

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA**

**DIAGNÓSTICO Y PLAN DE NEGOCIO DE FINCA AGROECOLÓGICA GRANJA  
LAS MARÍAS EN EL MUNICIPIO DE SANTA MARÍA DEL REAL CON ÉNFASIS EN  
TURISMO RURAL**

**POR:**

**JAYRO MOISES ROMERO MENDEZ**

**DIAGNÓSTICO**

**PRESENTADO A LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA COMO  
REQUISITO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS**



**CATACAMAS**

**OLANCHO**

**JUNIO, 2016**

DIAGNÓSTICO Y PLAN DE NEGOCIO DE FINCA AGROECOLÓGICA GRANJA  
LAS MARÍAS EN EL MUNICIPIO DE SANTA MARÍA DEL REAL CON ÉNFASIS  
EN TURISMO RURAL

POR  
**JAYRO MOISES ROMERO MENDEZ**

**RUBÉN AUGUSTO SINCLAIR, MSc.**  
**Asesor principal**

TESIS PRESENTADA A LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA COMO  
REQUISITO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS.**

**Catacamas**

**Olancho**

**Junio, 2016**

**HOJA DE SUSTENTACION**

## **DEDICATORIA**

A **Dios** todo poderoso por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

### **A MIS PADRES**

Mi madre NORMANDINA MENDEZ CASTRO y mi padre ROMULO VERNABE MEZA al ser el punto fundamental y darme el apoyo incondicional en mi formación personal espiritual y profesional.

### **A MIS HERMANOS**

SAMUEL ISAIAS ROMERO MENDEZ DEYSI RAQUEL ROMERO CASTRO, REBECA ELIZABET ROMERO CASTRO, Por brindarme su apoyo y siempre presentes cuando las necesite en cada momento llenándome de fuerza para afrontar cada reto.

### **A MIS ABUELOS**

ESTER ANGELINA ERAZO HERNANDEZ Y SAMUEL ISAIAS MEZA ISAULA aunque no estén físicamente conmigo la llevo en mi corazón y sé que estén donde estén estarán orgullosos de mí.

A JARELY MUÑOZ EUCEDA por ser la única persona que ha estado en el momento más difícil de mi vida y que me brindado toda la ayuda para superarlo, la única que me ha escuchado y se ha calado mis angustias.

## AGRADECIMIENTOS

A **Dios** todo poderoso por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

M.Sc. RUBÉN SINCLAIR, Por su apoyo, colaboración y aportes a este trabajo, así como por su tiempo dedicado.

M.Sc. MAURICIO MORENO, Por su apoyo, colaboración y aportes a este trabajo, así como por su tiempo dedicado.

M.Sc. JAVIER MEDINA, por su apoyo brindado en la etapa final de mi trabajo.

A LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA, por brindarme sus instalaciones y conocimientos y poder llegar a ser parte de la historia de la misma.

A los buenos docentes que participaron en mi desarrollo académico transmitiendo sus conocimientos para mi formación profesional.

Mis compañeros Daniela Mendoza, Delsy Izaguirre, Zenia Jiménez, Elsy Martínez, Reyna Osiris Irías, jabs Vásquez, Jhoan Osorio, Juana Iris Barahona, Wendy Pinto por brindarme su amistad siempre y en cada momento que compartimos demostraron sus principios y valores.

## CONTENIDO

	Página
HOJA DE SUSTENTACION .....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTOS .....	v
LISTA DE CUADROS .....	xi
LISTA DE FIGURAS .....	xiii
LISTA DE ANEXO .....	xiv
LISTA DE ACRÓNIMOS .....	xv
RESUMEN.....	xvi
<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>II. OBJETIVOS .....</b>	<b>2</b>
2.1 Objetivo General: .....	2
2.2    Objetivos específicos: .....	2
<b>III. REVISIÓN DE LITERATURA .....</b>	<b>3</b>
3.1 Diagnóstico.....	3
3.1.2 Tipos de diagnósticos .....	3
3.1.3 Diagnóstico de Finca .....	3
3.2 Plan de Negocios .....	4
3.3 Turismo.....	5
3.4 Turista.....	6
3.5 Definición de Finca .....	6

3.5.1 Componentes de una Finca.....	6
3.6 Oferta Turística.....	7
3.7 Senderos Turísticos .....	7
3.8 Turismo Rural.....	8
3.9 Agroturismo y Desarrollo Rural.....	9
3.10 Turismo Agroecológico.....	9
3.11 Agroturismo.....	10
3.12 Ecoturismo.....	10
3.13 Turismo Sostenible.....	11
3.14 Turismo Internacional.....	11
3.15 Turismo en Honduras .....	12
3.15.1 Atención de Turismo en Honduras.....	12
3.15.2 Expectativa del Turismo en Honduras.....	13
3.15.3 Experiencias de Turismo en Honduras.....	14
3.15.4. Principales modalidades de turismo rural que se practican en Honduras.....	16
3.16 Turismo en Olancho .....	17
3.17 Turismo en Santa María del Real .....	17
3.17.1 Recursos turísticos de Santa María del Real .....	18
<b>IV.METODOLOGIA .....</b>	<b>20</b>
4.1 Descripción del lugar del Proyecto.....	20
4.2 Materiales y Equipos .....	20
4.3 Metodología.....	20
4.4 Recopilación de Información.....	21
4.4.1 Fuentes Primarias Cualitativas .....	21
4.4.2 Fuentes Primarias Cuantitativas .....	22

4.5 Variables de la Investigación.....	24
4.6 Fuentes secundarias .....	25
4.6.1 Análisis y tabulación de la información .....	25
<b>V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>26</b>
5.1 Datos Básicos de la Pre Inversión .....	26
5.1.1 Nombre del Proyecto .....	26
5.1.2 Lugar del Proyecto.....	26
5.1.3 Beneficiario .....	26
5.1.4 Presupuesto General .....	27
5.2 Identificación del Diagnóstico.....	27
5.2.1 Información del Diagnóstico .....	27
5.2.2 Historia .....	28
5.2.3 Misión de la Empresa .....	28
5.2.4 Visión de la Empresa.....	29
5.2.5 Objetivos de la Empresa .....	29
5.2.6 Valores de la Empresa .....	29
5.2.7 Diagnóstico de Finca .....	30
5.3 Situación del Problema o Necesidad .....	31
5.3.1 Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas .....	31
5.3.2 Desarrollo de Alternativa/Solución .....	31
5.3.3 Objetivo del proyecto .....	32
5.3.4 Justificación del Proyecto.....	32
5.4 Estudio de Mercado .....	32
5.4.1 Producto/Servicio .....	32
5.4.2 Espacios que posee son los siguientes:.....	33



5.4.3 Estudio de la Demanda .....	34
5.4.4 Estudio de la Oferta .....	44
5.5 Plan Marketing .....	45
5.5.1 Posicionamiento .....	45
5.5.2 Imagen Corporativa .....	45
5.5.3 Marketing Mix .....	46
5.5.4 Comercialización .....	47
5.6 Estudio Técnico .....	48
5.6.1 Localización .....	48
5.7 Tamaño del Proyecto .....	49
5.7.1 Tecnología .....	50
5.7.2 Ingeniería .....	53
5.8 Manejo Administrativo .....	56
5.8.1 Planificación .....	56
5.8.2 Organización .....	56
5.8.3 Dirección .....	60
5.8.4 Control .....	60
5.9 Estudio Financiero .....	61
5.9.1 Inversión Requerida .....	61
5.9.2 Costos Fijos de Operación .....	63
5.9.3 Costos Variables de Operación .....	65
5.9.4 Ingresos .....	66
5.10 Flujo de caja sin financiamiento .....	68
5.10.1 Flujo de caja con financiamiento .....	71
5.11 Estudio Ambiental .....	74

5.11.2 Valorización de los Impactos .....	75
<b>VI. CONCLUSIONES</b> .....	78
<b>VII. RECOMENDACIONES</b> .....	79
<b>VIII. BIBLIOGRAFÍA</b> .....	79
<b>ANEXOS</b> .....	81

## LISTA DE CUADROS

	Página
<b>Cuadro 1</b> Operacionalización de las Variables .....	24
<b>Cuadro 2</b> Alternativas del proyecto.....	31
<b>Cuadro 3</b> Sitios turísticos que los visitantes visitan .....	38
<b>Cuadro 4</b> Lugares turísticos dentro del departamento más visitados .....	43
<b>Cuadro 5</b> Matriz de nivel competitivo .....	44
<b>Cuadro 6</b> Suma de la capacidad de cada competidor .....	44
<b>Cuadro 7</b> Equipo para cocina .....	53
<b>Cuadro 8</b> Materiales de construcción de cocina.....	54
<b>Cuadro 9</b> Materiales de construcción del techo .....	54
<b>Cuadro 10</b> Materiales de electrificación de cocina .....	55
<b>Cuadro 11</b> Mitigación Ambiental.....	55
<b>Cuadro 12</b> Manual de funciones del Gerente General .....	57
<b>Cuadro 13</b> Manual de funciones Secretaria/Recepcionista .....	58
<b>Cuadro 14</b> Manual de funciones Cocina/ Chef. ....	58
<b>Cuadro 15</b> Manual de los del Mesero .....	59
<b>Cuadro 16</b> Manual del Mantenimiento .....	59
<b>Cuadro 17</b> Manual del vigilante.....	60
<b>Cuadro 18</b> Costos de inversión.....	61
<b>Cuadro 19</b> Pagos de servicios públicos.....	63
<b>Cuadro 20</b> Gastos por insumos de oficina.....	64
<b>Cuadro 21</b> Gasto por pago de colaboradores .....	64
<b>Cuadro 22</b> Permisos de operación.....	64
<b>Cuadro 23</b> Gasto por depredaciones de activos adquiridos .....	65
<b>Cuadro 24</b> Costos de platillos para almuerzo.....	65
<b>Cuadro 25</b> Costo bocadillos de entrada.....	66

<b>Cuadro 26</b>	Costos de las bebidas ofrecidas en el restaurante y bar.....	66
<b>Cuadro 27</b>	Ingresos por usos de piscina y cancha de futbol.....	66
<b>Cuadro 28</b>	Ingresos por ventas de platillos .....	67
<b>Cuadro 29</b>	Ingresos por ventas de bocadillos.....	67
<b>Cuadro 30</b>	Ingresos por ventas de bebidas .....	68
<b>Cuadro 31</b>	Flujo de caja sin financiamiento.....	69
<b>Cuadro 32</b>	Amortización del préstamo .....	71
<b>Cuadro 33</b>	Flujo de caja con financiamiento.....	72
<b>Cuadro 34</b>	Estudio del impacto ambiental .....	74
<b>Cuadro 35</b>	Criterios de evaluación de impactos sin proyecto .....	75
<b>Cuadro 36</b>	Criterios de evaluación de los impactos con proyecto .....	76

## LISTA DE FIGURAS

	Página
<b>Figura 1</b> Panorama de los componentes del Diagnóstico de Granja las Marías.....	30
<b>Figura 2</b> Concepto Turismo Rural.....	34
<b>Figura 3</b> Conceptos que los clientes relaciona con Turismo Rural .....	35
<b>Figura 4</b> Que consideraría a la hora de escoger un lugar de turismo rural.....	36
<b>Figura 5</b> Interesado (a) en hacer excursiones dentro del departamento de Olancho .....	36
<b>Figura 6</b> Frecuencia de visita lugares turísticos dentro del departamento de Olancho .....	37
<b>Figura 7</b> Municipio a los cuales los clientes les gustaría visitar .....	38
<b>Figura 8</b> Disponibilidad del cliente a pagar por servicios turísticos .....	39
<b>Figura 9</b> Medios que utilizan los clientes para informarse.....	40
<b>Figura 10</b> Sitios turísticos que han visitado los clientes.....	40
<b>Figura 11</b> Acompañantes en viajes de los clientes .....	41
<b>Figura 12</b> Forma de pago que utilizan los clientes .....	41
<b>Figura 13</b> Interés por visitar sitios turísticos rurales .....	42
<b>Figura 14</b> Edad de los clientes.....	43
<b>Figura 15</b> Imagen corporativa de la finca.....	46
<b>Figura 16</b> Mapa político de Santa María del Real brindado por: Catastro Municipal. ....	48
<b>Figura 17</b> Ubicación Geográfica de la finca Granja las Marías elaborado por: A Iraheta .	49
<b>Figura 18</b> Flujo grama general de servicios turísticos.....	50
<b>Figura 19</b> Flujo grama del servicio de alimentación .....	51
<b>Figura 20</b> Flujo grama del servicio de piscina.....	52
<b>Figura 21</b> Modelo organizacional de Granja las Marías .....	57

## LISTA DE ANEXO

	Página
<b>Anexo 1.</b> Entrevista .....	82
<b>Anexo 2</b> Encuesta.....	84
<b>Anexo 3</b> Plan de Negocios .....	88
<b>Anexo 4</b> Matriz de problemática ambiental, causas y efectos. ....	90
<b>Anexo 5</b> Árbol de problema del proyecto. ....	92
<b>Anexo 6</b> Árbol de objetivos del proyecto.....	93
<b>Anexo 7</b> Marco lógico del Proyecto.....	94
<b>Anexo 8</b> Análisis FODA de Granja las Marías .....	95
<b>Anexo 9</b> Fotos de Granja las Marías .....	96
<b>Anexo 10</b> Croquis de la construcción .....	98

## LISTA DE ACRÓNIMOS

CANATUR	Cámara Nacional de Turismo
CANATURH	Cámara Nacional de Turismo Honduras
CDE	Centro de Desarrollo Empresarial
CDE-RVO	Centro de Desarrollo Empresarial Valles de Olancho
FODA	Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas
MIPYMES	Micro Pequeñas y Medianas Empresas
TIC	Tecnologías de la Información y la Comunicación
IICA	Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura
IHT	Instituto Hondureño de Turismo
INDERENA	Instituto Nacional de Recursos Naturales Renovables y del Ambiente
UNA	Universidad Nacional de Agricultura
TREMA	Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable
VAN	Valor Actual Neto
TIR	Tasa Interna de Retorno
PRI	Periodo de Recuperación de la Inversión
RBC	Relación Beneficio Costo

**Romero, J. 2016.** Plan de negocio de finca agroecológica Granja las Marías en el municipio de Santa María del Real con énfasis en turismo rural. Modalidad de diagnóstico en el grado académico de licenciatura. Administración de Empresas Agropecuaria. Universidad Nacional de Agricultura. Catacamas, Olancho. C.A. 116 P.

## **RESUMEN**

La presente investigación se desarrolló en la finca “Graja las Marías” que es una empresa ubicada en el municipio de Santa María del Real, aldea El Naranjal. Se elaboró un diagnóstico y plan de negocio bajo los criterios metodológicos del centro de desarrollo empresarial valles de Olancho (CDE-RVO). Para la elaboración de este documento se realizó por medio de una investigación mixta, donde se tomó en cuenta la parte documental y de campo por medio de las fuentes primarias y secundarias. La información de campo se obtuvo mediante consultas personales a propietarios de la finca. El estudio de mercado muestra que un 72% de las personas evaluadas conocen del turismo rural, por lo cual el 78% está interesado en visitar balnearios, cuevas arqueológicas, parques naturales, zonas de reserva y finca turísticas y un 67% de los mismos manifiestan que visitarán los lugares turísticos con su familia considerando los aspectos esenciales como seguridad, buena atención al cliente y que este cerca de la ciudad. Para el estudio ambiental se obtuvieron resultados positivos ya que la implementación de la construcción no está localizado sobre áreas de protección, ni generara deterioro de la vegetación natural en sus alrededores. Al establecer el estudio financiero para un periodo de 3 años, con una inversión de 100,023 lempiras se obtuvo el VAN que es igual a 852,157.42 lempiras, el TIR es igual a 393%, y la RBC de 1.20 lempiras lo que indica que el proyecto es factible.

