824</b>  | <b>2188</b>  | <b>2626</b>  | <b>3153</b>  |
| Depreciación                                 |             | 4.6          | 4.6          | 4.6          | 4.6          | 4.6         | 7.0          | 7.2          | 7.2          | 7.2          | 7.4          |
| Utilidad antes de impuestos                  |             | 29.9         | 0.0          | 32.2         | 81.2         | 149.9       | 158.6        | 214.4        | 259.9        | 313.3        | 375.4        |
| Impuesto (35%)                               |             | 10.5         | 0.0          | 11.3         | 28.4         | 52.5        | 55.5         | 75.0         | 91.0         | 109.7        | 131.4        |
| <b>Utilidades</b>                            |             | <b>19.4</b>  | <b>0.0</b>   | <b>21.0</b>  | <b>52.8</b>  | <b>97.4</b> | <b>103.1</b> | <b>139.3</b> | <b>169.0</b> | <b>203.7</b> | <b>244.0</b> |
| Valor de rescate                             |             |              |              |              |              |             |              |              |              |              | 27.2         |
| <b>Flujo neto con aportaciones de socios</b> | <b>0.0</b>  | <b>24.0</b>  | <b>0.0</b>   | <b>21.0</b>  | <b>52.8</b>  | <b>97.4</b> | <b>103.1</b> | <b>139.3</b> | <b>169.0</b> | <b>203.7</b> | <b>216.8</b> |

#### 4.5.4 Estudio organizacional y legal

El estudio organizacional nos dice cual va a ser el tipo de empresa u organización más recomendable para el proyecto y los procedimientos legales a seguir.

**4.5.4.1 Tipo de empresa recomendable.** Para empresas comunales es recomendable que se creen en forma de empresa asociativa, así la inversión inicial deberá hacerse entre los socios y haciendo el uso de créditos.

La organización legal de la empresa esta basada en las leyes que rigen las Empresas Asociativas Campesinas de Honduras. El número de miembros podrá ser de 10 a 20, los cuales deberá aportar la cantidad de 5.000 Lps. en acciones de la empresa.

Entre los fines para que la empresa sea de producción, según el artículo 17, capítulo III de los estatutos de las Empresas Asociativas de Campesinos se encuentra la ejecución de proyectos turísticos, categoría dentro de la que cae nuestro proyecto.

**4.5.4.2 Estructura organizacional.** Tendrá la estructura organizacional que se presenta en la Figura 9.

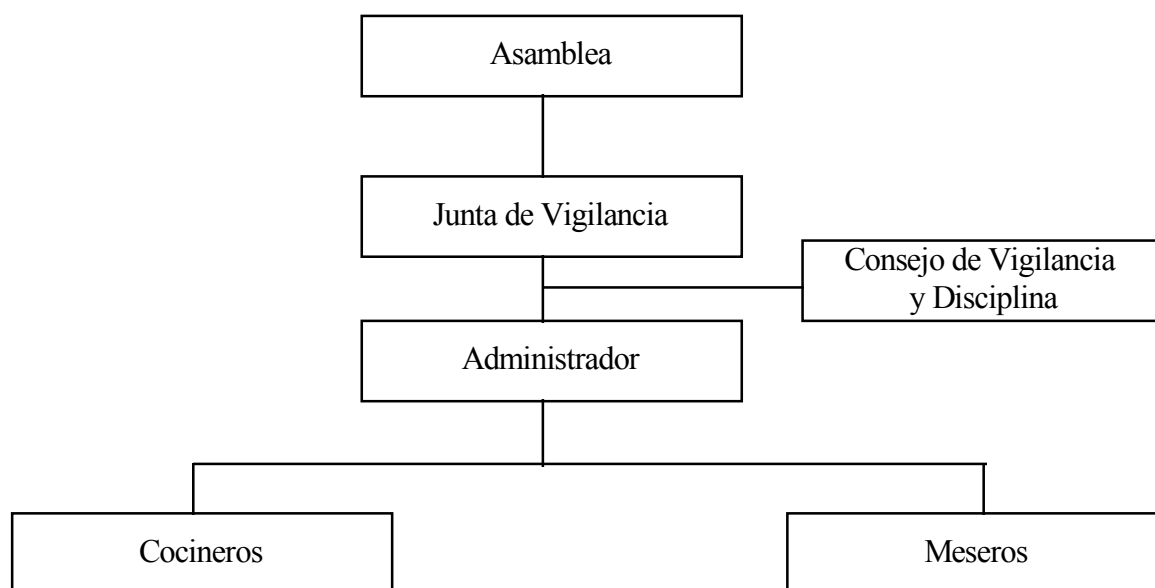


Figura 9. Estructura organizacional del restaurante.

**Las responsabilidades de los organismos y unidades de este proyecto son las siguientes:**

Asamblea: es el órgano de mayor jerarquía dentro del restaurante, y tiene bajo su responsabilidad:

- Decidir sobre las políticas de dirección, organización, administración y control del restaurante;
- Aprobar los planes de inversión, financiamiento del restaurante;
- Aprobar, desaprobar o modificar el proyecto de presupuesto que anualmente presenta la Junta Directiva;
- Aprobar, desaprobar o modificar el balance general después de oído el informe del Consejo de Vigilancia y Disciplina y tomar las medidas que juzgue oportunas;
- Aprobar, desaprobar o modificar el plan de distribución de utilidades que al final de cada ejercicio económico le someta la Junta Directiva.

Junta Directiva: es el organismo responsable de dictar las políticas administrativas, económicas, técnicas y sociales del proyecto. Las atribuciones de Junta Directiva serán las siguientes:

- Dirigir el proyecto y aprobar todos los actos que sea necesarios para el funcionamiento del restaurante;
- Someter a consideración de la Asamblea General las políticas, planes y programas de explotación y servicios que le conciernen al restaurante;
- Preparar los presupuestos maestros anuales del restaurante;
- Controlar y evaluar periódicamente los planes, programas y presupuesto;

Consejo de Vigilancia: la función principal es controlar y fiscalizar el funcionamiento del proyecto, aplicar las medidas disciplinarias correspondientes y comunicar a la Junta Directiva o al administrador del restaurante las anomalías encontradas.

Las atribuciones del Consejo de Vigilancia son las siguientes:

- Supervisar el manejo de los fondos, cuenta, gastos e ingreso y en general todo lo relacionado con la situación contable y financiera del restaurante;
- Velar por la disciplina y por la coordinación entre los órganos de gestión;
- Conocer y resolver cualquier reclamación de los socios;
- Vigilar los actos de la Junta Directiva.

Administrador: es el responsable de dirigir el restaurante y velar que las actividades en el ámbito del proyecto se cumplan de la manera más eficiente, por lo que debe cumplir con las siguientes funciones:

- Abastecer con materias primas de calidad a tiempo.
- Llevar registros para control de costos, sobrantes y mano de obra.
- Vigilar el vencimiento de los productos.
- Supervisar las actividades diarias para tener un buen control de calidad.

Cocinera: su función es preparar los alimentos, definir porciones, el menú a realizar, lavar el equipo y hacer listado de productos.

Mesera: su función es servir los alimentos, realizar las labores de limpieza y almacenar los productos.

**4.5.4.3 Procedimiento de repartición de utilidades.** Al final de cada año se destinará el 25% de las utilidades netas para formar el capital de reserva hasta acumular el equivalente de la cuarta parte del capital social; el 25% para Fondo de Capitalización, y el 50% restante se distribuirá entre los socios. Las pérdidas anuales se deberán cubrir con el fondo de reserva.

Los socios que deseen renunciar o retirarse voluntariamente deberán comunicárselo a la Junta Directiva, y ésta hará la liquidación de los derechos del renunciante, entre los cuales incluirá:

- Porcentaje de las acciones que le corresponde.
- Las remuneraciones de su trabajo que estuviesen pendientes de pago.
- La parte de los excedentes o utilidades que le correspondan, la cual se pagará al final del respectivo ejercicio económico.
- Los demás que resulten de los reglamentos internos o de los estatutos.

**4.5.4.4 Normas legales.** Para el funcionamiento del restaurante se debe sacar un permiso en la Alcaldía Municipal y una licencia sanitaria para establecimientos de alimentos en la Dirección General de Atención al Público de la Secretaría de Salud Pública. Para sacar el permiso de la alcaldía únicamente es necesario presentar la cédula de identidad personal y cancelar 15 Lps.

Para sacar el permiso de la Secretaría de Salud Pública se debe presentar el permiso de la alcaldía y llenar una solicitud, se debe esperar a que los inspectores de la Secretaría de Salud Pública hagan una supervisión del establecimiento y extiendan una constancia en la que demuestran que el restaurante cumple con todas las normas sanitarias. Posteriormente se debe presentar la constancia extendida por los inspectores y cancela la cantidad de 30 Lps. Este permiso tiene una vigencia de un año.

Para poder vender bebidas alcohólicas es necesario sacar un permiso en la Alcaldía Municipalidad, para el cual se debe presentar la cédula de identidad personal y cancelar la cantidad de 150 Lps.

#### **4.5.5 Evaluación del proyecto**

La evaluación del proyecto nos dice la viabilidad técnica, económica y organizacional del proyecto, así como los beneficios sociales que podría traer.

**4.5.5.1 Evaluación técnica.** Las técnicas a utilizar y el manejo del equipo no será complicado debido a que se utilizarán técnicas rudimentarias, pero se necesita capacitación del personal que laborará en el restaurante para tener eficiencia y eficacia productiva.

**4.5.5.2 Evaluación financiera.** Para esta evaluación se toma en cuenta el valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR) y la tasa interna de retorno ajustada a un 20% de inflación. Además, se realiza un análisis de riesgo y de sensibilidad del proyecto.

Valor actual neto (VAN): este nos dice que a una tasa de descuento del 36%, después de diez años de proyecto obtendremos 49776 Lps. Se usa una tasa de descuento del 36% porque este sería el costo del dinero si se utiliza un 100% de fondos ajenos. Si se utilizara un 100% de fondos propios el VAN sería 209869 Lps. ya que la tasa de descuento sería del 20% pues esta es la tasa de interés para ahorros a plazo.

Tasa interna de retorno (TIR): La tasa en que el VAN se hace cero es 48.27%.

Tasa interna de retorno ajustada a la inflación: si ajustamos esta tasa a una inflación anual de 20% la TIR será del 23.56%.

Análisis de sensibilidad: el análisis de sensibilidad se realizó utilizando el programa Risk Master para Windows<sup>®</sup> versión 1.0C para Excel, este se hizo tomando en cuenta si existía incremento o disminución en las siguientes variables:

- Cantidad de visitantes actuales a los balnearios (visitantes actuales).
- Porcentaje participación en el mercado de la de los usuarios de los comedores locales o demanda actual (PDMda).
- Porcentaje de participación en el mercado de los visitantes actuales (PDMva).
- Porcentaje de crecimiento anual de la participación en el mercado de la demanda actual (Crecimiento de PDMda).
- Porcentaje de crecimiento anual de la participación en el mercado de los visitantes actuales (Crecimiento de PDMva).
- Inversión inicial.
- Inflación anual.
- Crecimiento de la demanda medido por el crecimiento poblacional (crecimiento poblacional).
- Costo del plato de tipo normal
- Costo del plato de tipo especial
- Costo del plato hecho por encargos
- Precio de venta del plato de tipo normal
- Precio de venta del plato de tipo especial
- Precio de venta del plato hecho por encargos
- Porcentaje de platos normales del total de platos consumidos (% de normal).
- Porcentaje de platos especiales del total de platos consumidos (% de especial)
- Porcentaje de platos encargados del total de platos consumidos (% de encargos)
- Crecimiento poblacional.
- Costo de los refrescos embotellados
- Costo de los refrescos naturales
- Costo de la cerveza
- Precio de venta de los refrescos embotellados

- Precio de venta de los refrescos naturales
- Precio de la cerveza.
- Porcentaje que representa el consumo de refrescos embotellados del total de bebidas (% de embotellados).
- Porcentaje que representa el consumo de refrescos naturales del total de bebidas (% de natural).
- Porcentaje que representa el consumo de cervezas del total de bebidas (% de cerveza).
- Cantidad de cervezas consumidas por persona (No. de cervezas).

Para realizar los cálculos del análisis de sensibilidad se asignó a las variables un valor base, uno mínimo y uno máximo. El valor base es el valor con el cual se han realizado los cálculos para el presente proyecto, el valor mínimo representa un valor 50% debajo de este valor y el valor máximo un valor 50% arriba de este valor. En el caso del crecimiento de la demanda, se tomó como valor base y como mínimo 0%, y como máximo 3% que corresponde a la tasa de crecimiento poblacional máxima de Honduras. Estos valores se muestran en el Cuadro 29.

Cuadro 29. Valores asignados a las variables.

| <b>Variable</b>         | <b>Bajo</b> | <b>Base</b> | <b>Alto</b> |
|-------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Precio p. especial      | 15          | 30          | 45          |
| Costo p. especial       | 11          | 22          | 33          |
| Precio p. normal        | 10          | 20          | 30          |
| Costo p. normal         | 8.5         | 17          | 25.5        |
| % de especial           | 24.74%      | 49.48%      | 74.22%      |
| PDMda                   | 8%          | 15%         | 23%         |
| Precio cerveza          | 4           | 8           | 12          |
| Crecimiento de PDMda    | 3%          | 5%          | 8%          |
| Precio ref. embotellado | 2.5         | 5           | 7.5         |
| Costo cerveza           | 3           | 6           | 9           |
| Inflación anual         | 10%         | 20%         | 30%         |
| Costo ref. embotellado  | 1.52        | 3.04        | 4.56        |
| % de normal             | 24.74%      | 49.48%      | 74.22%      |
| Visitantes actuales     | 4316.5      | 8633        | 12950       |
| Inversión inicial       | 26448.8     | 52897       | 79345.5     |
| % de embotellados       | 25%         | 50%         | 75%         |
| Crecimiento de PDMva    | 5%          | 10%         | 15%         |
| Precio ref. natural     | 2           | 4           | 6           |
| % de cerveza            | 10%         | 20%         | 30%         |
| No. de cervezas         | 1           | 2           | 3           |
| Costo ref. natural      | 1.5         | 3           | 4.5         |
| PDMva                   | 5%          | 10%         | 15%         |
| Crecimiento poblacional | 0%          | 0%          | 3%          |
| Precio p. encargo       | 15          | 30          | 45          |
| Costo p. encargo        | 12.1        | 24.2        | 36.3        |
| % de natural            | 10%         | 20%         | 30%         |
| % de encargo            | 0.52%       | 1.04%       | 1.56%       |

El análisis muestra que existe una alta sensibilidad del VAN al precio de venta del plato de tipo especial, al crecimiento de la demanda, al costo del plato especial y al precio y costo del plato normal. Existe una mediana sensibilidad al porcentaje de platos especiales vendidos, a la participación en el mercado de los usuarios actuales, al precio y costo de la cerveza y al precio de los refrescos embotellados. La sensibilidad hacia los costos es negativa ya que aumento en estos disminuirían el VAN. La sensibilidad del VAN a las demás variables es baja. Los índices de sensibilidad a las variables se muestran en la Figura 10.