**Palabras claves:** TIR, VAN, RBC, viable, FODA



## I. INTRODUCCIÓN

El turismo se ha convertido en primordial importancia para la economía mundial esto se está convirtiendo en una forma de competencia de países productores de servicios y atractivos turístico el cual ha sido presentado tradicionalmente como un eficiente motor de desarrollo económico, social y cultural capaz de generar empleo, modernizar las infraestructuras, impulsar otras actividades productivas, revaloriza los recursos para equilibrar las balanza de pagos nacionales.

De forma específica la investigación ha diseñado un plan de negocio para desarrollar turismo rural en la finca “Granja las Marías”, en el municipio de Santa María del Real dando a conocer la viabilidad económica y social que produce dicho proyecto. Y a través del mismo explotar los potenciales encontrados según los resultados arrojados por los estudios que se realizaron como ser los estudios de mercado, técnico, financiero y ambiental que han servido para soportar la información del diagnóstico de pre inversión, evaluación y aceptabilidad del proyecto en la zona.

La información recopilada en el estudio de mercado del presente trabajo ha servido como fuente para analizar la oferta y demanda del turismo en el departamento de Olancho se aplicaron encuestas a una determinada población con el fin de fortalecer las iniciativas de la CANATURH. La Universidad Nacional de Agricultura y el proyecto HEIFER encaminadas a promover el turismo en este departamento generar desarrollo en la zona rural e implementar una economía sostenible para los habitantes de la comunidad a través de la promoción de empleos y apoyo a las pequeñas y medianas empresas.

## **II. OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo General:**

Diseñar un diagnóstico y plan de negocio de la finca Agroecológica Granja las Marías en el Municipio de Santa María del Real en énfasis turismo rural.

### **2.2 Objetivos específicos:**

- Realizar un diagnóstico de la situación actual de la finca Granja las Marías, para conocer las potencialidades turísticas del sitio.
- Analizar la oferta y la demanda del turismo en el departamento de Olancho.
- Desarrollar un estudio de mercado, técnico, financiero y ambiental de la finca para conocer la situación actual y fortalecer las potencialidades de dicho proyecto.
- Identificar la alternativa de manejo turístico que se pueda implementar en la finca Granja las Marías. Realizar un plan de negocio que oriente al propietario sobre las alternativas de manejo turístico que se puede implementar en el centro.

### **III. REVISIÓN DE LITERATURA**

#### **3.1 Diagnóstico**

Es una herramienta de la dirección y se corresponde con un proceso de colaboración entre los miembros de una organización y el consultor para recabar información pertinente, analizarla e identificar un conjunto de variables que permitan establecer conclusiones, requiere de la realización de investigaciones empíricas, sustentadas en un sistema teórico-metodológico que permita examinar los hechos sociales. (González, 2001).

El diagnóstico es una actividad que involucra a un grupo de personas interesadas en plantear soluciones a situaciones problemáticas, sometiéndose a un autoanálisis que debe conducir a un plan de acción concreto que permita solucionar la problemática. (Quintero, 2008).

##### **3.1.2 Tipos de diagnósticos**

Los diagnósticos integrales se caracterizan por la visualización de una amplia gama de variables o aspectos empresarios. La metodología utilizada se basa en un estudio de Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas (FODA), trabajando con una amplia gama de variables de diversas categorías que reciben un puntaje por parte del consultor a cargo del trabajo. Los diagnósticos "específicos" hacen énfasis en los procesos productivos, financieros, de gestión, y otros en aspectos relativos al mercado y los consumidores. (Romagnoli, 2007).

##### **3.1.3 Diagnóstico de Finca**

Es un proceso interactivo de intercambio de información entre los agricultores, ganaderos y el grupo de técnicos, para poder identificar el potencial y las limitaciones de los diferentes lotes o áreas de la finca y de los recursos que tienen, así como las condiciones sociales, económicas, y ambientales del entorno y del grupo familiar y también sirve para definir las metas alcanzables mediante un plan de trabajo que debe ser puesto en marcha y monitoreado para incrementar la productividad en la finca, conservar los recursos naturales y mejorar la calidad de vida de las familias de la comunidad. (Buñay, 2012).

### **3.2 Plan de Negocios**

El plan de negocios debe transmitir a los nuevos inversionistas, a los accionistas y a los financieros, los factores que harán de la empresa un éxito, la forma en la que recuperarán su inversión y en el caso de no lograr las expectativas de los socios, la fórmula para terminar la sociedad y cerrar la empresa. (Fleitman, 2013).

El plan puede elaborarse para una empresa de reciente creación o para una que ya está operando y tiene planes de desarrollo.

Cuando la empresa está operando y en crecimiento, un plan sirve para replantear objetivos, metas y necesidades, así como para solicitar créditos o inversiones adicionales para ampliación y/o proyectos especiales.

Después de un periodo determinado de operación del plan de negocios, es recomendable comparar los resultados obtenidos con el plan original para conocer las posibles desviaciones, las razones de éstas, las consecuencias y las medidas correctivas que han de ser tomadas. (Fleitman, 2013).

Un plan de negocio es un documento vivo, en el sentido que tiene que ser actualizado constantemente para reflejar cambios no previstos con anterioridad. Que justifique las

expectativas del éxito de la empresa, la cual es fundamental para conseguir el finasacion y socios capitalistas. Un plan de negocios generalmente es formulado por emprendedores cuando tienen la intención de iniciar un negocio, el cual es utilizado internamente para la planificación, y administración el cual va hacer usado para convencer a bancos, inversionistas de aportar dinero para el negocio. (Moreno, 2008).

Un Plan de negocios es una forma de pensar sobre el futuro del negocio a donde ir; cómo ir rápidamente, o qué hacer durante el camino para disminuir la incertidumbre y los riesgos. Es un documento formal, elaborado por escrito, que sigue un proceso lógico, progresivo, realista, coherente y orientado a la acción, en el que se incluyen las acciones futuras que deberán ejecutarse, tanto por el empresario como por sus colaboradores, para, utilizando los recursos de que dispone la organización, procurar el logro de determinados resultados (objetivos y metas) y que al mismo tiempo, establezca los mecanismos que permitirán controlar dicho logro. (Infante & Carbollosa).

### **3.3 Turismo**

Resulta difícil determinar cuándo se usó por primera vez la palabra turismo; lo que sí sabemos que fueron los franceses los primeros en utilizar la palabra tour, que después se extendió a otros idiomas. En el siglo doce, se registra el vocablo ingles torn, que evoluciono a tour"er. También se tiene conocimiento de la raíz latina tornus, tonare, que significa girar, giro, viaje circular y de vuelta al punto de partida. (Muñoz, 2002).

El turismo es una actividad transversal que ofrece importantes oportunidades de desarrollo económico, enriquecimiento cultural a la sociedad local y de algo que, ahora, interesa de manera especial como es la recuperación integrada del patrimonio arquitectónico y urbanico. (García & poyato, 2002).

El turismo se caracteriza por ser una actividad socioeconómica generalizada relativamente joven y por englobar una gran variedad de sectores económicos y disciplinas académicas, no

existe la definición de turismo: hay que tener presente una comprensión profunda del turismo requiere un análisis de todos los elementos que participan en la entrega de la experiencia turística. (Crosby & Moreda, 1996).

### **3.4 Turista**

El turista es quien viaja a otro lugar distinto al de su domicilio, regresando después al mismo. La duración de ese viaje, así como la permanencia en el destino, debe de ser superior a veinticuatro horas y menor a seis meses, es decir, ha de pernotar al menos una noche y no extender su visita más de lo indicado, pues de ser así sería considerado como residente o inmigrante. Los propósitos de viaje son muy amplios y diversos y aunque en un principio no se consideraban turistas, quienes viajaban por negocios, hoy en día si se aceptan estos como tales. (Quesada, 2010).

### **3.5 Definición de Finca**

Una finca es un lugar en donde se pretende integrar la producción agrícola y pecuaria en un arreglo acorde con un sistema natural que haga aún más eficiente tal espacio y los recursos que lo disponen. Los productos de la finca se utilizan para la alimentación de la familia, animales y los excedentes se destinaran al mercado local, los materiales residuales se podrán utilizar para la alimentación de los animales existentes en la finca. (Buñay, 2012).

#### **3.5.1 Componentes de una Finca**

(Buñay, 2012) Menciona que la granja agroecológica contempla como componentes:

- La vivienda ecológica.

- El componente agrícola en las que se asocian los huertos hortícolas, plantas medicinales.
- Componente animal, en donde se combina la explotación de especies mayores y menores.
- El reciclaje de materiales de materiales de desechos.
- El procesamiento de productos agropecuarios; y La captación de agua de lluvia.

### **3.6 Oferta Turística**

Según (Call, 1983). Oferta es la relación que existe entre la cantidad de un bien que los productores están dispuestos a vender y todos los precios posibles para un período de tiempo determinado. Cuando las variaciones de factores distintos del bien afectan a la cantidad que se ofrece, estos cambios se denominan desplazamientos de la oferta, la oferta aumenta o disminuye la cantidad ofrecida a cada uno de los precios de mercado.

La oferta turística es el total de los servicios que las empresas dedicadas al turismo están dispuestas a ofrecer o colocar en el mercado para satisfacer las necesidades o exigencias del turista local, nacional o extranjero. (Call, 1983).

### **3.7 Senderos Turísticos**

El senderismo se entiende como algo más que un producto o un servicio determinado, pasando a representar una experiencia turística integral, sobre todo si la existentes puede ser relacionado entre si ya que es capaz de combinar deporte, naturaleza y cultura entre otros. Es necesario mencionar que la actividad senderista está acercando a los entornos rurales y naturales a personas que quieren participar en el deporte en contacto con la naturaleza observando el patrimonio cultural que pueda ir recorriendo a lo largo del recorrido. (Miranda, 2006).

Según el Instituto Nacional de Recursos Naturales Renovables y del Ambiente (INDERENA) dice que un sendero es un camino trazado a través del espacio geográfico, histórico y cultural, cuyo recorrido es por lo general en círculo, con el propósito de estimular al caminante que lo utiliza.

El sendero natural procura acercar al caminante a los atractivos paisajísticos y culturales más llamativos del sector por donde atraviesa, así como también, procura mostrar síntesis de los diversos ambientes, ecosistemas, regiones a que pertenece. (INDERENA, 1995).

### **3.8 Turismo Rural**

El concepto de turismo rural es considerado las particularidades socio ambientales del país responde a un modo de turismo desarrollado en espacios rurales, centrado en la combinación de atractivos naturales, culturales y agrícolas que potencia el desarrollo endógeno por medio de la creación y fortalecimiento de pequeñas empresas y que favorece un manejo sostenible de los recursos naturales y culturales. (Morera, 2006).

El turismo rural es una alternativa de desarrollo sustentable por su condición de artesanal y difuso en el espacio y en el tiempo, es decir, no masificado, También ofrece nuevas oportunidades de empleo a los campesinos en su tierra, y diversifica la oferta turística de un país y colabora en la conservación del patrimonio natural y cultural. (Escalona, 2004).

Según el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA, 2009). Mencionan al turismo rural que no existe una definición oficial para el Turismo Rural, no obstante, se maneja el concepto definido por la Organización Mundial de Turismo, el que lo considera como “aquella actividad turística realizada en el espacio rural, compuesta por una



oferta integrada de ocio dirigida a una demanda cuya motivación incluye el contacto respetuoso con el entorno natural y una interrelación con la población local.

### **3.9 Agroturismo y Desarrollo Rural**

El turismo rural en sus diferentes manifestaciones muestra potencialidades como medio para contribuir al desarrollo y bienestar de las comunidades rurales. El agroturismo, permite en la práctica visualizar, entender y valorizar la importancia de la consideración de algunos de los elementos conceptuales y metodológicos que se influyen dentro de los enfoques actuales del desarrollo rural. (Riveros Hernando, 2003).

Turismo rural conjunto de actividades recreativas realizadas en zonas rurales y basadas en elementos de cultura rural, El agroturismo será pues una forma de turismo rural, en el que dichos elementos estén vinculados, en alguna medida, a la explotación agraria. (samir & javier, 2001).

### **3.10 Turismo Agroecológico**

La Agroecología como alternativa de Desarrollo Rural se ha traducido en una variedad de programas y planes ligados a la agricultura y ganadería ecológica, cuyo objetivo es: Rescatar y revalorizar el conocimiento y las técnicas utilizadas por el campesino en el manejo de los agro sistemas, con un enfoque participativo, multidisciplinar y sistémico, donde confluyan el conocimiento moderno y el tradicional. (Sevilla & Alonso, 1994).

La agroecología se define como el manejo sustentable ecológico de los agro ecosistemas, mediante la acción social colectiva, como alternativa al modelo de manejo agroindustrial; con propuestas de desarrollo participativo desde los ámbitos de la producción y circulación

de sus productos, estableciendo formas de producción y consumo que contribuyan a encarar la crisis ecológica y social, generada por el neoliberalismo y globalización económica. (Buñay, 2012).

Además es necesario elaborar un plan de implementación de tecnología de acuerdo a los componentes del predio y las necesidades del agricultor para conocer las respuestas de los cambios que se van a implementar. (Buñay, 2012).

La agroecología es un enfoque transdisciplinario que define, clasifica y estudia los sistemas agrícolas desde una perspectiva agronómica, ecológica y socioeconómica, étnica y socio-cultural, también integra saberes tradicionales, con el conocimiento técnico moderno para obtener métodos de producción que respeten el ambiente y la sociedad; se considera el fundamento científico de la agricultura sustentable, ya que brinda conceptos, características y principios ecológicos para analizar, diseñar, administrar y conservar recursos de sistemas agrícolas. Su objetivo es proporcionar la base ecológica para el manejo de los agrosistemas, mediante tecnologías de producción estable, de alta adaptabilidad ambiental y social. (Buñay, 2012).

### **3.11 Agroturismo**

El agroturismo como un segmento de turismo de áreas rurales asociado con la prestación de alojamiento o restauración en granjas (caseríos, cortijos, pasos etc.) preferiblemente activas en las que puede hacerse participe al turista en las diferentes actividades agropecuarias. (Crosby & Moreda, 1996).

### **3.12 Ecoturismo**

Se trata de una modalidad del turismo en áreas rurales en el que el paisaje es la principal variable, como punto de confluencia entre los factores ambientales y los antrópicos, cuyos objetivos es la integración del visitante en el medio humano y natural. (Crosby & Moreda, 1996).

El ecoturismo es un sector turístico que entra dentro de lo que se denomina “turismo de la naturaleza” la definición que a nivel internacional se reconoce para el turismo de la naturaleza es “aquel que se realiza en medio natural, incluyendo el turismo deportivo, de aventura, cine genético, etc. (Pérez de las Heras, 2003).

### **3.13 Turismo Sostenible**

Procura el aprovechamientos de sus recursos existas poco impacto ambiental y cultural a su vez propicia la actividad de participación de las comunidades en su protección y en la exaltación de los valores autóctonos para que de este modo se obtenga un beneficio socio económico de actividad turística. (Quesada, 2010).