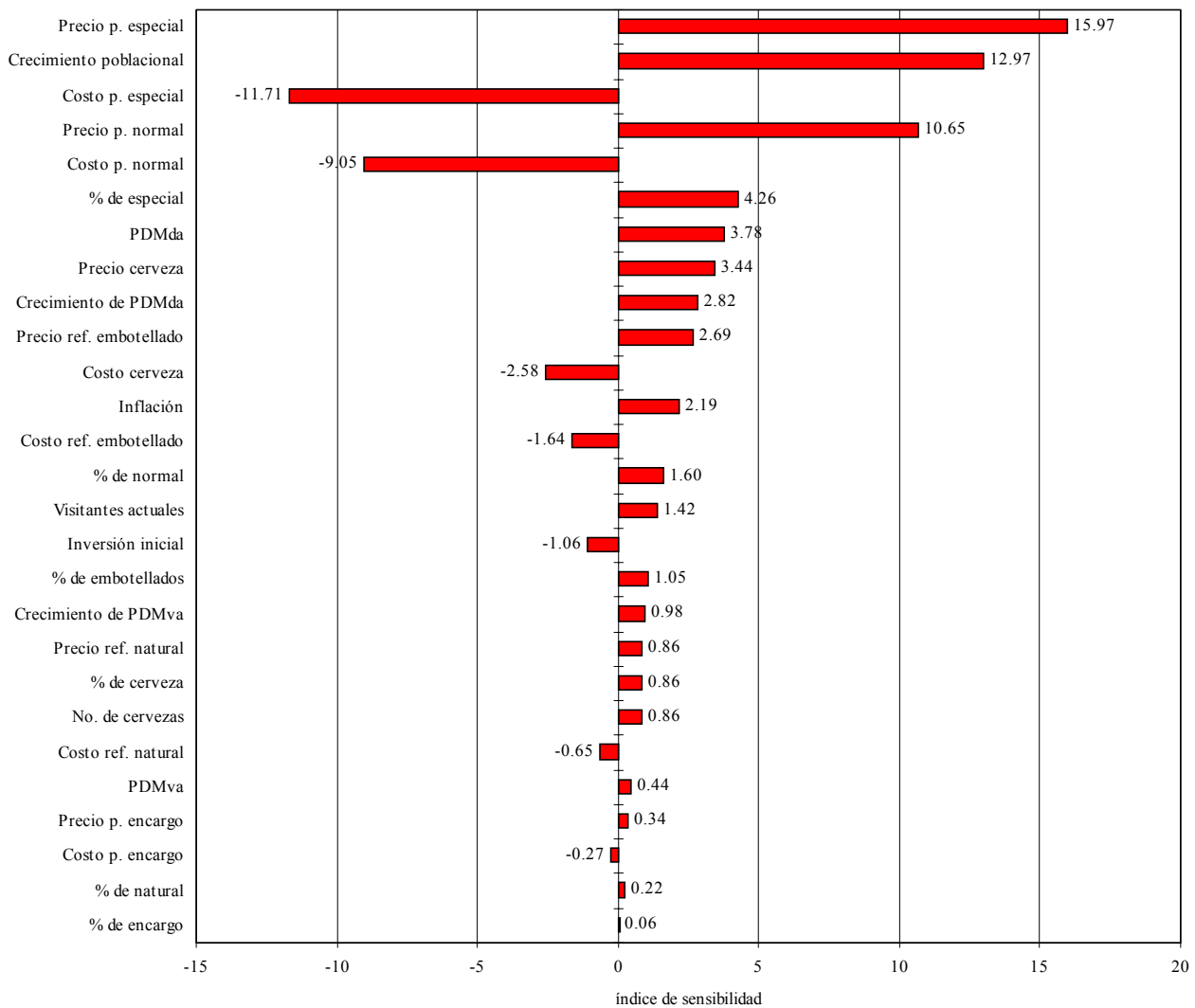


Figura 10. Índice de sensibilidad de las variables que influyen en el VAN del restaurante.

La TIR con y sin ajuste a la inflación de 20 % anual muestra igual proporción de sensibilidad a las variables que el VAN, siendo más sensible la TIR sin inflación. Los índices de sensibilidad a las variables de la TIR y la TIR ajustada al 20% se muestran en la Figura 11.