### **3.14 Turismo Internacional**

Está constituido por dos aspectos, el primero de ellos receptivo, al cual pertenecen todos los extranjeros y nacionales residentes en otros países que visitan una nación distinta a la que habitan y el segundo conocido como emisor o emisoro, al cual corresponden todos los nacionales y los residentes extranjeros de un país, que viajan fuera de su territorio.

En cuanto al turismo receptivo, este es el mayor importancia socioeconómica, pues es principalmente en torno al que los destinos realizan su actividad turístico- empresarial generándose con ello no solo la captación de divisas, sino también un efecto multiplicador de grandes beneficios para la comunidad anfitriona o receptiva. (Quesada, 2010).

En lo referente al turismo emisor, es evidente su relevancia debido a que son los lugares donde se originan los desplazamientos turísticos internacionales, que vienen a constituir los mercados metas que desean captar los destinos. En cuanto mayor es el nivel y calidad de vida de las personas, existe más propensión a viajar fuera del país en que se reside, lo cual es característico de las naciones con mayor desarrollo socioeconómico. En contraposición con esto, en los países con menor desarrollo, los viajes internacionales son inversamente reducidos. (Quesada, 2010).

### **3.15 Turismo en Honduras**

Diferentes investigaciones realizadas han determinado que el país posee grandes recursos naturales, arqueológicos, históricos, culturales y otros que tienen grandes potenciales. El cual el turismo proporciona diversas categorías de alojamiento, hoteles de primera y segunda clase, condominios, casas de familia etc. En la alimentación ofrece restaurante, cafeterías, quioscos, comedores, parrilladas, ventas de bebidas típicas para el transporte aéreo funciona excelentes líneas, con conexiones a diferentes lugares y países; vuelos chárter, terminales y aeropuertos. (Muñoz, 2002).

#### **3.15.1 Atención de Turismo en Honduras**

Según Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA, 2009). Para impulsar el desarrollo de la inversión en el sector turismo en coordinación con el sector privado y público desarrolla varias acciones para mejorar el nivel de la competitividad del sector:

- Congreso Nacional de Turismo: Para presentar la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible a todos sus actores del sector privado y público, actualmente se está

organizando un Congreso Nacional de Turismo, donde se expondrán las estrategias por cada una de las regiones y los planes a seguir.

- Clasificación Hotelera: A través de Honduras Compite, se está realizando la segunda clasificación y categorización hotelera del país, atendiendo las demandas del turista que precisa información relativa a productos y servicios que desea recibir, y las opciones de las que puede disponer para satisfacer sus requerimientos.
- Unidad de Inteligencia de Mercados: Honduras Compite junto con la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR) y el Instituto Hondureño de Turismo (IHT) implementarán una Unidad de Inteligencia de Mercados en la CANATURH, que sea capaz de centralizar en un centro compartido- toda la información del sector turístico que se encuentra dispersa.

### **3.15.2 Expectativa del Turismo en Honduras**

Según el Instituto Hondureño de Turismo (IHT, 2008). Para el año 2038, Honduras tendrá un Gobierno moderno, normador y eficiente, descentralizado a nivel municipal, evolucionado en términos de facilitación administrativa y consolidado en términos de seguridad jurídica para ciudadanos, empresas e inversionistas de forma transparente.

El país tendrá una imagen internacional consolidada luego del desarrollo de un programa externo e interno de imagen país y de la transformación del cuerpo diplomático y consular en el primer frente promotor de exportaciones, turismo y oportunidades de inversión en Honduras. El plan del Gobierno del IHT será:

- Fomentar la participación activa del sector privado y los gobiernos municipales en el desarrollo de programas y proyectos orientados al desarrollo de productos competitivos así como a la promoción y comercialización efectiva de destinos turísticos prioritarios.

- Impulsar la coordinación interinstitucional mediante la creación del gabinete turístico para definir las políticas sectoriales e intersectoriales que den congruencia a la actuación pública en materia turística.
- Impulsar la seguridad y asistencia en los destinos turísticos mediante la creación de la policía turística y el desarrollo de servicios de facilitación, información y asistencia turística.
- Desarrollar programas de mejoramiento de los recursos humanos del sector turístico así como programas dirigidos a asegurar la calidad de los servicios y acciones tendientes a fortalecer la difusión de la cultura turística.
- Apoyar el desarrollo turístico municipal/regional con miras a la puesta en valor de los atractivos.
- Potenciar el desarrollo del turismo alternativo, con especial énfasis en programas de naturaleza y aventura así como turismo rural.

### **3.15.3 Experiencias de Turismo en Honduras**

En Honduras el turismo rural hasta la fecha no se ha desarrollado; no obstante, existen experiencias aisladas en el fomento del turismo rural, entre esta destaca la Escuela Agrícola Zamorano como la institución pionera en la modalidad del turismo de agroindustria una modalidad que fomenta el turismo rural, mediante el desarrollo de la estrategia para impulsar la zona de Yeguaré, El Paraíso. Otra experiencia es la relacionada a turismo de fincas que también está muy ligada al turismo rural esta la Finca el Jaral, Copan Marina, ambas ubicadas en Copán Ruinas. (IICA, 2009).

- **I Feria Turística Agroalimentaria**

Con el propósito de visualizar la pequeña y mediana empresa turística rural la Escuela Agrícola el Zamorano celebró la I Feria Agroalimentaria que busca mostrar los frutos que produce la tierra y potenciar el turismo rural en julio del 2008. (IICA, 2009).

La feria se enmarcó dentro del proyecto de turismo rural donde se promocionan los municipios que integran la mancomunidad de Yeguaré como destinos con enormes atractivos turísticos naturales.

En la actividad participaron alrededor de 50 microempresarios/rias que han emprendido sus propios negocios contribuyendo a mejorar sus condiciones de vida y al crecimiento de la economía del país. (IICA, 2009).

- **Iniciativa desarrollo mancomunidad de Yeguaré**

El turismo alternativo está tomando auge en la región oriental del país con la puesta en marcha del proyecto “Fortalecimiento de los Procesos Productivos, Participativos, Investigación en la Región Agrícola y Gestión Local del Yeguaré”. Este proyecto es parte de una serie de intenciones que la Escuela Agrícola de El Zamorano implementa con el fin de revertir las condiciones de pobreza de la zona. Los municipios favorecidos con este proyecto son Morocelí, Yuscarán, Güinope, Villa de San Francisco y San Antonio de Oriente. (IICA, 2009).

La idea surgió con el propósito de ayudar a los comités de investigación agrícola local con acciones para fomentar el capital humano y el crecimiento del Turismo Rural en cinco

municipios de El Paraíso. Con este proyecto se pretende beneficiar a mujeres y hombres de escasos recursos económicos. (IICA, 2009).

#### **3.15.4. Principales modalidades de turismo rural que se practican en Honduras**

Ecoturismo: Ecoturismo puede ser definido como una forma de viajar, en la que el turista se integra con la cultura y la idiosincrasia de los habitantes del lugar que visita, manejándose con conciencia ecológica y salvaguardando la integridad del ecosistema, y aportando beneficios económicos que contribuyen a la conservación del mismo. (IICA, 2009).

Turismo Cultural: Entre los parques arqueológicos con que cuenta el país Copán Ruinas y El Puente están ubicados en el departamento de Copán y el parque Los Naranjos en el departamento de Santa Bárbara; contado este último con naturaleza además de cultura.

Visitación de Áreas Protegidas: Como Parque Nacional Janeth Kawas (Punta Sal), La Muralla, Cuero y Salado, La Tigra, La Biosfera del Río Plátano, Jardines Botánicos de Lancetilla; constituyen un atractivo de gran importancia para el turista. Existen tres zonas particularmente relevantes, con la presencia de recursos mundialmente reconocidos: el Parque Arqueológico de Copán, el Parque Nacional Marino de las Islas de la Bahía, y la Reserva de la Biosfera Río Plátano. (IICA, 2009).

Turismo Colonial: Los más de trescientos años de historia colonial hispánica en Honduras, dejaron su huella en las numerosas construcciones religiosas, civiles y militares. Más de un centenar de iglesias con ricas improntas e interiores imaginaria, platería y pintura.

Turismo de Aventura: Donde se puede disfrutar de las Cuevas de Talgua (Catacamas, Olancho) y las Cuevas de Taulabé (Siguatepeque); entre otras opciones como los Ríos para practicar el canotaje en rápidos, montañas a ser escaladas, así como cabalgatas y caminatas por entre la selva, hacen de una visita a estos sitios una verdadera aventura. (IICA, 2009).



### **3.16 Turismo en Olancho**

El departamento de Olancho las vastas tierras ofrecen una aventura sin igual. Desde adentrarse a unas antiguas cuevas con calaveras brillantes hasta alcanzar las alturas del canopy entre el bosque, franja del territorio nacional que es apta para el disfrute de la naturaleza. La zona, aunque se carece de playas como en la zona norte o sur, cuenta con la presencia de abundantes ríos donde sofocar las altas temperaturas que ofrece el verano. (Carias, 2015).

En esta sección del país se cuenta con tres parques nacionales, entre ellos La Muralla, Patuca y Sierra de Agalta, sitios que para los amantes de la naturaleza se convierten en áreas propicias para las caminatas, acampar, exploración de la flora y fauna, paseos a caballo, entre otras. (Carias, 2015).

Desde Juticalpa otra de las zonas que se puede visitar es el monumento nacional El Boquerón, que está ubicado a unos 25 kilómetros al este de la ciudad de Juticalpa, al lado izquierdo de la calle pavimentada que conduce hacia Catacamas. (Carias, 2015).

### **3.17 Turismo en Santa María del Real**

Santa María del Real es uno de los pilares del turismo en el departamento de Olancho según entrevista con actores claves del municipio definen la actividad turística como un centro donde varias personas comparten un tiempo, realizan actividades en conjunto fuera de su lugar de residencia que produce un flujo de curiosidades y que proporcionan un fuerte ingreso para la comunidad y da valor al patrimonio del municipio. Entre las ventajas que trae esta actividad identificaron las siguientes: genera ingresos económicos para el municipio y crea un ambiente de intercambio de culturas. (Rafael, 2015).

En la actualidad gran parte de los recursos turístico del municipio son restaurantes ubicados en Santa María del Real son al mismo tiempo centro de recreación o balnearios muy populares tanto en la localidad como en todo el departamento de Olancho. Estos centros han generado un flujo de estudiantes excursionistas a la zona de procedencia departamental nacional. También visita del turista extranjero que viene a servir en brigadas médicas, así como grupos locales que desarrollan seminarios, charlas o sesiones de trabajos en dichas instalaciones. (Rafael, 2015).

### **3.17.1 Recursos turísticos de Santa María del Real**

Hotel y Balneario Villa Paraíso: Es un centro de recreación que cuenta con hotel, piscinas, restaurante cría de tilapias, exposición de una colección de metales pre hispánico y piezas antiguas tales como una marimba, catres, camas antiguas de cuero, y brinda paseos durante el fin de semana a Santa María del Real. (Interiano, 2008).

Restaurante y Balneario El Puente: Centro de diversiones que cuenta con un restaurante, dos canchas de futbol, tres piscinas con tobogán para adultos y tobogán para niños. El restaurante y sus alrededores están adornados con elementos típicos de la zona incluyendo moldes para dulces típicos y muchos detalles con madera.

Tilapias la Pita: Centro de recreación que ofrece varias actividades: canopy de cinco estaciones, vistas de la vegetación del lugar, fauna, actividades agrícolas, paseos a caballos y carretas en buey, cuenta con restaurante, hospedaje e instalaciones para el ordeño y procesamiento de lácteos.

Granja las Marías: Es un centro de recreación que cuenta con restaurante, campo de futbol, fauna y actividades agrícolas, dos piscinas, un zoológico con diferentes tipos de animales.

Cuevas la Quijada: localizada en la montaña la bellota la cual se cree es de origen volcánico según su propietario Alberto Cruz. La cueva se encuentra dentro de una finca de café y arboles maderables. Según el propietario este era un cementerio donde se encontraron osamentas y restos de vasijas de barro muy similares a los restos encontrados en las cuevas de talgua. Su nombre viene ya que el primer resto que encontraron era el de una quijada.

Las tapias: ruinas y lugares arqueológicos asentamiento humano llamado escamilpa que según la tradición oral ya se encontraban a la llegada de los españoles. Este poblado se abandonó ya que en este sitio se desato una peste y los pobladores se percatan que al sepultar a sus muertos animales le comían las vísceras. Los habitantes piensan que el lugar callo en una maldición y salen a establecerse donde actualmente se encuentran hoy en día Santa María del Real. En el sitio se puede encontrar ruinas del antiguo asentamiento, como ser restos de un salón, gradas, muro de ladrillos y varios montículos. Ruinas no han sido estudiadas.

Casa de la Cultura / Museo Municipal: construida en 1950, con corredores internos, arquitectura colonial, techo de tejas y la loza de barro. Cuenta con una exposición de piezas antiguas como: espadas coloniales, tinajas, piezas de agricultura antiguas como arado, aparejos, la primera marimba municipal, entre otras piezas. Cuenta con la biblioteca municipal y los fines de semanas se organizan con las escuelas actividades de juegos tradicionales y sábados culturales donde se cuentan cuentos. (Interiano, 2008).

## **IV.METODOLOGIA**

### **4.1 Descripción del lugar del Proyecto**

La presente investigación se realizó en Granja las Marías ubicada en la aldea El Naranjal Municipio de Santa María del Real, Departamento de Olancho. Este Municipio cuenta con una extensión territorial 233,6 km<sup>2</sup>, colinda el norte con los municipios de Gualaco y San Francisco de la Paz, al sur con los municipios de Juticalpa y San Francisco de Becerra, al este con el municipio de Catacamas y al oeste con los municipios de San Francisco de la Paz, Juticalpa y San Francisco de Becerra, con una temperatura máxima de 25c° y 18c° mínimo. Con una precipitación pluvial de 1150 mm al año y altitud de 843 msnm con humedad relativa de 74%.Cuenta con una población de 10,153 habitantes.

### **4.2 Materiales y Equipos**

- **Materiales:** Lápiz tinta, lápiz grafito, libreta de anotaciones.
- **Equipo:** Calculadora, memoria USB, computadora, internet, cámara, GPS, impresora, fotocopidora, automóvil (transporte).

### **4.3 Metodología**

Se trabajó con el método de investigación Exploratorio que permitió familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos y obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa e investigar nuevos problemas y establecer

prioridades para investigaciones futuras, también se utilizó la investigación No Experimental que se utilizó fundamentalmente en la observación sin manipulación deliberada de las variables porque ya sucedieron, al igual que sus efectos y un enfoque Transversal por que se recolecto datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. (Sampieri, Collado, & pilar, 2006).

La recopilación de información del trabajo de investigación es Cuantitativa y Cualitativa. Se utilizaron herramientas como la encuesta y la entrevista, para obtener un diagnóstico y un plan de negocios.

La investigación se realizó bajo la implementación de la metodología que se está desarrollando en el Centro de Desarrollo Empresarial se utilizaron los formularios del diagnóstico (Formulario FAT 006 Diagnostico para MIPYMES), y para el plan de negocios (Formulario FAT 004 plan de negocios para MIPYMES).

#### **4.4 Recopilación de Información**

La cantidad y la calidad de la información que se recolectó en el presente trabajo de investigación está basada completamente en los objetivos por el cual se realizó el diagnóstico. De esta manera la investigación tiene una mayor confiabilidad y validez.

##### **4.4.1 Fuentes Primarias Cualitativas**

Las fuentes primarias cualitativas se realizaron utilizando el formato (FAT006) del CDE y la entrevista dirigida a propietarios de la finca.