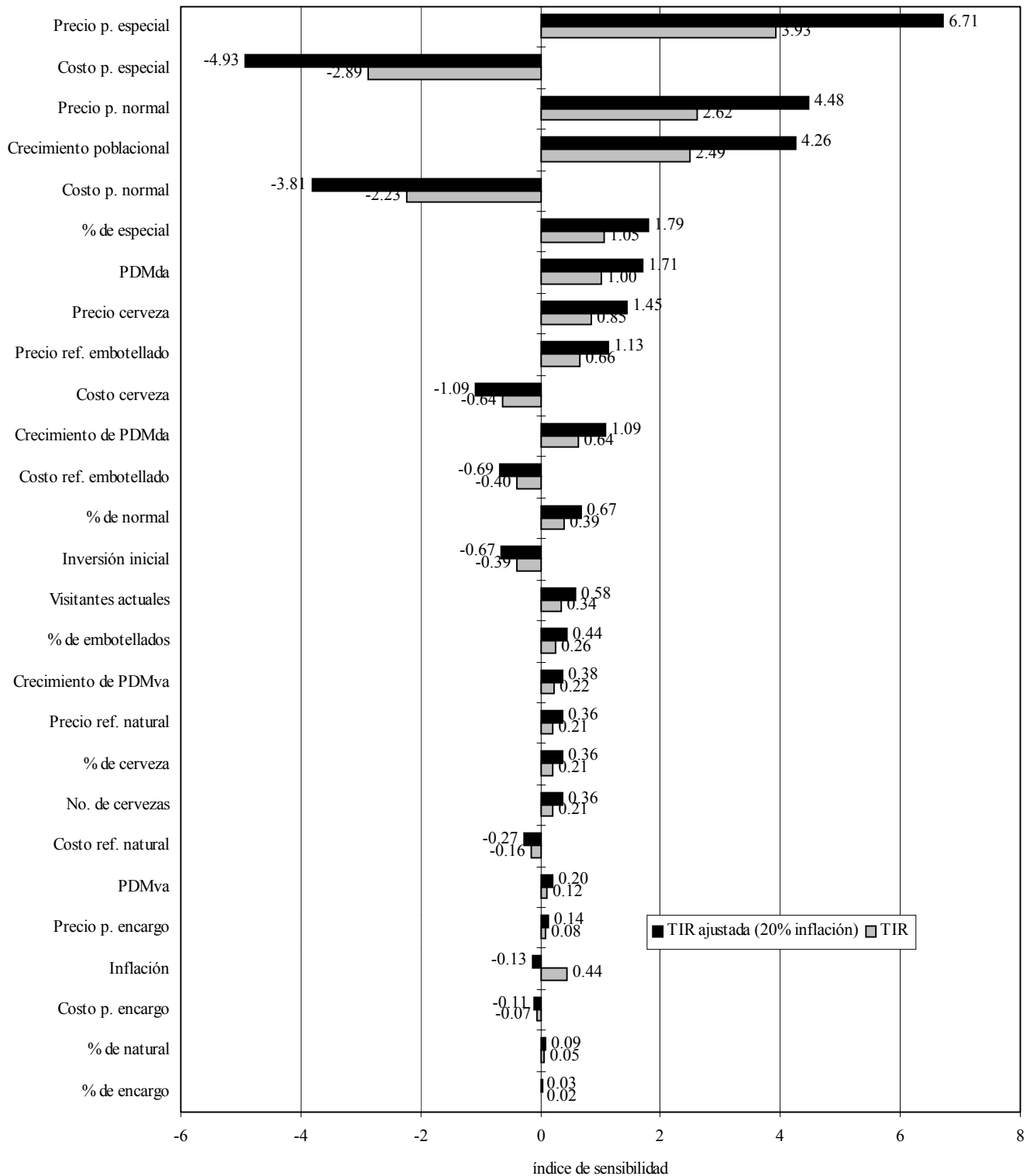


Figura 11. Índice de sensibilidad de las variables que influyen en la TIR del restaurante.

Si sólo existiera la influencia de una variable a la vez, el precio de venta y el costo del plato de tipo especial y normal serían las variables a las cuales se les debería prestar especial atención para obtener mejores resultados, especialmente se debería determinar cual podría ser el precio máximo que un consumidor nos pudiera pagar, pues una variación del 1% en el precio del plato especiales nos aumentaría o disminuiría el VAN en 15.97 Lps. y una variación del 1% en el precio del plato normal nos aumentaría o disminuiría el VAN en 10.65 Lps.

Si sólo existiera la influencia de una variable a la vez, los valores máximos y mínimos que podría tomar el VAN, la TIR y la TIR ajustada a la inflación son los que se muestran en el Cuadro 30.

Cuadro 30. Valores máximos y mínimos del VAN y la TIR.

| Variable                | VAN (36%) |         | TIR     |         | TIR ajustada (20% inflación) |        |
|-------------------------|-----------|---------|---------|---------|------------------------------|--------|
|                         | Bajo      | Alto    | Bajo    | Alto    | Bajo                         | Alto   |
| Precio p. especial      | -444825   | 421171  |         | 127.97% |                              | 89.97% |
| Costo p. especial       | 324675    | -296370 | 108.50% |         | 73.75%                       |        |
| Precio p. normal        | -259257   | 300551  |         | 103.60% |                              | 69.66% |
| Costo p. normal         | 264365    | -203586 | 96.20%  |         | 63.50%                       |        |
| % de especial           | -57707    | 151898  | 19.88%  | 71.55%  | -0.10%                       | 42.96% |
| PDMda                   | -45522    | 139020  | 25.40%  | 73.14%  | 4.50%                        | 44.28% |
| Precio cerveza          | -36261    | 132598  | 26.22%  | 67.26%  | 5.18%                        | 39.39% |
| Crecimiento de PDMda    | -20516    | 119350  | 29.75%  | 61.66%  | 8.13%                        | 34.72% |
| Precio ref. embotellado | -17156    | 114784  | 31.50%  | 63.28%  | 9.58%                        | 36.07% |
| Costo cerveza           | 112239    | -14479  | 62.71%  | 32.21%  | 35.59%                       | 10.18% |
| Inflación               | 5740      | 117823  | 37.78%  | 58.77%  | 25.25%                       | 22.13% |
| Costo ref. embotellado  | 89845     | 9081    | 57.65%  | 38.31%  | 31.38%                       | 15.26% |
| % de normal             | 10035     | 88939   | 38.55%  | 57.45%  | 15.46%                       | 31.21% |
| Visitantes actuales     | 14460     | 85022   | 39.76%  | 56.11%  | 16.47%                       | 30.09% |
| Inversión inicial       | 76225     | 23328   | 61.23%  | 40.71%  | 34.36%                       | 17.25% |
| % de embotellados       | 23539     | 76014   | 41.92%  | 54.48%  | 18.26%                       | 28.73% |
| Crecimiento de PDMva    | 25362     | 74190   | 42.65%  | 53.36%  | 18.87%                       | 27.80% |
| Precio ref. natural     | 28358     | 71195   | 43.10%  | 53.35%  | 19.25%                       | 27.79% |
| % de cerveza            | 28358     | 71195   | 43.10%  | 53.35%  | 19.25%                       | 27.79% |
| No. de cervezas         | 28358     | 71195   | 43.10%  | 53.35%  | 19.25%                       | 27.79% |
| Costo ref. natural      | 65840     | 33713   | 52.09%  | 44.41%  | 26.74%                       | 20.34% |
| PDMva                   | 38873     | 60679   | 45.50%  | 51.11%  | 21.25%                       | 25.93% |
| Crecimiento poblacional | 49776     | 69889   | 48.27%  | 51.75%  | 23.56%                       | 26.46% |
| Precio p. encargo       | 41423     | 58129   | 46.27%  | 50.26%  | 21.89%                       | 25.22% |
| Costo p. encargo        | 56515     | 43038   | 49.88%  | 46.66%  | 24.90%                       | 22.22% |
| % de natural            | 44422     | 55131   | 46.99%  | 49.55%  | 22.49%                       | 24.63% |
| % de encargo            | 48161     | 51391   | 47.89%  | 48.66%  | 23.24%                       | 23.88% |

Análisis de riesgo: Se hizo una simulación con 1000 posibles escenarios usando un valor base, un valor máximo y un valor mínimo para cada variable. Con el análisis de riesgo encontramos que el  $VAN_{36\%}$  puede presentar gran variación, pues coeficiente de variación es de 1.336. Existe la probabilidad del 25.9% de tener un VAN negativo al cabo de diez años. El valor máximo puede ser de 997,128 Lps. si todas las condiciones fueran favorables y el mínimo de -143,193 Lps. si todas las condiciones fueran desfavorables. El valor esperado o promedio del VAN es de 131,052 Lps. Esta situación es ventajosa ya que tenemos mayor probabilidad de tener VAN positivo que negativo. La probabilidad acumulada de obtener un VAN determinado se muestra en la Figura 12.