- **Diagnóstico**

El presente trabajo se desarrolló un documento para el estudio de la finca, el diagnóstico se aplicó en la finca Granja las Marías se utilizó el Formato (FAT006) del CDE se realizaron visitas a la finca, en estas visitas se contó con la ayuda del propietario de la finca que nos contestó las preguntas que se le hicieron para profundizar el diagnóstico en esta etapa lo que se obtuvo es saber la situación actual de la finca y los recursos que cuenta la finca.

- **Entrevista**

Para obtener la información necesaria con la cual se realizó la investigación utilizamos la entrevista (**ver anexo 1**) esta es de tipo estructurada la cual se hizo para obtener información de interés para el diagnóstico que nos permitió identificar y analizar cuáles son los factores importantes para la finca.

- **Mapa GPS**

Se realizó un mapeo a la finca Granjas las Marías que nos permitió tener una mejor estructura de sí misma donde se tomaron en cuenta algunos puntos como ser: acceso principal, como están distribuidos los recursos con los que cuenta en la finca y su superficie del terreno.

Para la medición de la finca, se contó con la ayuda de alumnos de la carrera de Licenciatura en Recursos Naturales.

#### **4.4.2 Fuentes Primarias Cuantitativas**

Se realizó a través de la aplicación de encuesta tomando como base las viviendas del casco urbano de una determinada población en el departamento de Olancho.

- **Encuesta**

La encuesta se realizó en una determinada población en el departamento de Olancho, se consideró un análisis de información de los potenciales clientes, logrado a través de la aplicación de una encuesta de dieciséis preguntas (**ver anexo 2**), dirigida a familias pretendiendo que en la finca se realice las mejoras pertinentes en cuanto al servicio que se le brindara al público.

- **Determinación de la Muestra**

Estimar demanda y oferta para determinar del tamaño de la muestra y que esta sea representativa se realizó el cálculo utilizando una formula estadística planteada por Morales (2012).

$$n = \frac{N}{1 + \frac{e^2(N-1)}{z^2pq}}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra que deseamos conocer

N = tamaño conocido de la población

e = Error muestral utilizando el 5% (0.05)

z = Valor de z (1.96) correspondiente al nivel de confianza de 95% que es lo mismo que digamos  $\alpha = 0.05$

pq = Varianza de la población donde pq es siempre igual a  $(.50)(.50) = 0.25$  (es una constante). Siendo p = proporción de respuestas en una categoría (síes) y q = proporción de repuestas en la otra categoría (noes).

Aplicando la formula a una determinada población en el departamento de Olancho se obtiene el siguiente resultado.

$$n = \frac{N}{1 + \frac{0.05^2(N-1)}{1.96^2(0.25)}} = \frac{12,668}{1 + \frac{0.05^2(12,668-1)}{1.96^2(0.25)}} = \frac{12,668}{32.63} = 388$$

#### 4.5 Variables de la Investigación

**Cuadro 1** Operacionalización de las Variables

Objetivo Especifico	Variable	Indicadores	Instrumento
Conocer los datos generales de la empresa.	Datos generales de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Historia</li> <li>✓ Misión</li> <li>✓ Visión</li> <li>✓ Valores</li> <li>✓ Objetivos</li> <li>✓ FODA</li> </ul>	Formulario FAT 006 Diagnostico para MIPYMES.
Identificar los productos y servicios que se ofrece, conocer la demanda de los servicios turísticos e identificar cuál es la competencia.	Estudio de Mercado	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Producto/Servicio</li> <li>✓ Estudio de la Demanda</li> <li>✓ Estudio de la Oferta</li> <li>✓ Plan Marketing</li> </ul>	Aplicación de encuesta
Conocer la situación organizativa, administrativa y técnica de los procesos productivos por medio de diagramas de flujos.	Estudio Técnico	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Localización</li> <li>✓ Tamaño del proyecto</li> <li>✓ Manejo Administrativo</li> <li>✓ Ingeniería del proyecto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Formulario FAT 010 Plan de Negocio para MIPYMES.</li> <li>✓ Aplicación Entrevista</li> </ul>
Evaluar si las actividades financieras y económicas son rentables.	Estudio Financiero	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Costos de Inversión</li> <li>✓ Costos Operativos</li> <li>✓ Flujo de Efectivo</li> <li>✓ Utilidad Neta</li> <li>✓ TIR</li> <li>✓ VAN</li> <li>✓ RBC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Formulario FAT 006 Diagnostico para MIPYMES</li> <li>✓ Aplicación de Entrevista</li> </ul>



<b>Objetivo Especifico</b>	<b>Variable</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Instrumento</b>
Garantizar que en la finca no se contribuya a la contaminación del medio ambiente local.	Estudio Ambiental	Medidas de mitigación	Matriz de L. B. Leopold

Fuente: Edición propia

## **4.6 Fuentes secundarias**

Representaron el primer paso en el proceso de búsqueda de la información la cual fue de utilidad para construir el trabajo de investigación.

### **4.6.1 Análisis y tabulación de la información**

El análisis y tabulación de la información, incluye el procesamiento y análisis definitivo de la información, a través del programa estadístico SPSS, También se utilizó Microsoft Excel para la elaboración de gráficos estadísticos que nos permitió analizar la información de una manera más clara y objetiva. Esta fase fue determinante para obtener los resultados que nos permitió formular las conclusiones y recomendaciones del documento final.

## **V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **5.1 Datos Básicos de la Pre Inversión**

#### **5.1.1 Nombre del Proyecto**

“Diagnóstico y plan de negocio de finca agroecológica Granja las Marías en el municipio de Santa María del real con énfasis en turismo rural.”

#### **5.1.2 Lugar del Proyecto**

Granja las Marías está ubicada en la aldea El Naranjal a 3 ½ kilómetros al SUR del municipio de Santa María del Real, se encuentra a 8 minutos aproximadamente tomando como vía las carreteras existentes que con llevan a la aldea El Naranjal.

#### **5.1.3 Beneficiario**

Tomando en cuenta que este proyecto se plantea como una herramienta alternativa para generar ingresos en la finca, uno de los puntos más importantes es identificar quienes serán los beneficiarios. A continuación se darán a conocer los beneficiarios directos como indirectos.

- Beneficiarios directos: Los propietarios de Granja las Marías
- Beneficiarios indirectos: La comunidad de la aldea El Naranjal considerando que se crearan fuentes de empleo.

### 5.1.4 Presupuesto General

Los propietarios de Granja las Marías cuentan con el 100% de presupuesto para el presente proyecto de inversión.

El presupuesto para la ejecución del presente proyecto se ha dividido en tres grupos de inversión.

La inversión proyectada para el proyecto se divide en tres grupos de inversión:

I.	Total de infraestructura-----	L.75,538.00
II.	Total de equipo de cocina-----	L.24,485.00
III.	Total de materiales del impacto ambiental-----	L.4,600.00
<b>TOTAL DE LA INVERSIÓN-----</b>		<b>L. 100,023.00</b>

## 5.2 Identificación del Diagnóstico

### 5.2.1 Información del Diagnóstico

Dentro de los datos generales que se pudieron encontrar durante la elaboración del plan de negocios, a la finca Granja las Marías como su nombre lo indica el cual comenzaron a operar en el año 2006 y la finca está ubicada en la aldea El naranjal municipio de Santa María del Real la cual pertenece a una asociación familiar de ocho socios los cuales cuatro son hombres y 3 tres son mujeres, también se cuenta con cuatro empleados permanentes los cuales dos son hombres y dos son mujeres.

### **5.2.2 Historia**

La idea de construir el proyecto de Granja Las Marías nace después analizar varios factores, entre ellos: La propiedad es una tierra privilegiada, bañada por un lado por el río real y por otro lado por la quebrada el Puente. Ubicada a la orilla de la Aldea El Naranjal y con acceso de carreteras de tierra por varias partes, a escasos cinco minutos de Santa María del Real y a 10 minutos de Catacamas.

En la aldea no habían muchos lugares que visitar, generalmente en semana santa por ejemplo, la gente del lugar visitaba los ríos, el más afluente es el río Guayape, con el inconveniente que sus playas fueron cercadas, convertidas en propiedades privadas y hoy en día la gente ya no tiene playas publicas donde visitar para esa temporada, Por otra parte se vio la necesidad de construir un lugar donde la gente del lugar tuviera un lugar donde celebrar sus reuniones privadas.

Los dueños decidieron constituir una sociedad familiar, y se constituyó Granja Las Marías, S. de R. L. de C. V., con ocho socios: Francisco Antonio Martínez Barahona, Dulce María Fuentes Muños, Juana Francisca; José Luís, Ramón Antonio, Gloria María, Dilcia Alejandrina y Carlos Francisco; todos Martínez Fuentes.

### **5.2.3 Misión de la Empresa**

Nos comprometemos a brindar productos y servicios de calidad a nuestros clientes, tener un equipo humano competente y dispuesto a servir de la mejor manera, mantener nuestras instalaciones siempre disponibles y en las mejores condiciones para que los visitantes se sientan cómodos y disfruten de su estadía.

#### **5.2.4 Visión de la Empresa**

Queremos ser el mejor lugar turístico de la zona para compartir y disfrutar en familia, a través de este negocio generar empleo para beneficiar a la familia y particulares que laboren con nosotros, generar beneficios económicos para socios, empleados y comunidad en general.

#### **5.2.5 Objetivos de la Empresa**

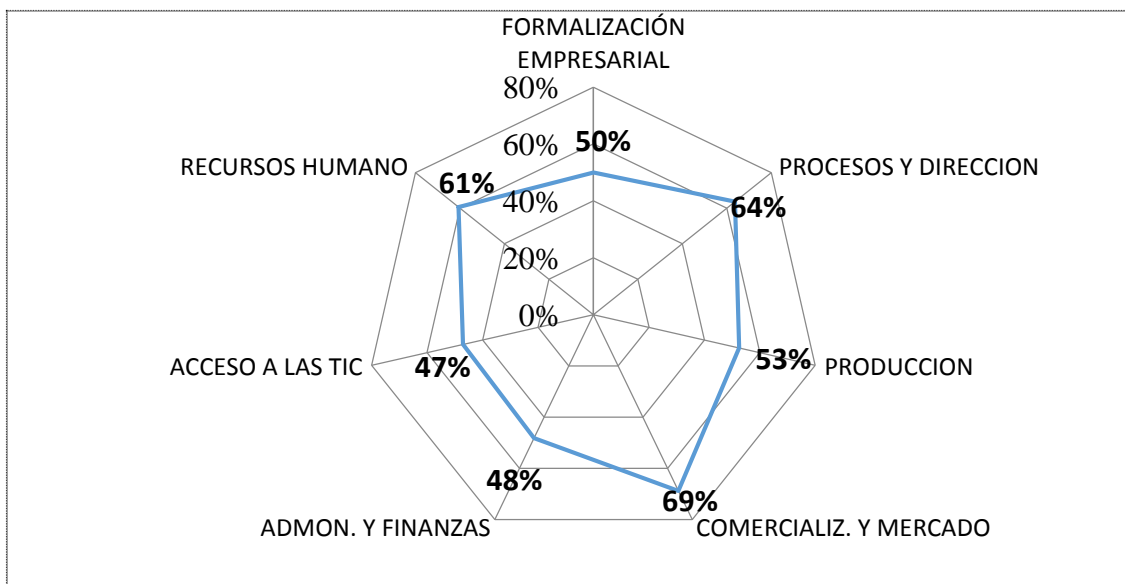
- Hacer de Granja las Marías un lugar agradable para quienes nos visiten.
- Brindar a nuestros clientes productos y servicios de calidad y a precios justos.
- Tener un equipo humano capaz de dar la mejor atención a nuestros clientes.
- Consolidar capital familiar y ponerlo al servicio de nuestros clientes.
- Mantener unida la familia trabajando en equipo para lograr objetivos comunes.

#### **5.2.6 Valores de la Empresa**

- La honradez.
- Transparencia en la forma de hacer negocio.
- Respeto a nuestros clientes, proveedores y empleados.
- La creatividad.
- Persistencia hasta lograr las mejores prácticas.
- Claridad en todo.
- Compromiso social.

### 5.2.7 Diagnóstico de Finca

Sobre la información que conforma el diagnóstico de la finca Granja las Marías se presentan sus resultados en la figura 1, recordando que la base de datos no se puede presentar ya que son de uso exclusivo de la empresa, y así hace prevalecer el convenio de confidencialidad que se estableció. El diagnóstico consideró: Generalidades de la empresa, Formación de proceso dirección, Sobre la producción, Comercialización y mercado, Administración y acceso a las TIC, Recurso Humano, Valoración general y análisis FODA.



**Figura 1** Panorama de los componentes del Diagnóstico de Granja las Marías

La figura 1 muestra los componentes en la finca se puede observar los puntos como la comercialización y mercado que tienen un puntaje alto ya que tienen un personal calificado para brindar los mejores servicios a los visitantes, al igual que el proceso de dirección ya que tienen una planificación de metas a mediano y largo plazo y se encuentran bien organizados, también con puntajes altos están los recursos humanos donde el personal es capacitado en el área de atención al cliente para que ellos brinden el mejor servicio y se esfuercen para cumplir metas y objetivos planteados, en cuanto a los componentes de bajos puntajes están el acceso a las TIC, administración y finanzas y la producción y que definitivamente hay que mejorarlas para así tener un mejor mercado y para el mejoramiento de la finca.

### 5.3 Situación del Problema o Necesidad

Se busca conglomerar mediante relaciones causa-efecto las principales deficiencias observadas en la problemática e identificar consecuencias que pueden surgir si no se da la solución a la causa observada. (**Anexo 4, 5,6**).

#### 5.3.1 Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

De acuerdo al diagnóstico de finca, se encontró en el área interna como ser fortaleza y debilidades también encontramos en el área externa oportunidades y amenazas con las que cuenta la finca (**Anexo 8**)

#### 5.3.2 Desarrollo de Alternativa/Solución

**Cuadro 2** Alternativas del proyecto

<b>PROPUESTA</b>	<b>VENTAJAS</b>	<b>DESVENTAJA</b>
Mejorar la entrada principal.	✓ Guiar a los visitantes. ✓ Entrada agradable para los visitantes.	✓ Efectos negativos al medio ambiente
Cocina mejor acondicionada y cercana al local principal.	✓ Altos índices de producción. ✓ Atender la demanda de los clientes. ✓ Fácil de hacer la limpieza	✓ Tiempo de construcción muy largo. ✓ Días de construcción no se puede brindar el servicio. .
Ampliar Áreas Verdes.	✓ Aire fresco al local principal ✓ Conservación del medio ambiente.	✓ Costos adicionales por el mantenimiento.

Fuente: Edición propia

La mejor alternativa es construir una cocina para que se pueda atender la demanda de los clientes y no tomar el riesgo de disminuir la demanda de los visitantes por la demora de pedidos.

### **5.3.3 Objetivo del proyecto**

Disponer de una cocina acondicionada para lograr altos índices de producción y poder atender la demanda de los visitantes.

### **5.3.4 Justificación del Proyecto**

Luego de analizar las características del lugar y considerando todos los servicios con los que se cuenta en la finca se ve la necesidad de construir una cocina mejor acondicionada y cercana al local principal ya que está muy lejos del restaurante además cuando llueve se dificulta hacer llegar los alimentos hasta los lugares donde están los visitantes. Por otra parte la cocina sigue siendo artesanal y esto ya no se ajusta para atender la demanda de los clientes.

## **5.4 Estudio de Mercado**

### **5.4.1 Producto/Servicio**

Granja las Marías cuenta con una excelente área de diversión la cual está distribuida en diferentes espacios en los cuales los visitantes pueden interactuar con la naturaleza. A continuación se detalla cada uno de los productos/servicios que se ofrecen.



- **Área de Parqueo**

Esta área está delimitada para autos, carros, camionetas, motocicletas entre otros en los que se trasladan los visitantes a la finca, tiene una capacidad aproximada para 15 automóviles este espacio cuenta con guardia de seguridad para más seguridad de los visitantes

- **Área de Restaurante**

En el restaurante se ofrecen un menú variado y apetecible, como ser platos típicos y tradicionales de la zona, parrilladas familiares también tiene una excelente selección de postres típicos y bebidas nacionales e internacionales.

- **Área de Diversión**

Dentro del área de diversión de la finca está distribuida en diferentes espacios en los cuales los visitantes pueden interactuar con la naturaleza y sus atractivos, además cuenta con los implementos necesarios de seguridad.

#### **5.4.2 Espacios que posee son los siguientes:**

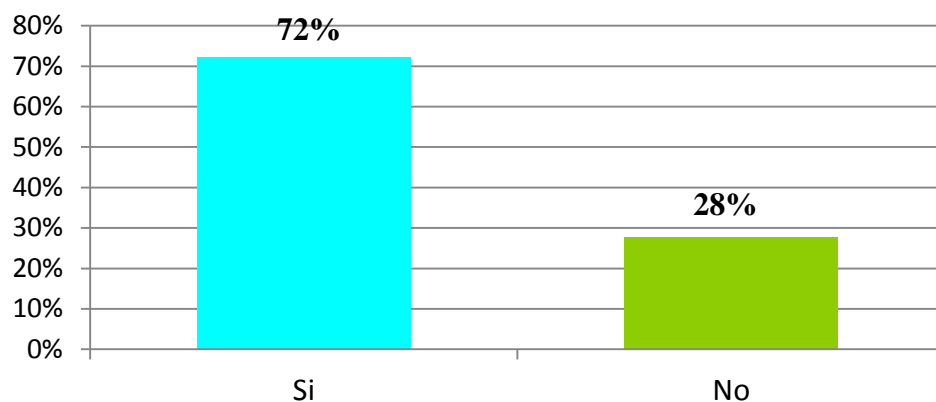
- **Piscina:** se cuenta piscina para adultos y piscina para niños.
- **Cancha de fútbol:** donde los visitantes pueden jugar y disfrutar de campeonatos de fútbol femenino y masculino entre grupos que llagan a la finca.
- **Zoológico:** donde los visitantes pueden observar y tomar fotografías a los animales que hay en él hay en el zoológico como ser loros, guaras, monos, lagarto e iguanas.
- **Juegos infantiles:** los juegos son para los niños que acompañan a los visitantes de esta forma las personas adultas pueden realizar las actividades en la finca y que los niños también se diviertan

### 5.4.3 Estudio de la Demanda

Para el estudio de la demanda se aplicó una encuesta con el objeto de conocer la opinión de la población acerca del turismo rural haciendo uso de esta herramienta de investigación se analizaron los aspectos más importantes a la hora de elegir un destino turístico obteniendo los resultados que a continuación se describen en gráficos y tablas donde se observan en términos porcentuales.

- Turismo Rural

Como se observa en la **figura 2** que en su mayoría conoce el concepto Turismo Rural, con una representación del 72% de la población encuestada y 28% no han escuchado lo que demuestra que no es un concepto desconocido y se puede implementar de manera abierta en la zona de mayor potencial de atractivos turísticos.

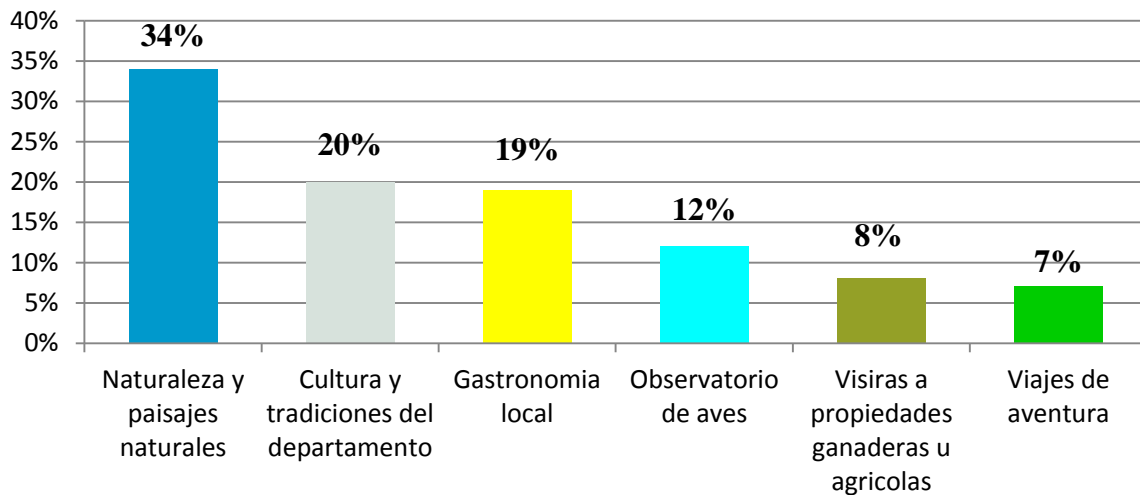


**Figura 2** Concepto Turismo Rural

- Concepto relacionado con Turismo Rural

En la **figura 3** se observa que el concepto que más relacionan con turismo rural es la Naturaleza con un porcentaje de 34%, cultura y tradiciones del departamento con un 20% y

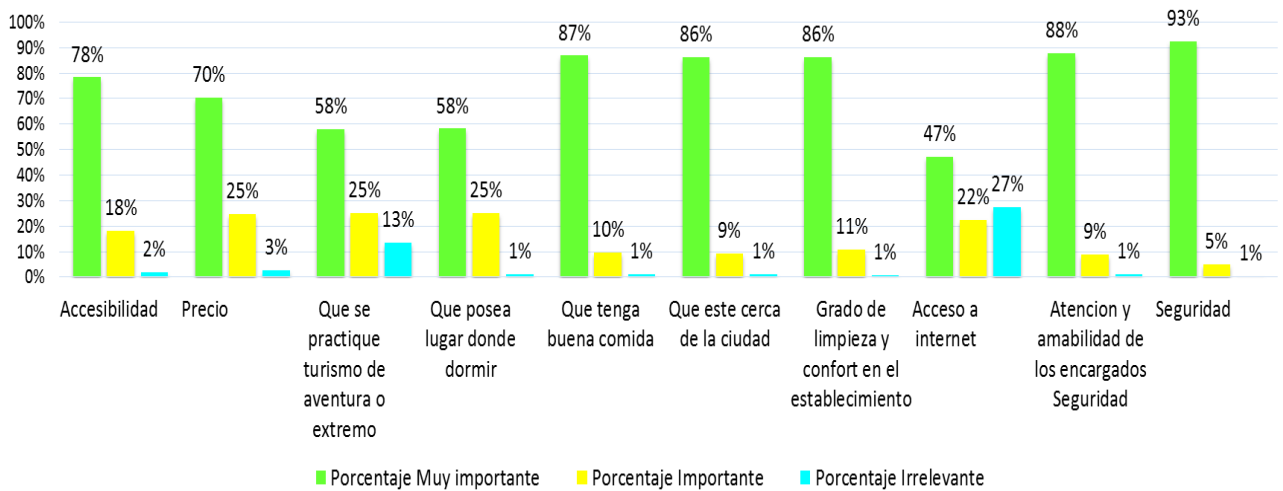
gastronomía local con 19% lo que significa que se necesita fortalecer el concepto turismo rural para plasmarlo de una mejor manera entre la población.



**Figura 3** Conceptos que los clientes relaciona con Turismo Rural

- Factores que influyen para que el cliente visiten lugares turísticos

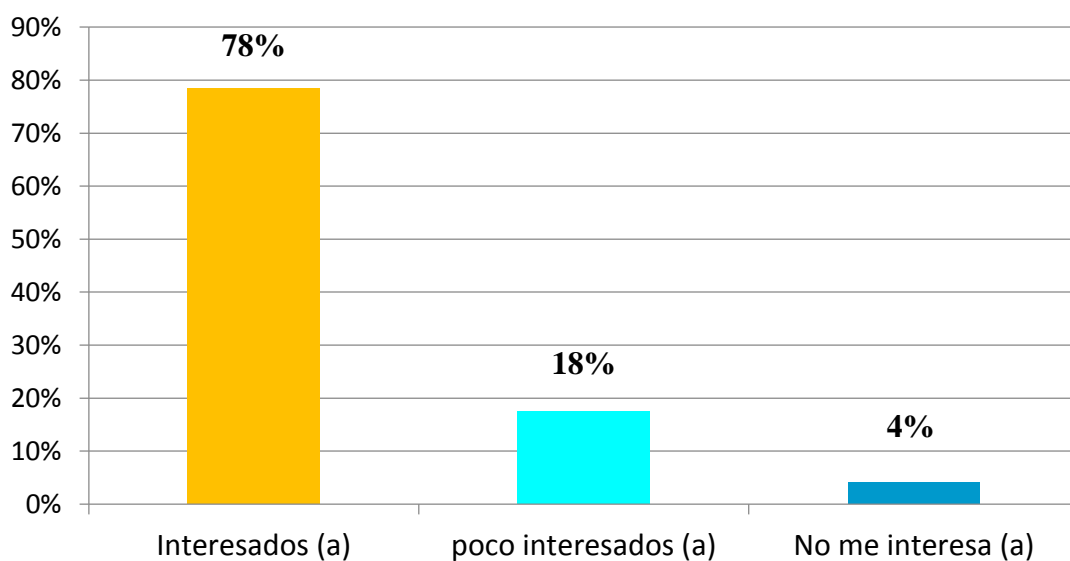
Según el criterio de los clientes, para visitar un centro turístico ellos toman como muy importante la seguridad con un 93%, atención y amabilidad de parte del personal con el 88%, que tenga buena comida con el 87% y que este cerca de la ciudad con el 86%, el cual se debe de prestar atención al momento de adecuar un sitio de turismo rural, ya que la **figura 4** muestra los aspectos más importantes para poder visitar un lugar de turismo rural.



**Figura 4** Que consideraría a la hora de escoger un lugar de turismo rural

- Personas interesadas en hacer turismo interno en el departamento de Olancho

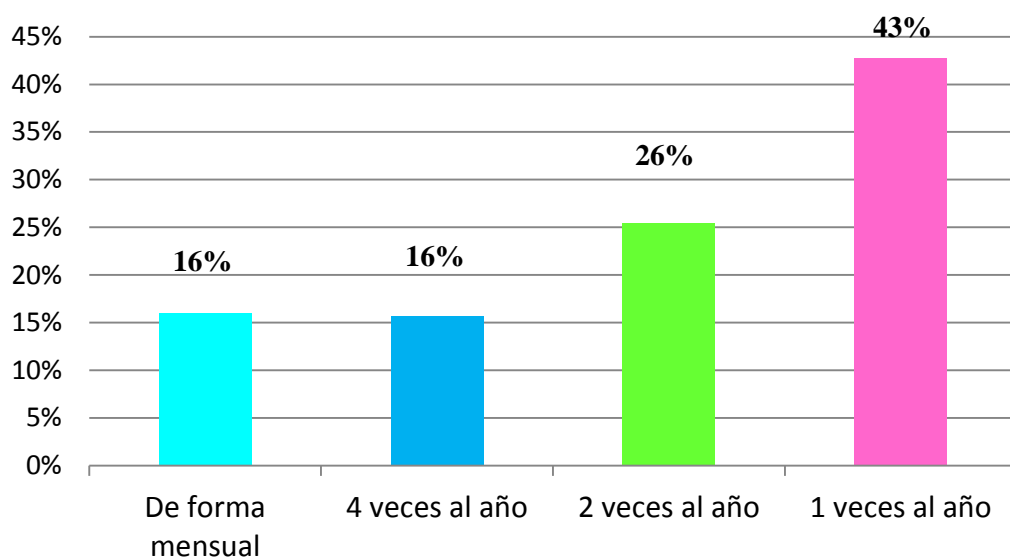
Se observa en la **figura 5** que el deseo de los potenciales clientes con un porcentaje del 78 % de visitar balnearios, cuevas arqueológicas, parques naturales, zonas de reserva y fincas turísticas, esto fortalece la toma de decisiones por parte de los inversionistas para poder desarrollar proyectos en el rubro turístico rural.



**Figura 5** Interesado (a) en hacer excursiones dentro del departamento de Olancho

- Frecuencias de visitas a centros turísticos

En la **figura 6** Muestra que la población no práctica turismo con tanta frecuencia que las veces que visitarían será una vez al año con una representación del 43% y dos veces al año con un 26% lo que muestra claramente que las personas hacen turismo durante los días feriados y festivos en los cuales los mismos visitan las zonas rurales con la idea de encontrar descanso.



**Figura 6** Frecuencia de visita lugares turísticos dentro del departamento de Olancho

- Sitios turísticos que los clientes visitan

En el **cuadro 3** se observa que los meses que tendrán más visitantes marzo que visitaran áreas camping el cual la representa el 42.9%, en el mismo mes un 42.2% visitaran cuevas, y el 30.6%, visitaran áreas de reserva. En el mes de abril el 36.6% visitaran campamentos, en el mismo mes el 32.4% visitara sitios de turismo extremo, el 30.6% visitaran áreas de reserva, el 27.8% visitaran fincas rurales, y el 27.7 visitaran cuevas. Y en los meses de enero marzo, abril, agosto y diciembre con un 18.2% en todos los meses mencionados visitaran observatorios de aves. Y los meses con menos influencia turística serian febrero, mayo, junio,

julio, septiembre, octubre, y noviembre. Se recomienda tener promociones turísticas para atraer a los visitantes.