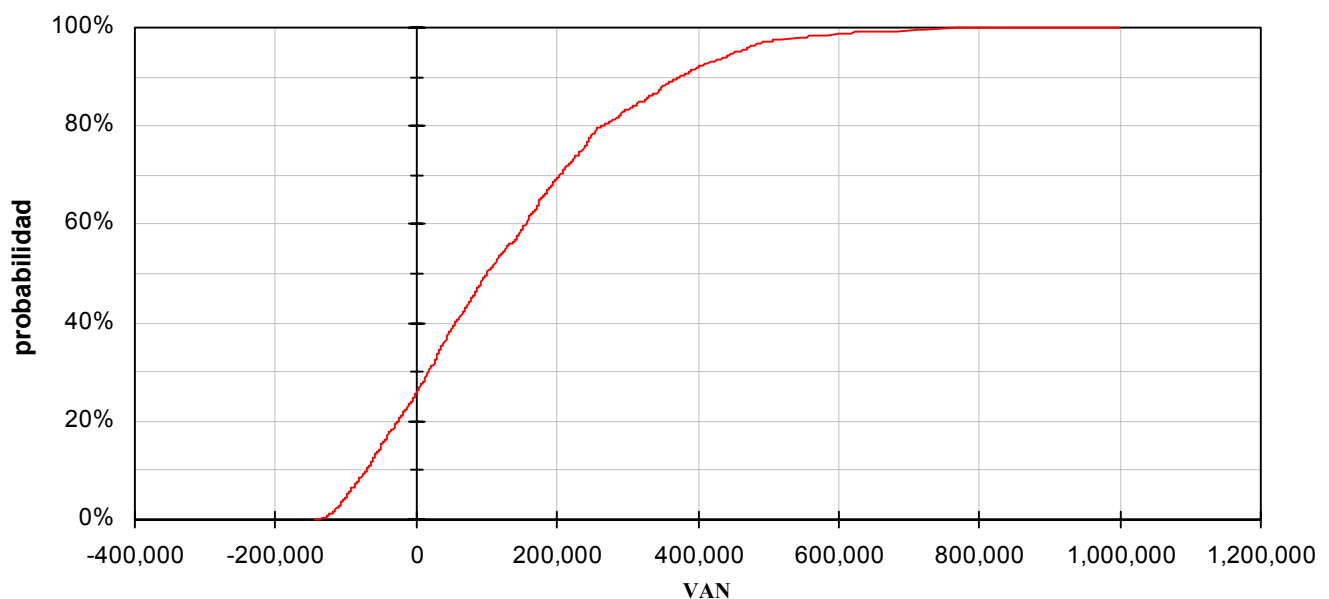


Figura 12. Probabilidad acumulada de obtener un  $VAN_{36\%}$  determinado.

La TIR sin inflación tiene la probabilidad del 98% de ser mayor a cero. La probabilidad de ser mayor a 36% (tasa de corte) es de 54.68%, lo que nos dice que es muy riesgoso utilizar un 100% financiamiento al 36%, ya que casi en la mitad de los casos no vamos a poder pagar el financiamiento. La probabilidad de la TIR de ser mayor al 20% es de 70.71% por lo que resulta más conveniente que ahorrar el dinero. El coeficiente de variación es de 0.615. Valor esperado es de 63.98%. El valor máximo que se puede esperar es de 247.261%.

La TIR ajustada a un 20% de inflación puede presentar un valor mínimo de -24.70%, y un máximo de 192.9%. El 67.5% de los valores que podría tomar una TIR 89.3% arriba o abajo de la TIR esperada o promedio de 36.6%. La probabilidad de tener una TIR menor a cero es del 11.4%.

La probabilidad acumulada de obtener diferentes tasas internas de retorno se muestra en la Figura 13.

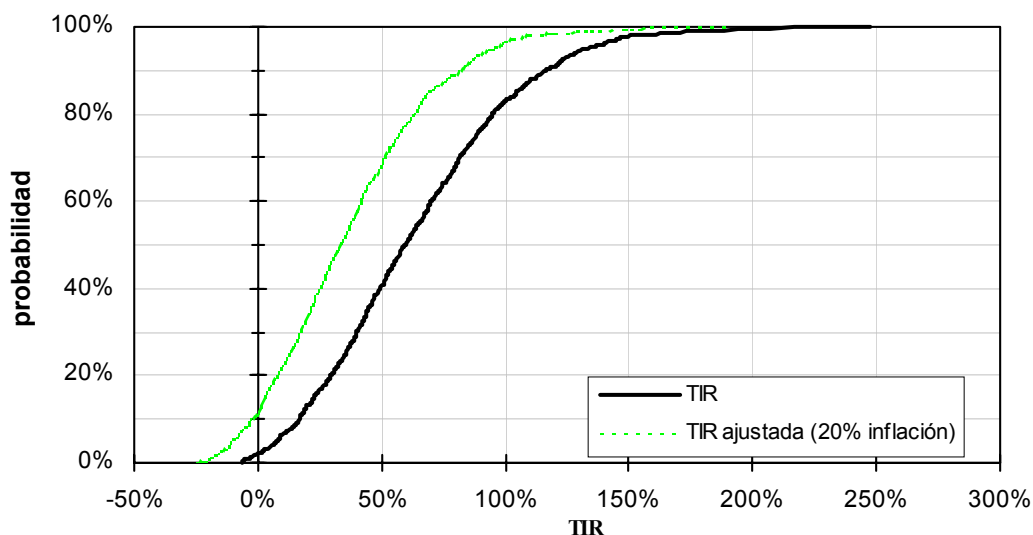


Figura 13. Probabilidad acumulada de obtener diferentes TIR.

Este análisis nos muestra que el proyecto es sensible a variables externas e internas, siendo favorecida por estas en la mayoría de los casos, por lo que existen muchas probabilidades de obtener un VAN que sea atractivo con el proyecto, si existen variaciones en el futuro.

**4.5.5.3 Evaluación organizacional.** La comunidad de Galeras presenta problemas de malas relaciones personales entre algunos de sus habitantes, lo que impide en muchas ocasiones el trabajo grupal. Es necesario que los interesados en formar parte de la empresa asociativa tengan la disposición de trabajar en equipo y cumplir con reglamentos para ser aceptados y mantenerse en la empresa.

**4.5.5.4 Impacto social.** El proyecto traerá como beneficios la generación de empleos, producción de valor agregado, capacitación de los empleados e incentivo al turismo.

Generación de empleos e ingresos para los socios: El establecimiento del restaurante generará directamente 5 empleos, los cuales recibirán un salario y prestaciones laborales superiores a los ofrecidos en la zona. El empleo generado si bien no logra impactar severamente el área de Galeras, estará usando preferiblemente personal femenino, lo que es significativo para la mujer rural.

Generación de ingresos para los socios de la empresa: los socios de la empresa asociativa que maneje el restaurante recibirán ingresos de las utilidades que genere el restaurante.

Efectos sobre el valor agregado: la preparación de las carnes, granos y hortalizas en alimentos listos para consumir da un valor agregado de 17.65% para el plato normal, 36.36% para el plato especial y 23.97% para el plato realizado por encargos.

Capacitación: los empleados recibirán capacitaciones periódicas lo que influirá en gran medida en sus conocimientos y actitudes.

Incentivo al turismo: el tener más cosas y de mejor calidad que ofrecer en la aldea incentivará el turismo, principalmente con la transformación de los visitantes en turistas.

## **4.6 CONTACTOS CON INSTITUCIONES Y EMPRESARIOS**

Se realizó reuniones con personal de instituciones y empresarios, entre ellos Erasmo Sosa del Instituto Hondureño de Turismo (IHT), Rosa Valenzuela del Instituto Hondureño de Formación Profesional (INFOP), profesores y estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH), Cluster de Empresarios de Turismo del Yeguaré (CETUY) y Mario López del Turicentro Oasis de San José.

### **4.6.1 Reunión con personal del Instituto Hondureño de Turismo**

El Instituto Hondureño de Turismo es la institución encargada de fomentar el turismo en Honduras, por lo que se planeó una visita junto con un grupo de la comunidad a las oficinas de esta institución, en la cual se conversó con Erasmo Sosa, Gerente de Ecoturismo y Natividad Roches, encargado del desarrollo turístico de comunidades Garífunas en la costa atlántica.

Erasmo Sosa ofreció el apoyo de asistencia técnica a cualquier proyecto turístico que se realice en la zona, dejó las puertas abiertas para cualquier visita en el futuro y planteó la organización de excursiones con grupos de estudiantes universitarios a Galeras.

Natividad Roches se ofreció para que en un futuro realizar intercambio con gente de ambas comunidades y conseguir la capacitación sobre como preparar platos de comida Garífuna para las personas de Galeras interesadas en establecer un restaurante de comida típica hondureña.

### **4.6.2 Visita a los talleres del Instituto Hondureño de Formación Profesional**

En esta visita se realizó con el grupo interesado en establecer un restaurante en Galeras. La profesora Nidia Chinchilla del INFOP realizó un recorrido por las instalaciones de la cocina del restaurante del INFOP y explicó en que consisten los cursos de cocina ofrecidos por dicha institución. Además, aceptó dar una capacitación sobre la elaboración

de comida típica al grupo si los preparativos necesarios para realizarlo se lograban concretar. La Lic. Rosa Valenzuela, jefe del Departamento de Turismo, Comercio y Servicios, estuvo a favor de realizar dicha capacitación.

#### **4.6.3 Contacto con profesores y estudiantes de educación ambiental de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras**

Se organizó una excursión a Galeras con un grupo de profesores y estudiantes de educación ambiental de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH). Con este grupo se organizó un recorrido por Zamorano, Güinope y Galeras el cual se muestra en el Cuadro 31.

Cuadro 31. Recorrido realizado con profesores y estudiantes educación ambiental de la UNAH.

| <b>Hora:</b> | <b>Actividad:</b>                                                              |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| 9:00 a.m.    | Llegada a Zamorano                                                             |
| 9:15 a.m.    | Explicación de lo que es Zamorano                                              |
| 9:30 a.m.    | Compra de productos del Puesto de Ventas de Zamorano                           |
| 9:45 a.m.    | Salida hacia Güinope                                                           |
| 11:00 a.m.   | Visita a la Vinícola la Trilla                                                 |
| 11:30 a.m.   | Visita a la Iglesia de Güinope                                                 |
| 12:00 m      | Salida hacia Galeras                                                           |
| 1:00 p.m.    | Almuerzo en el comedor El Rinconcito, Galeras                                  |
| 2:00 p.m.    | Visita a la Cascadita de doña Erlinda Flores                                   |
| 2:30 p.m.    | Explicación de la importancia del agua y los recursos naturales para Galeras   |
| 3:00 p.m.    | Refrigerio y compra de productos locales en Parque Comunitario de Galeras      |
| 3:15 p.m.    | Explicación sobre las actividades de desarrollo comunal y turístico en Galeras |
| 3:30 p.m.    | Salida hacia Tegucigalpa                                                       |

Tanto profesores como estudiantes se mostraron interesados en regresar y consumir productos de la comunidad posteriormente. Además, los profesores se mostraron interesados en seguir realizando este tipo de giras turísticas educativas.

#### **4.6.4 Contactos con el Cluster de Empresarios de Turismo del Yeguaré**

La profesora Mérida Espinal, Secretaria de Cultura y Turismo de Galeras se afilió al Cluster de Empresarios de Turismo del Yeguaré con lo que se espera poder mostrar las necesidades locales a los empresarios organizados, además de idear un plan de desarrollo turístico para el beneficio de toda la región.

#### **4.6.5 Contactos con empresarios de la Zona**

Las miembras del grupo de mujeres Unión y Esfuerzo de Galeras conveniaron con el Sr. Mario López, gerente propietario del Turicentro Oasis de San José, la venta del jabón de sábila que ellas producen. El Turicentro Oasis de San José en su apertura en diciembre de 1998 contará con un hotel de montaña en el cual se impulsará los productos locales al mercado de turistas nacionales e internacionales que hagan uso de dicho servicio.

## **5. CONCLUSIONES**

La abundancia de agua de Galeras es el recurso que se muestra como principal atractivo a explotar turísticamente por la comunidad o empresarios.

Existe una pobre cultura turística y de trabajo en grupo en Galeras que no permiten resolver los problemas comunitarios y aprovechar las oportunidades que se le presentan a la comunidad.

El ingreso que se percibiría en el establecimiento de un restaurante sería fuertemente influenciado por la razón precio-costo de los platos especiales y normales.

El crecimiento poblacional puede favorecer al restaurante ya que se crearía un mercado más amplio.

No es conveniente utilizar un 100% de capital ajeno ya que existe un alto riesgo de no poder pagar este capital.

El establecimiento de un restaurante de comida típica hondureña puede generar utilidades sólo si se define un adecuado precio de venta, y se logra una buena participación en el mercado local ya establecido.

## **6. RECOMENDACIONES**

Registrar la cantidad de visitantes que llegan a Galeras para poder realizar estimaciones apropiadas.

Reforzar la cultura turística y de trabajo en equipo en Galeras para que se logren concretizar proyectos por el beneficio de la comunidad.

Realizar estudios que demuestren la viabilidad y factibilidad de proyectos en los que la comunidad tiene interés y facilitar la concretización de dichos proyectos en caso de ser factibles.

Darle continuidad a los grupos con los que se ha trabajado.

Realizar estudios similares en otras comunidades para desarrollar el turismo en la región.

Proveer las facilidades para que exista interacción entre empresarios e instituciones con la comunidad para que colaboren con el desarrollo turístico de la región.

Promocionar turísticamente a Zamorano para que este sirva de centro del desarrollo turístico de la región.

Si se tiene interés en establecer un restaurante en Galeras, establecer márgenes de utilidad para fijar los precios y definir una sólida estrategia que permita una mayor participación del mercado de los usuarios de comedores actuales.

Realizar sondeos de opinión para coleccionar la opinión de los visitantes sobre lo que les gustaría encontrar en un comedor y cuanto estarían dispuestos a pagar por lo que recibirían.