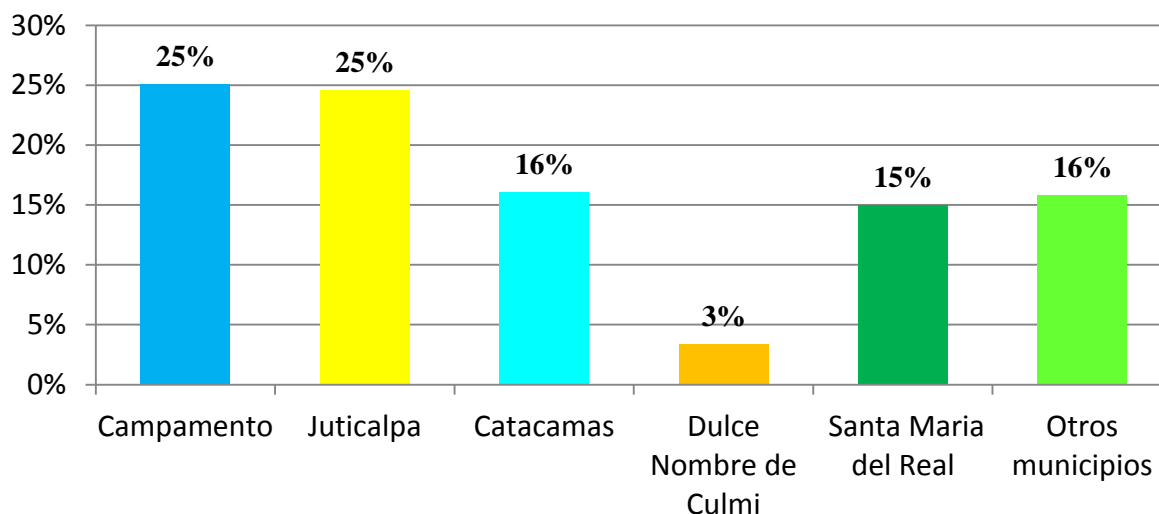
**Cuadro 3** Sitios turísticos que los visitantes visitan

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Finca rural	11.1%	9.7%	20.8%	<b>27.8%</b>	5.6%	6.9%	4.2%	2.8%	5.6%		2.8%	2.8%
Cuevas	4.8%	7.2%	<b>42.2%</b>	27.7%	2.4%	4.8%	3.6%	2.4%	1.2%		2.4%	1.2%
Areas de Reserva	8.2%	2.0%	<b>30.6%</b>	<b>30.6%</b>	6.1%	6.1%	10.2%	2.0%			2.0%	2.0%
Observacion de aves	<b>18.2%</b>		<b>18.2%</b>	<b>18.2%</b>			9.1%	<b>18.2%</b>				<b>18.2%</b>
Campamentos	4.2%	4.2%	32.4%	<b>36.6%</b>	5.6%	4.2%	4.2%	1.4%		2.8%	4.2%	
Areas de camping	1.8%	7.1%	<b>42.9%</b>	28.6%		3.6%			1.8%	3.6%	5.4%	5.4%
Sitios de turismo Extremo	5.9%	8.8%	23.5%	<b>32.4%</b>	2.9%	2.9%		11.8%	2.9%	2.9%	2.9%	2.9%

Fuente: elaboración propia.

- Municipios del departamento de Olancho que a los clientes le gustaría visitar

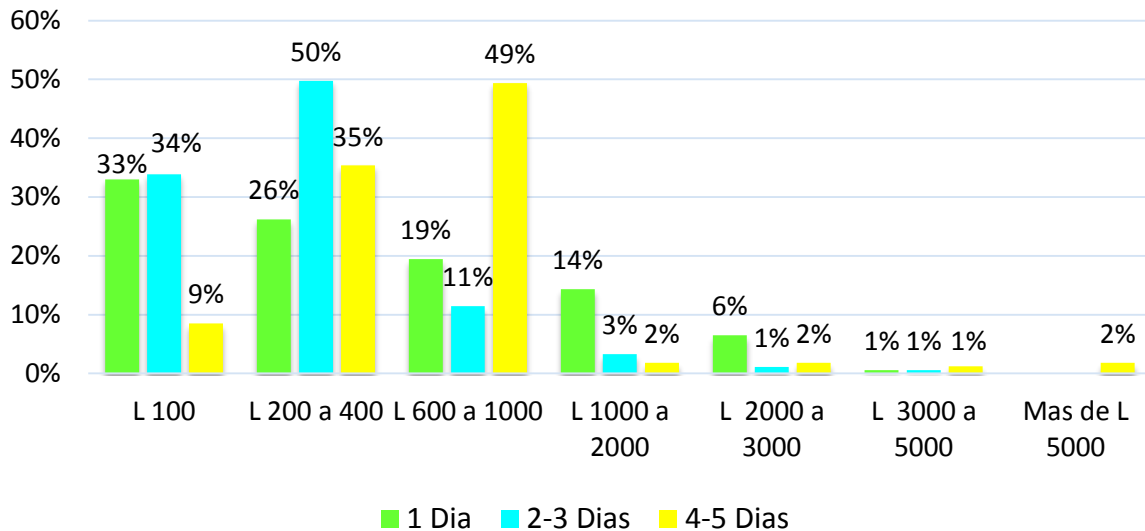
La **figura 7** se observa que el 25% de los clientes quieren hacer turismo interno en Campamento y Juticalpa ambos con el mismo porcentaje, y un 16% en Catacamas, el 15% desean hacer turismo en Santa María del Real, y un 16% prefieren visitar otros municipio.



**Figura 7** Municipio a los cuales los clientes les gustaría visitar

- Capacidad del cliente de pagar por un servicio turístico

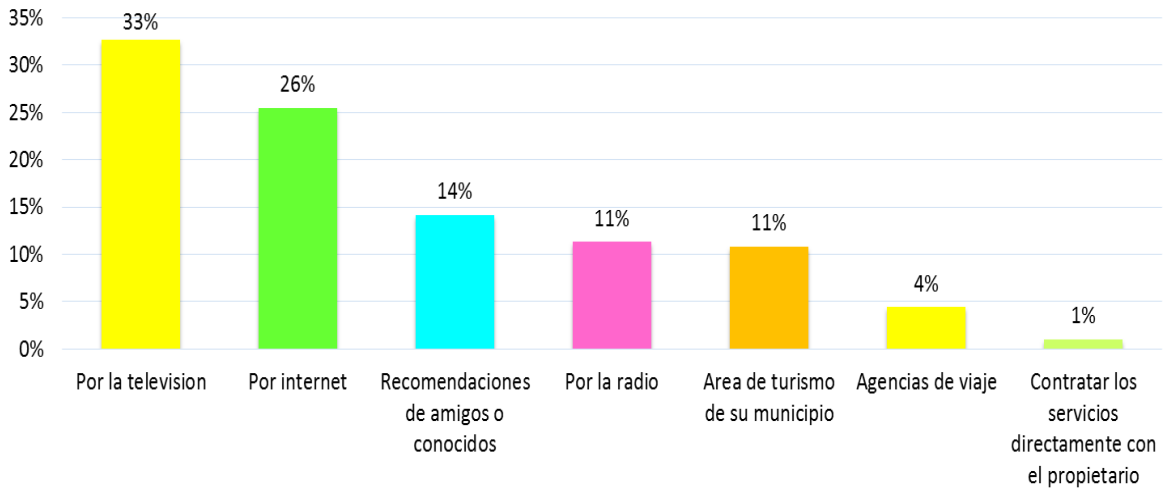
La **figura 8** Muestra que el 33% está dispuesto a invertir en un día 100 lempiras, el 50% en dos o tres días de 200 a 4000 Lempiras y el 49% en cuatro o cinco días de 600 a 1000 lempiras, al practicar actividades turísticas estos porcentajes indican que los centros turísticos deben crear paquetes económicos basados en esta información.



**Figura 8** Disponibilidad del cliente a pagar por servicios turísticos

- Medios de comunicación que utilizan los clientes para informarse

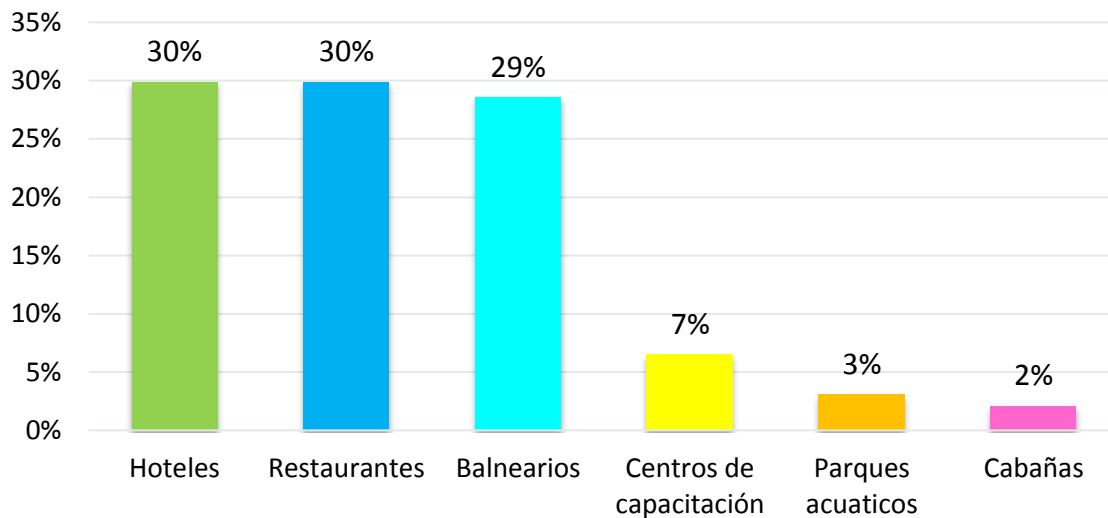
En la **figura 9** se observa que el 33% de los clientes se informa a través de la televisión, el 26% por internet, y en menores porcentajes por otros medios de comunicación lo que muestra con claridad que los medios electrónicos es de suma importancia en la actualidad a la hora de buscar actividades de turismo.



**Figura 9** Medios que utilizan los clientes para informarse

- Sitios turísticos que ha visitado los clientes

La **figura 10** se refleja que los sitios turísticos que más frecuentan son hoteles y restaurante con una representación de un 60%, y Balnearios con un 29%, esto demuestra que la época de verano resulta ser la de mayor captación de turistas.

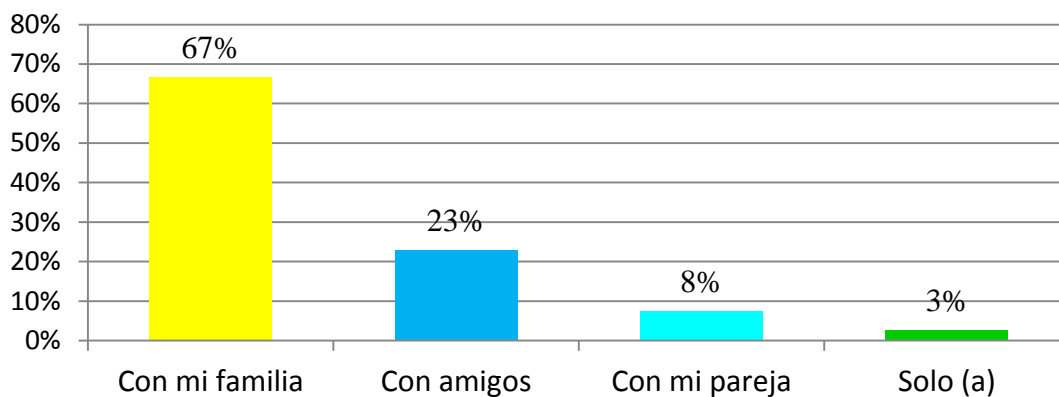


**Figura 10** Sitios turísticos que han visitado los clientes



- Acompañantes de viajes de los clientes

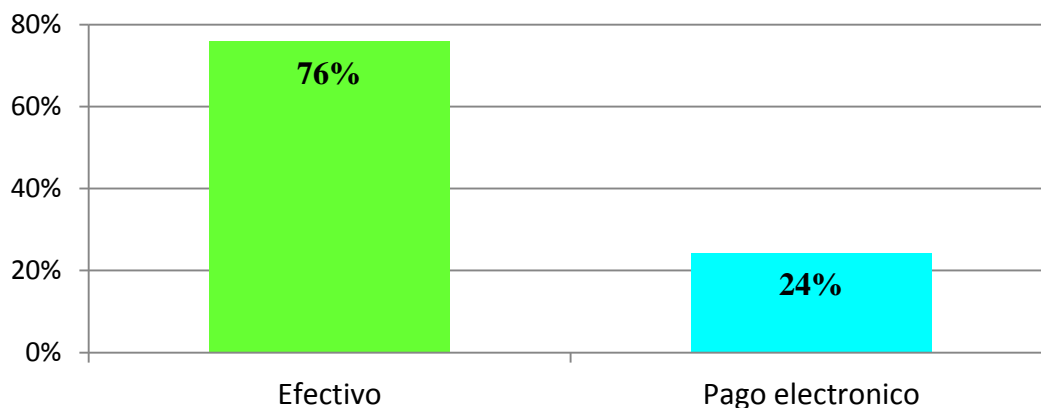
La **figura 11** demuestra que en un 67% los clientes visitan los lugares turísticos con su familia, y el 23% con amigos, esto nos indica que puede ser aprovechada puesto que las visitas a los centros turísticos en su mayoría son en familia, por lo tanto los productos y servicios deben adecuarse y presentarse hacia esa dirección.



**Figura 11** Acompañantes en viajes de los clientes

- Forma de pago

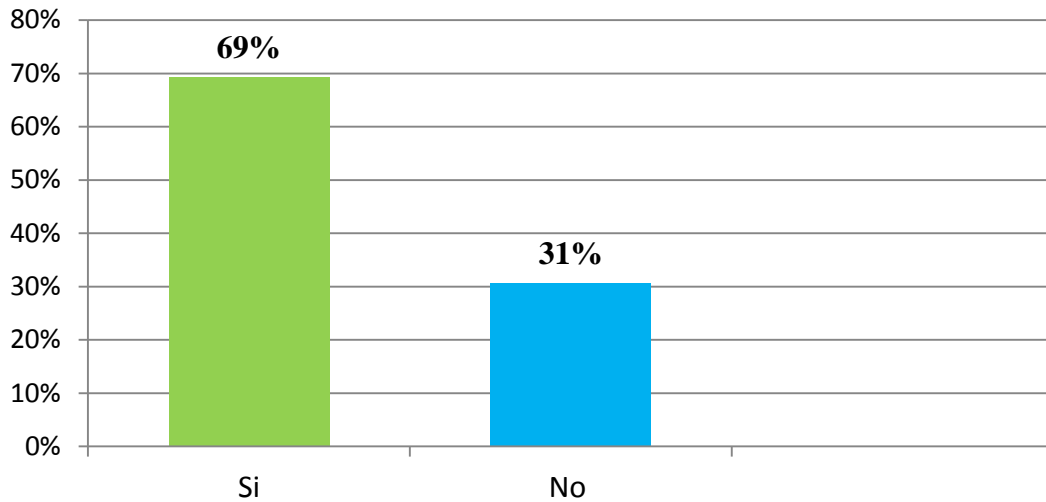
En la **figura 12** los resultados demuestran que los clientes en su mayoría prefieren los pagos en efectivo en un porcentaje del 76% y un 24% prefiere hacerlo mediante un sistema electrónico, el cual la finca debería tener disponibles diversas formas de pago.



**Figura 12** Forma de pago que utilizan los clientes

- Interés de realizar Turismo Rural en el departamento de Olancho

Se observa en la **figura 13** en su mayoría el 69% de los encuestados si está interesado en hacer turismo rural dentro del departamento de Olancho.



**Figura 13** Interés por visitar sitios turísticos rurales

- Lugares turísticos dentro del departamento más visitados

En el **cuadro 4** dentro de esta misma pregunta se colocó un espacio, con diferentes municipios del departamento de Olancho, para saber con exactitud los lugares de los cuales nuestros potenciales clientes gustan visitar; de acuerdo a la mayor cantidad de respuestas: los lugares más atractivos son en la ciudad de Catacamas, Cuevas de Talgua con un 35.5% en Santa María del Real el más popular es balneario el puente con un 41%, en el caso de Juticalpa es Dianas Sport con un 56% y por último, en Campamento es la picona con un 2%.