## 7. BIBLIOGRAFIA

- BOO, E. 1992. La Explosión del Ecoturismo: Planificación para el Manejo y Desarrollo. Trad. por John A. Herrera y Karen E. Current. Edit. por Mercedes Otegui-Acha. Serie de Documentos Técnicos Programa de Areas Silvestres y Necesidades Humanas, Fondo Mundial para la Naturaleza. Washington, EE. UU. 28 pp.
- BUDOWSKI, G. 1998. Turismo sustentable con énfasis en ecoturismo: Las nuevas tendencias en el mercado mundial. Ambien-Tico. Escuela de Ciencias Ambientales. Universidad Nacional de Costa Rica. C. R. No. 28, marzo 1995.
- CHRISTIE, R.; MORRISON, A. 1998. The Tourism System. An Introductory Text. 3ª ed. Kendall/Hunt Publishing. Iowa. EE. UU. 387 pp.
- COHEN, E. 1988. La investigación participativa en el contexto de los proyectos de desarrollo rural. algunas consideraciones preliminares. *In* Investigación participativa y praxis rural: Nuevos conceptos en educación y desarrollo local. 2ª ed. Editado por Francisco Vío Grossi, Gianotten, V.; Wit, T. 1988. Consejo de Educación de Adultos de América Latina CEAAL, Santiago de Chile, Chile. p. 81-103.
- DEPIENNE, 1993. Investigación tradicional e investigación participativa. Memoria del seminario taller sobre Investigación participativa llevado a cabo en la EAP, en el Zamorano, del 30 de Marzo al 2 de abril 1992.
- DE SHUTTER, A. 1985. Investigación participativa: una opción metodológica para la educación de adultos. 3ª ed. Centro Regional de Educación de Adultos y Alfabetización Funcional para América Latina, CREFAL, Pátzcuaro, México. 389 pp.
- FALS, O. 1988. La ciencia y el pueblo. *In* Investigación participativa y praxis rural: Nuevos conceptos en educación y desarrollo local. 2ª ed. Editado por Francisco Vío Grossi, Vera Gianotten y Ton de Wit. Consejo de Educación de Adultos de América Latina CEAAL, Santiago de Chile, Chile. p. 17-44.
- GROSSI, F. 1988. Investigación participativa: precisiones de Ayacucho. *In* Investigación participativa y praxis rural: Nuevos conceptos en educación y desarrollo local. 2ª ed. Editado por Francisco Vío Grossi, Vera Gianotten y Ton de Wit. Consejo de Educación de Adultos de América Latina CEAAL, Santiago de Chile, Chile. p. 67-80.

- HALL, B. 1989. Investigación participativa, conocimiento popular y poder: una reflexión personal. *In* La investigación participativa en América Latina. 2 de. Compilado por Gilberto Vejarano. Centro Regional de educación de adultos y alfabetización funcional para América Latina, CREFAL, Pátzcuaro, México. 341 pp. (15-34)
- INCAE. 1992. RiskMaster. User's Manual. Trad. Por Luis Delgadillo. INCAE. Alajuela, Costa Rica. 57 pp.
- KARREMANS, J. 1994. Sociología para el desarrollo: Métodos de Investigación y técnicas de la entrevista. CATIE. Turrialba, C. R. 51 pp.
- LINDBERG, K. 1991. Policies for maximizing Nature Tourism's ecological and economic benefits. World Resources Institute, Washington, USA. 38 pp.
- LOPERA, H.; QUIROS, J.; PEÑA, B.; BELTRAN, N. 1988. Participación campesina en la investigación agropecuaria en Antioquía. Boletín de investigaciones N° 78. Instituto colombiano Agropecuario. 211 pp.
- MARIN, J.; KETELHÖHN, W. 1995. Inversiones Estratégicas: Un enfoque multidimensional. 6ª Ed. Asociación Libro Libre. San José, Costa Rica. 287 pp.
- MIRAGEM, S.; NADAL, F.; FUENTES, N.; PORTEIRO, J.; PIETRA, E.; SANCHEZ, B.; PLATERO, R. 1982. Guía para la elaboración de proyectos de desarrollo agropecuario. IICA. San José, Costa Rica. 382 pp.
- MORENO, A. 1993. La investigación participativa en la teoría y en la práctica. *In* Investigación participativa. Concepto, metodología y experiencias. Memoria del seminario taller sobre Investigación Participativa llevado a cabo en la EAP, en el Zamorano, del 30 de Marzo al 2 de abril 1992. P. 11-14
- OFICINA DE AGROTURISMO, Bizkaia, España. 1998. Agroturismo Rural en el País Vasco. <http://www.ecomix.es/nekazal>
- OMT. 1998. Organización Mundial del Turismo. <http://www.world-tourism.org>
- PIERRE, J.; GRANDOIT, F. 1988. Investigación-acción en Haití. Capacitación y primeras experiencias. *In* Investigación participativa y praxis rural: Nuevos conceptos en educación y desarrollo local. 2ª ed. Editado por Francisco Vío Grossi, Vera Gianotten y Ton de Wit. Consejo de Educación de Adultos de América Latina CEAAL, Santiago de Chile, Chile. p. 139-158.
- PRINCE, J. 1975. Análisis económico de proyectos agrícolas. 2ª Reimpresión. Editorial Tecnos. Madrid, España. 241 pp.
- RUBIN, E. 1988. Investigación científica vs. investigación participativa. reflexiones en

torno a una falsa disyuntiva. *In* Investigación participativa y praxis rural: Nuevos conceptos en educación y desarrollo local. 2 ed. Editado por Francisco Vío Grossi, Vera Gianotten y Ton de Wit. Consejo de Educación de Adultos de América Latina CEAAL, Santiago de Chile, Chile. p. 121-138.

BIBLIOTECA DE RURAL EUROPE. 1998. Una forma de turismo digna de tener en cuenta: el agroturismo.  
<http://www.rural-europe.aeidl.be/rural-es/biblio/touris/Contents.htm>

SECRETARIA DE ECONOMIA Y COMERCIO DE HONDURAS. 1996. Ley constitutiva de las Zonas Industriales de Procesamiento para Exportaciones (ZIP) y Zonas Libres Turísticas (ZOLT). La Gaceta. Teg. Hond. Diciembre 21: p. 30-36.

SECRETARIA DE TURISMO DE LA PROVINCIA DE RIO NEGRO, ARGENTINA. 1998. Turismo de los Andes al Mar.  
<http://www.rnonline.com.ar/turismo/infoindex.html>

TILLMANN, H.; SALAS, M. 1994. “Nuestro congreso” manual de diagnóstico rural participativo para la extensión campesina. Editado por Evelyn Silva Peralta y Leonardo Espinoza Prieto. PRODAF-GTZ. Santiago de Purisal, C. R. 180 pp.

SALAS, W. 1987. Preparación y Evaluación de Inversiones Agropecuarias. Editorial Universidad Estatal a Distancia. San José, C. R. 447 pp.

SAPAG, N.; SAPAG, R. 1989. Preparación y Evaluación de Proyectos. 2ª ed. Mc Graw Hill. México D. F., México. 390 pp.

UICN. 1993. Parques y Progreso: Areas protegidas y desarrollo económico en América Latina. Editado por Valerier Barzetti. UICN. Washington, EE. UU. 258 pp.

## **8. ANEXOS**

**Anexo 1.** Carta de invitación a talleres.

Zamorano, 6 de Julio de 1998.

Señor(a)

Presente.

Por medio de la presente quisiera hacerle una cordial invitación para que asista a un taller que se realizará el día sábado 11 de julio a partir de las 2:30 PM en las instalaciones de la Escuela Alvaro Contreras.

Dentro del taller el Lic. Erasmo Sosa (Gerente de Ecoturismo del Instituto Hondureño de Turismo) impartirá una charla sobre las oportunidades existentes para desarrollar turísticamente una comunidad rural y se discutirán los aspectos positivos y negativos de implementar proyectos turísticos en la comunidad de Galeras.

Esperando contar con su presencia:

Atentamente,

Douglas Fuentes  
Departamento de Desarrollo Rural  
Zamorano.