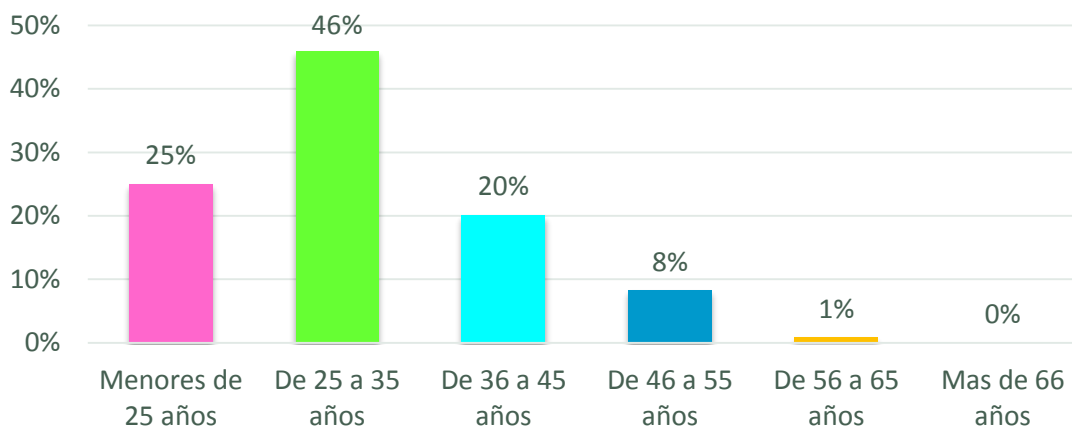
**Cuadro 4** Lugares turísticos dentro del departamento más visitados

Catacamas		Santa María del Real		Juticalpa		Campamento	
Iguanas	28.3%	El Puente	<b>41%</b>	Monte verde	23%	La Piconá	2%
El Pedral	5.4%	Granjas las Marías	16%	La casita	19%		
Cuevas de Talgua	<b>35.5%</b>	Tilapias La pita	25%	Dianas Sport	<b>56%</b>		
Bosques de Quiliz	<b>30.8%</b>	Villa Paraíso	18%				
<b>Total</b>	57.4%		19%		16.1%		7.5%

Fuente: elaboración propia.

- Edad de los clientes

La **figura 14** demuestra que el rango de edad promedio de los visitantes es del 46% de la población se ubica entre los 25 a 35 años de edad, y un 24% está en el rango menor de 24 años se puede decir que hay un grupo relativamente homogéneo de adultos y jóvenes que visitan lugares turísticos en compañía con de su familia.



**Figura 14** Edad de los clientes

#### 5.4.4 Estudio de la Oferta

Para efectos de la determinación de la oferta de servicios turísticos se buscó establecer cuales centros turísticos del departamento y específicamente en el municipio de Santa María del Real ya participa activamente del mercado de turismo rural mediante un buen posicionamiento. El análisis nos permite conocer cuáles son los principales competidores que enfrenta la finca Granja las Marías.

- **Matriz de nivel competitivo**

Determina cual de la competencia representa una mayor amenaza para una determinada empresa.

**Cuadro 5** Matriz de nivel competitivo

Factores claves del éxito	POND	Granja las Marías		Tilapias la Pita		El puente		Villa Paraíso	
		C	P	C	P	C	P	C	P
Calidad de productos y servicios	0.4	3	1.2	3	1.2	4	1.6	3	1.2
personal calificado	0.2	3	0.6	2	0.4	3	0.6	3	0.6
Precios competitivos	0.2	3	0.6	3	0.6	3	0.6	3	0.6
cuenta con una amplia extensión, para desarrollarse turísticamente	0.1	4	0.4	3	0.3	2	0.2	1	0.1
posicionamiento en el mercado	0.1	3	0.3	2	0.2	4	0.4	3	0.3
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>3.1</b>		<b>2.7</b>		<b>3.4</b>		<b>2.8</b>

Fuente: elaboración propia.

El **cuadro 5** muestra la capacidad porcentual de la competencia de la finca Granja las Marías

**Cuadro 6** Suma de la capacidad de cada competidor

Granja las Marías	Tilapias la Pita	El puente	Villa paraíso	Total
3.1	2.7	3.4	2.8	12

Se calculó la capacidad porcentual de cada competidor.

- Granja las Marías:  $(3.1/12)*100= 25.8$
- Tilapias la Pita:  $(2.7/12)*100= 22.5$
- El puente:  $(3.4/12)*100= 28.33$
- Villa paraíso:  $(2.8/12)*100=23.33$

De los cálculos anteriores se puede decir que la empresa El Puente posee el 28.33% de la capacidad competitiva del mercado y que supera a Granja las Marías en un promedio de 2.5% lo cual es un valor que puede ser fácilmente superado por Granja las Marías por lo que debe poner en practica nuevas estrategias para alcanzar un porcentaje más confortable.

## **5.5 Plan Marketing**

### **5.5.1 Posicionamiento**

Lo que Granja las Marías ha logrado hasta el momento se debe básicamente al marketing de boca en boca por su calidad en los productos y servicios que ofrecen a precios justos y por ser capaz de dar la mejor atención a los visitantes lo cual esto les ha permitido generar algunos ingresos.

### **5.5.2 Imagen Corporativa**

La finca cuenta con una imagen corporativa ya establecida que es asociada en todo lo que la empresa represente como conjunto de beneficios y características.



**Figura 15** Imagen corporativa de la finca.

### 5.5.3 Marketing Mix

#### 1) Producto

Granja las Marías cuenta con características que marcan la diferencia

- ✓ Servicio de restaurante con comida típica de la zona.
- ✓ Servicio de piscina y cancha deportiva.
- ✓ Responsabilidad social generación de empleo para la población.
- ✓ En lo ambiental rodeado de la vegetación nativa de la zona

#### 2) Precio

El precio de los productos y servicios que se brindan en Granja las Marías se aplican en función de costos de competencia, de la calidad del servicio y a los gastos de producción. También se toma en cuenta que el turista está de acuerdo en cancelar un precio justo por los servicios y demás actividades

**Las estrategias de precio que se ofrecen son las siguientes:**

- Se ofrecen paquetes con descuentos a grupos familiares e instituciones educativas.

- Paquetes especiales, diferentes a los de la competencia a precio accesible.
- Descuentos a niños y personas de la tercera edad.
- Precios bajos en comparación a la competencia en temporada baja.
- En comidas y bebidas precios acorde a nuestro punto de equilibrio.

### **3) Plaza**

Granja las Marías está ubicada a 3 ½ kilómetros al SUR del municipio de Santa María del Real, se encuentra a 8 minutos aproximadamente tomando como vía las carreteras existentes que con llevan a la aldea el naranjal que posee un clima agradable con temperatura máxima de 25c° y 18c° mínimo y cuenta con variedad de atractivos naturales.

### **4) Promoción**

Para promocionar Granja las Marías se utiliza la publicidad por medio de la televisión presentando los productos y servicios tal como es, para que el visitante encuentre lo que se le ofreció y quede satisfecho, esta publicidad es clara, respetuosa y honesta ya que se pretende ganar al turista por los atractivos que se tienen.

De acuerdo al análisis de mercado los medios informativos de mayor difusión para los turistas es el Internet por lo que se diseñara una página web para que todos tengan acceso a la información de los servicios que Granja las Marías ofrece. En esta página web existirá un hipervínculo donde exista un formato de reservación para que los clientes lo hagan directamente.

#### **5.5.4 Comercialización**

De acuerdo al estudio de mercado realizado se identificó que los futuros clientes son las familias que desean ir a lugares donde puedan interactuar con la naturaleza y disfrutar de los atractivos turísticos.

## 5.6 Estudio Técnico

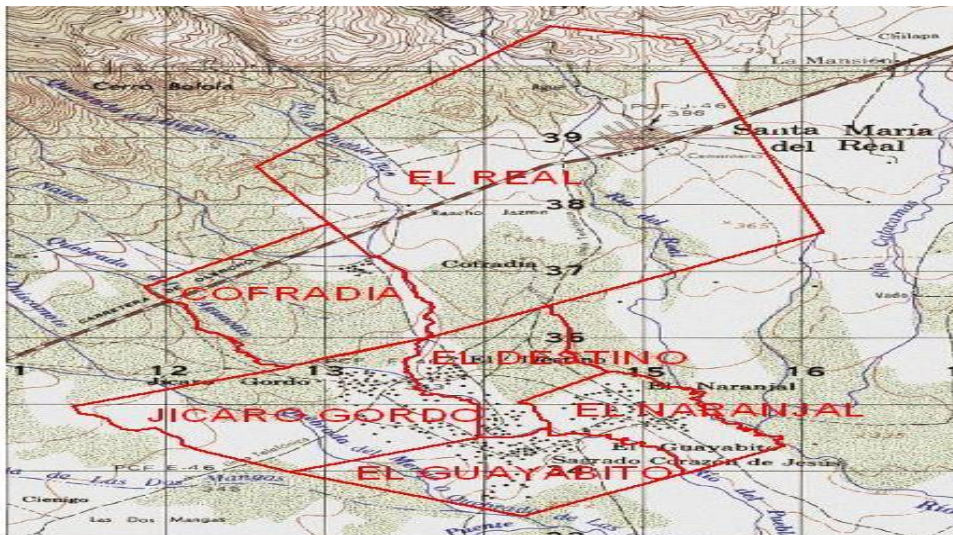
### 5.6.1 Localización

- **Macro Localización**

Finca Granja las Marías se encuentra localizada en la aldea El Naranjal, municipio de Santa María del Real, tiene una temperatura máxima de 25c° y 18c° mínimo. Con una precipitación pluvial de 1150 mm al año y altitud de 843 msnm con humedad relativa de 74%. Cuenta con una población de 10,153 habitantes, distribuidos en trece barrios del casco urbano, siete aldeas y cuarenta y seis caseríos en el área rural, este municipio tiene con una densidad poblacional de 37.25 habitantes por kilómetro cuadrado.

El municipio de Santa María del Real se encuentra ubicado al norte, Municipio de Gualaco, y san francisco de la paz, al Sur, Municipio de Juticalpa, Catacamas y san francisco de becerra, al Este, Municipio de Catacamas y al Oeste, Municipios de Juticalpa, San Francisco de Becerra y San Francisco de la Paz.

- **Mapa político de Santa María del Real**



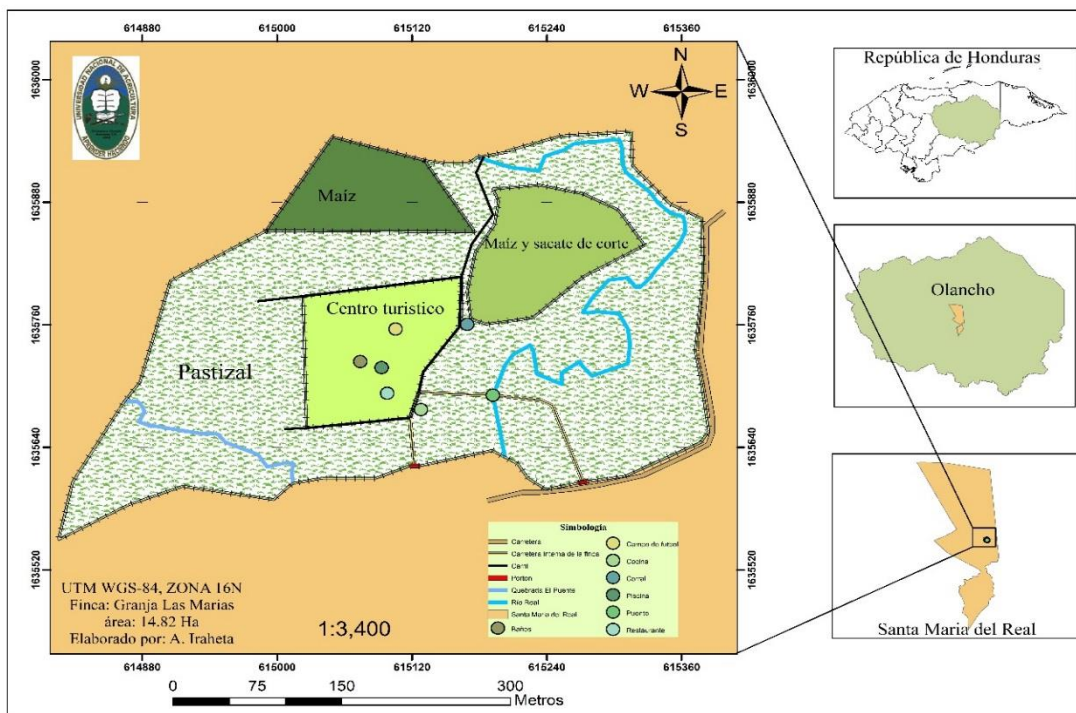
**Figura 16** Mapa político de Santa María del Real brindado por: Catastro Municipal.



- **Micro Localización**

La finca Granja las Marías está ubicada a 3 ½ kilómetros al SUR del municipio de Santa María del Real, se encuentra a 8 minutos aproximadamente tomando como vía las carreteras existentes que con llevan a la aldea el naranjal. En esta población se cuenta con todos los servicios públicos, tales como agua potable, energía eléctrica y teléfono.

- **Mapa de la Ubicación Geográfica de la Finca**



**Figura 17** Ubicación Geográfica de la finca Granja las Marías elaborado por: A Iraheta

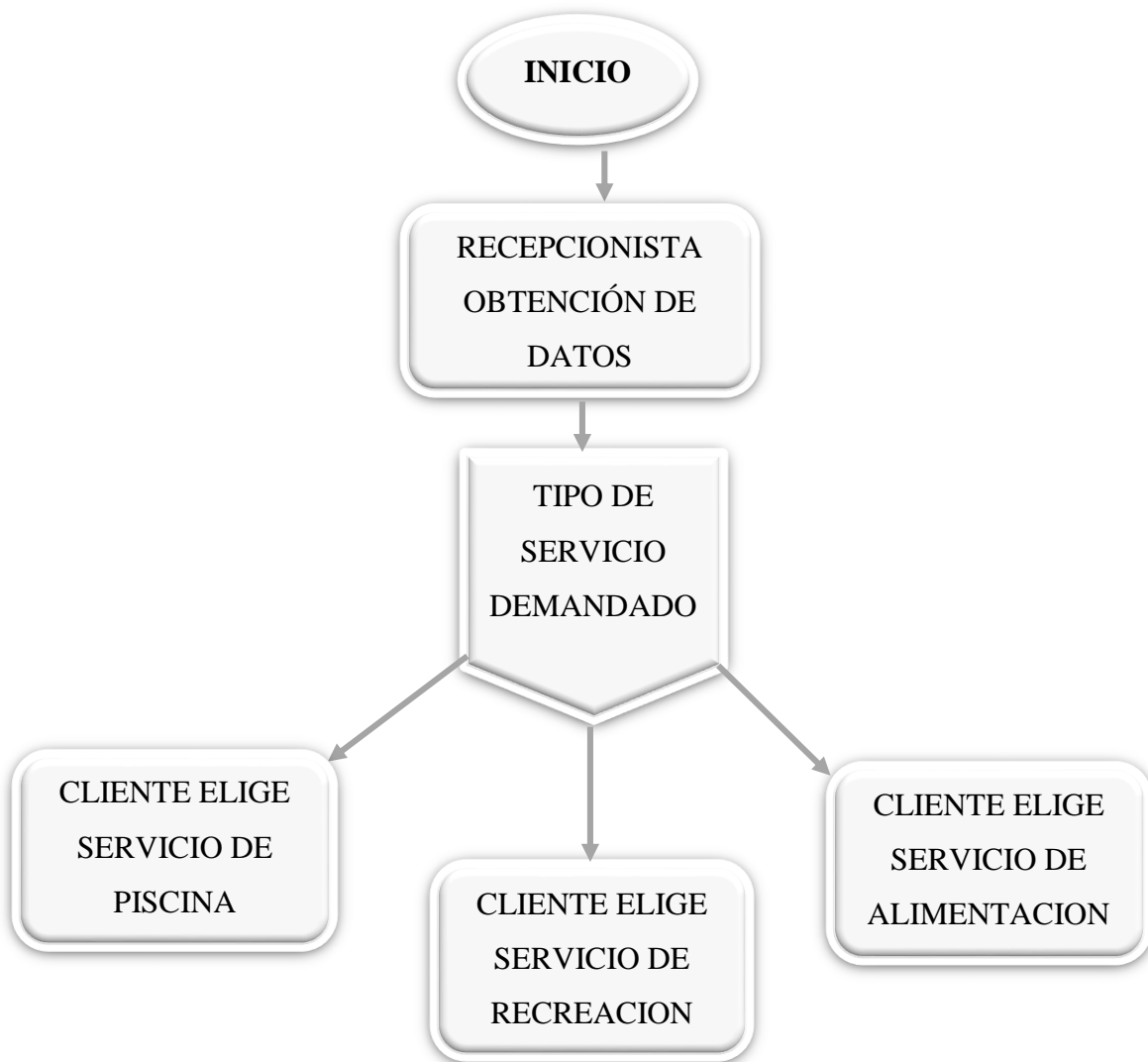
## 5.7 Tamaño del Proyecto

La determinación del tamaño del proyecto permite estimar y distribuir a cada área los costos, con lo cual se establecerá la cantidad de recursos monetarios necesarios que exige el proyecto durante su ciclo de vida.