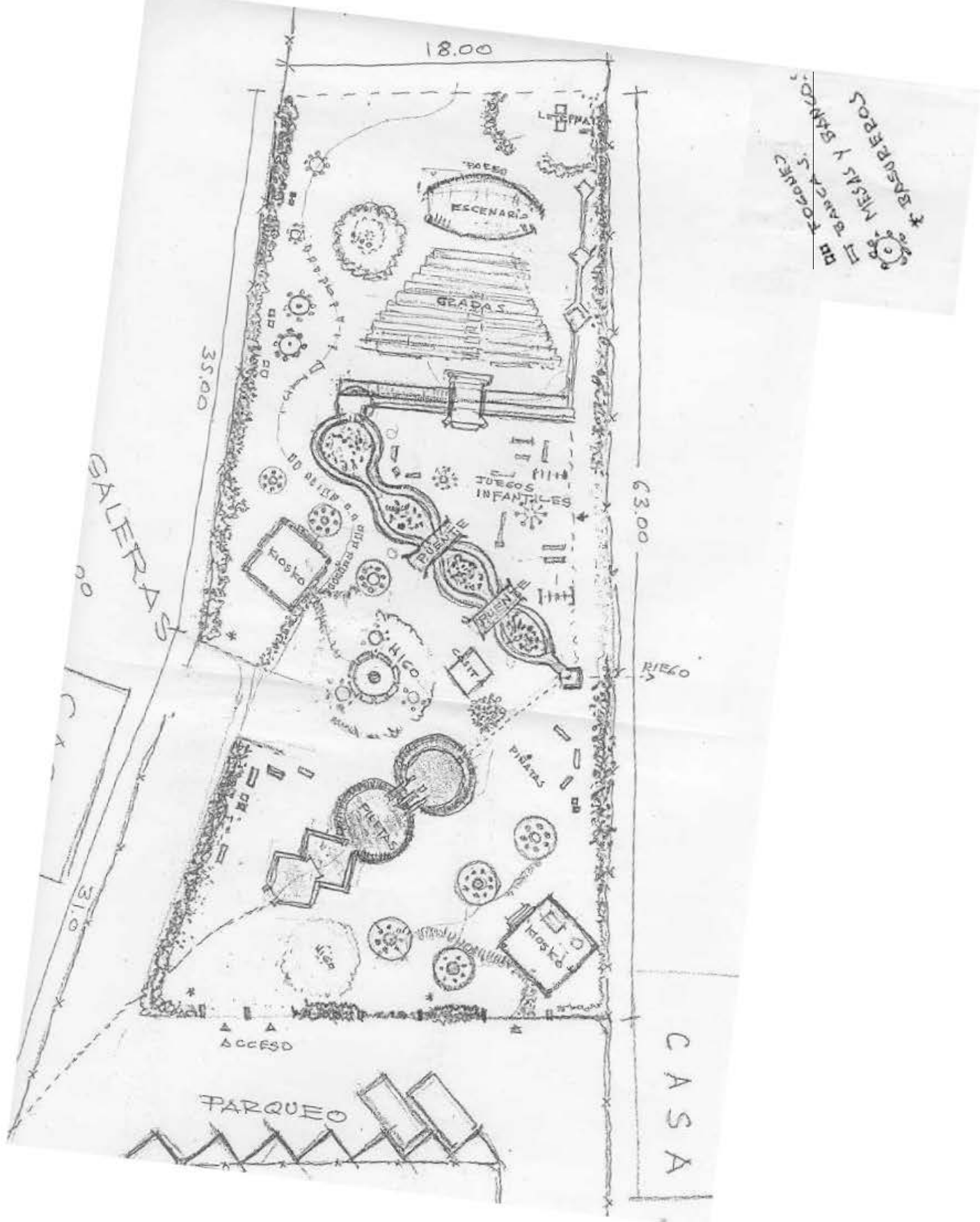
**Anexo 2.** Listado de personas asistentes a la reunión de intercambio Güinope-Galeras.

| <b>Nombre:</b>           | <b>Procedencia:</b>                        |
|--------------------------|--------------------------------------------|
| <b>Carlos Maradiaga</b>  | Instituto Hondureño de Turismo             |
| Erasmó Sosa              | Instituto Hondureño de Turismo             |
| Fernando Claros          | Finca Hueso Quebrado, Galeras              |
| Isabel Pérez             | Departamento de Desarrollo Rural. Zamorano |
| Douglas Fuentes          | Departamento de Desarrollo Rural. Zamorano |
| Eduardo Aguilar          | Proyecto UNIR, Zamorano                    |
| Reyner Maradiaga         | Proyecto UNIR, Zamorano                    |
| Silvia Rivera            | Güinope                                    |
| Marco Antonio Garay      | Güinope                                    |
| Leoncio A. López         | Patronato de El Ocotal, Güinope            |
| Franklin Santander       | Alcalde de Güinope                         |
| Reina Lagos              | Grupo Unión y Esfuerzo, Galeras            |
| Linda Rosa Flores        | Grupo Unión y Esfuerzo, Galeras            |
| Glenda Damicela Jiménez  | Grupo Unión y Esfuerzo, Galeras            |
| Orfilia Flores           | Grupo Unión y Esfuerzo, Galeras            |
| Abel Gómez Galdémez      | Instituto Güinope                          |
| Erlys Odina Borjas       | UNISA                                      |
| Vesma Tefutec            | UNISA                                      |
| Suyapa Yamileth Figueroa | UNISA                                      |
| Mario A. López           | Rancho San José                            |
| Carmen Rivera            | Vinícola La Trilla                         |

**Anexo 3.** Listado de personas asistentes a los talleres realizados en Galeras.

Alfredo Ceguera  
Argentina Sevilla  
Benigna Saucedo  
Bessy Barahona  
Carlos Sevilla  
Carmen Vargas  
Edgardo Colindres  
Edilia Vargas  
Ela Sevilla  
Elvin Ponce  
Enida Sulema  
Erlinda Flores  
Evelyn Saucedo  
Glenda Jiménez  
Gustavo Sierra  
Iris Hernández  
Jenny Andino  
Johnny Ponce  
Julio Velásquez  
María Durán  
María Rodríguez  
Mario López  
Mayra Sevilla  
Melida Espinal  
Miguel de la Paz  
Nohemy Sevilla  
Orfilia Flores  
Pedro Trujillo  
Rafael Flores  
Reina Lagos  
Santos Marto  
Santos Hernández  
Undina Sevilla  
Wil Flores

# **Anexo 4.** Diseño del Parque Comunitario de Galeras.



**Anexo 5.** Lista de personas interesadas en el las diferentes actividades prioritarias en beneficio del desarrollo turístico de Galeras.

**Campaña de limpieza**

Miembros del patronato:

Rafael Paz Flores (Presidente del Patronato)

Miguel Paz (Secretario)

Bessy Barahona (Secretaria de Salud)

Mélida Espinal (Secretaria de Cultura y Turismo)

**Proyecto del comedor.**

Ondina Sevilla

Suyapa Hernández

Argentina Sevilla

Linda Rodríguez

Carmen Vargas

Angelina Ferrera

María Sánchez

Suyapa Zavala

Carlos Sevilla

**Parque Comunitario de Galeras.**

Grupo Unión y Esfuerzo:

Glenda Jiménez

Erlinda Flores

**Orfilia Flores**

Reina Lagos

María Durán

**Producción de hortalizas orgánicas**

Miguel Paz