### 5.7.1 Tecnología

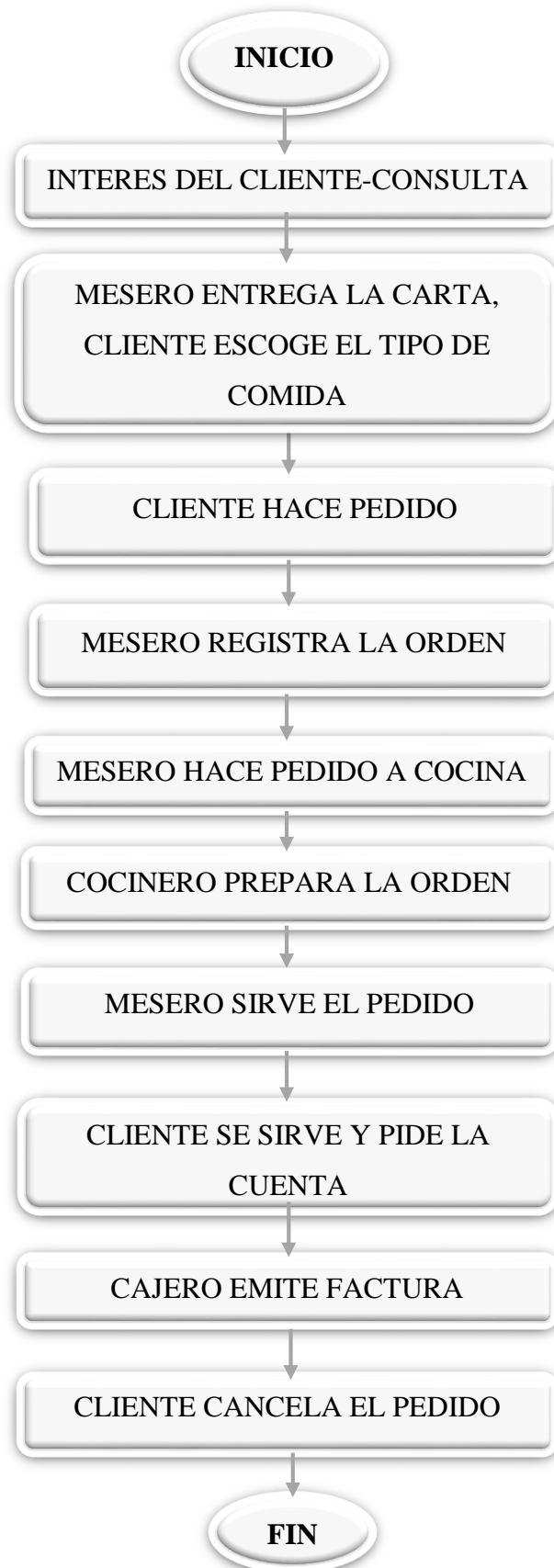
A continuación se presentan diagramas de flujo los mismos que facilitaran la provisión del servicio desde que el cliente solicita información hasta que termina su visita.

- **Diagrama de Flujo de los Servicios Productos**



**Figura 18** Flujo grama general de servicios turísticos.

- **Diagrama de Flujo del Servicio de Alimentación**



**Figura 19** Flujo grama del servicio de alimentación

- **Diagrama de Flujo del Servicio de Piscina**



**Figura 20** Flujo grama del servicio de piscina.

## 5.7.2 Ingeniería

- **Requerimiento Equipo**

**Cuadro 7** Equipo para cocina

DESCRIPCIÓN	MEDIDA	CANTIDAD
Estufa Industrial 6 Quema.	Unidad	1
Chimbo de gas 100 LB	Unidad	1
Ventilador de techo TMT	Unidad	1
Licadora PREMIUM	Unidad	1
Microonda GE acero Inox	Unidad	1
Mesa Acero Inox 1.20X160 M	Unidad	1

Fuente: Edición propia

- **Infraestructura**

La cocina tendrá una medida de 5 metros por 4 metros con el objetivo de asegurar la higiene en general del equipamiento, instalaciones materias primas, facilitar el trabajo al personal, optimizar los recursos y lograr un trabajo eficaz y eficiente. Los pisos van a tener las siguientes características: será de colores claros y se utilizara mosaico o cerámica antideslizante y resistente a golpes, tendrá iluminación para garantizar la correcta limpieza, para la correcta ejecución de las operaciones de preparación, adorno, y para permitir a los operarios una rápida y cuidadosa preparación de los alimentos.

Las ventanas tendrán maya para evitar entrada de insectos y serán de baja altura para evitar la formación de sombras en las zonas cercanas a las paredes y para controlar la entrada de aire fresco y asegurar una buena distribución del aire limpio, también abra con un ventilador central con sistema de conducto que desembocaran en las zonas escogidas de trabajo, también se contara con mueble de cocina con uso de agua potable en el lava traste para una buena limpieza de los utensilios y materia prima. (Ver anexo 10)

- **Materiales**

**Cuadro 8** Materiales de construcción de cocina

<b>MATERIALES</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>
Sanjos	Metro	18
Piedra	Unidad	1
Arena de repello	Unidad	2
Graba	Unidad	1
Cemento	Unidad	38
Bloques	Unidad	570
Varia corrugada	Unidad	15
Varia lisa	Unidad	8
Alambre de amarre	Libra	10
Madera	Pie	96
Clavos	Libra	5
Cerámica	M2	22
Porcelanato	M2	5
Ventana francesa	Metro	4
Puerta	Unidad	1
Lava trasto	Unidad	1

Fuente: Edición propia

**Cuadro 9** Materiales de construcción del techo

<b>MATERIALES</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>
Canaleta	Unidad	15
Lamina de Euro teja	Unidad	10
Capotes	Unidad	20
Tornillos 2 ½	Unidad	250
Tornillos 1 ½	Unidad	80
Tapaderas	Unidad	2
Mano de obra	Unidad	1

Fuente: Edición propia

**Cuadro 10** Materiales de electrificación de cocina

<b>MATERIALES</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>
Toma corriente Estufa	Unidad	1
Toma corriente	Unidad	4
interruptor doble	Unidad	1
Caja octagonal cuadrada	Caja	4
Cajas octagonal rectangular	Unidad	2
Rosetas	Unidad	2
Cinta aislante	Unidad	1
Focos	Unidad	2
Poliducto	Metro	100
Alambre de cobre № 8	Caja	1
Alambre de cordón № 12	Metro	30
Alambre de cobre № 10	Caja	1
Breaker de 40 amperios	Unidad	2
Breaker de 15 amperios	Caja	2
Caja de breaker de 4 polos	Caja	1

Fuente: elaboración propia.

**Cuadro 11** Mitigación Ambiental

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>
Basurero ecológico	Unidad	9
Señalética	Unidad	4
Material para charlas	Unidad	36
Vivero de arboles	Unidad	1
Premios de campeonato	Unidad	1

Fuente: Edición propia

## 5.8 Manejo Administrativo

### 5.8.1 Planificación

El proceso de la planificación se realizó en cuatro etapas:

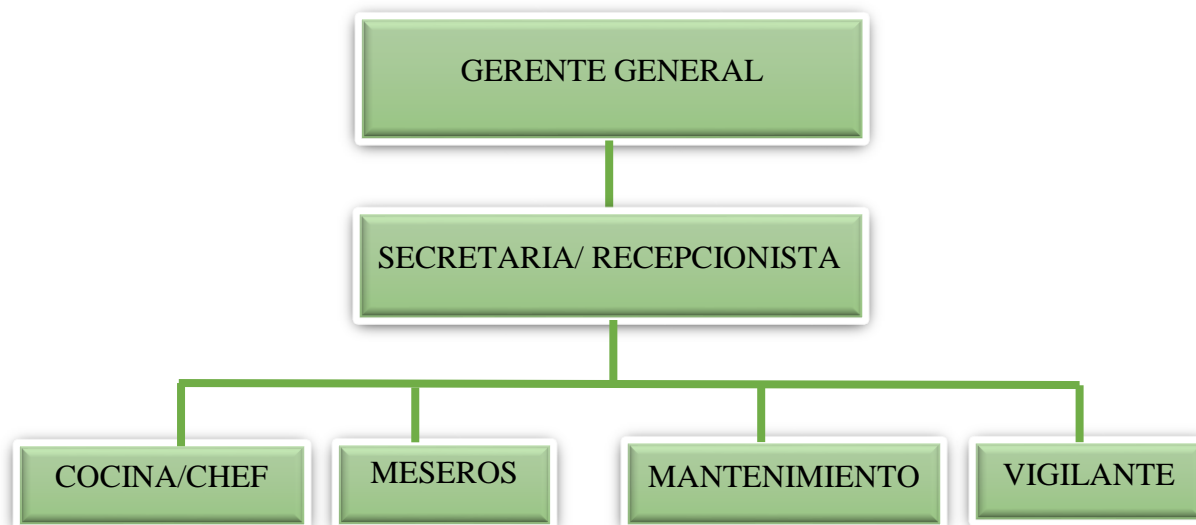
- **Problema:** en el proceso de planificación se comenzó con la percepción de una necesidad de actuar, es decir la existencia de un problema y amenaza.
- **Establecimiento de objetivos:** se definió la situación futura hacia lo que queremos conducir la empresa.
- **Análisis de contingencias:** se consideró una serie de variables, tanto en el estado actual como en su posible evaluación.
- **Evaluación y selección de alternativas:** consistió en valorar los cursos de acciones establecidas, analizando los puntos fuertes y débiles de cada opción posible, eligiendo la alternativa que más le convenga a la empresa.

### 5.8.2 Organización

De acuerdo a la estructura organizativa de la empresa se estableció el personal necesario para el funcionamiento.



- **Organigrama Funcional**



**Figura 21** Modelo organizacional de Granja las Marías

A continuación se describen en cuadros los puestos y funciones del personal de cada área correspondiente.

**Cuadro 12** Manual de funciones del Gerente General

<b>Nombre del puesto</b>	Gerente general
<b>Área de responsabilidad</b>	Gerencia general
<b>Tiempo de trabajo</b>	
<b>Naturaleza del trabajo:</b>	Control y coordinación de actividades en cada uno de los departamentos. El gerente es la máxima autoridad de la empresa, quien tiene la representación legal y plantea proyecto e inversiones y toma las decisiones de Granja las Marías.
<b>Funciones:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrar y representar legalmente a la empresa.</li> <li>• Presentar a la junta de accionistas un informe anual de labores.</li> <li>• Contratar empleados.</li> <li>• Motivación al personal que tiene a su cargo.</li> <li>• Planificación del trabajo y elección de los procedimientos a seguir.</li> </ul>

Fuente: Edición propia

**Cuadro 13** Manual de funciones Secretaria/Recepcionista

<b>Nombre del puesto</b>	Secretaria Recepcionista
<b>Área de responsabilidad</b>	Secretaria/ Recepción
<b>Tiempo de trabajo</b>	Ocho horas diarias
<b>Naturaleza del trabajo:</b> Tiene bajo su responsabilidad llevar el archivo de los documentos en general de la empresa y encargada de la recepción supervisa y controla el funcionamiento día a día, también se encarga de realizar funciones comerciales para el beneficio de la finca.	
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recibir y atender a los clientes.</li> <li>• Cumplir con diferentes actividades que le sean asignadas adicionalmente.</li> <li>• Llevar un registro de turistas que visitan la empresa.</li> <li>• Atención y soluciones a problemas y quejas presentadas por los turistas.</li> <li>• información de servicios a los clientes de las actividades que se podrían realizar.</li> <li>• Promover servicios de la empresa.</li> </ul>	

Fuente: Edición propia

**Cuadro 14** Manual de funciones Cocina/ Chef.

<b>Nombre del puesto</b>	Cocinero/ chef
<b>Área de responsabilidad</b>	Restaurante
<b>Tiempo de trabajo</b>	8 horas diarias
<b>Naturaleza del trabajo:</b> preparar los alimentos a los visitantes.	
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento en la preparación de los platos típicos, nacionales e internacionales.</li> <li>• Elaborar cartas y menús para el restaurante.</li> <li>• Dirigir la elaboración de las comidas.</li> <li>• Vigilar la limpieza, orden, actitudes y aptitudes personales.</li> <li>• Controlar los pedidos que realiza el cliente.</li> <li>• Seguir las normas de salubridad para la manipulación y preparación de alimentos.</li> </ul>	

Fuente: Edición propia

**Cuadro 15** Manual de los del Mesero

<b>Nombre del puesto</b>	Mesero
<b>Área de responsabilidad</b>	Restaurante
<b>Tiempo de trabajo</b>	Ocho horas diarias
<b>Naturaleza del trabajo:</b> Atender las mesas del comedor cuando llegan los visitantes.	
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable del correcto montaje de las mesas.</li> <li>• Entregar la carta al cliente para que pueda informarse del menú.</li> <li>• Tomar el pedido de los clientes para proceder a la elaboración.</li> <li>• Estar pendiente de que el plato que se sirve al cliente este de acuerdo al pedido.</li> <li>• Entregar al cliente la orden ya preparada.</li> <li>• Estar pendiente de requerimientos adicionales que el cliente requiera.</li> <li>• Recoger los platos luego que el cliente se haya servido.</li> </ul>	

Fuente: Edición propia

**Cuadro 16** Manual del Mantenimiento

<b>Nombre del puesto</b>	Mantenimiento
<b>Área de responsabilidad</b>	Área de recreación
<b>Tiempo de trabajo</b>	Ocho horas diarias
<b>Naturaleza del trabajo:</b> Tener en buenas condiciones las áreas de recreación del centro turístico.	
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrar el área recreacional.</li> <li>• Hacer pedidos de requerimientos para los distintos espacios del área recreacional.</li> <li>• Controlar que se dé la utilización necesaria a los espacios designados para la actividad e recreación.</li> <li>• Cuidar los jardines.</li> <li>• Llevar un registro de poda de los jardines.</li> <li>• Tener el equipo necesario para el mantenimiento de los jardines.</li> </ul>	

Fuente: Edición propia

**Cuadro 17** Manual del vigilante.

<b>Nombre del puesto</b>	Vigilante
<b>Área de responsabilidad</b>	Vigilancia
<b>Tiempo de trabajo</b>	Ocho horas diarias
<b>Naturaleza del trabajo:</b> Brindar la seguridad en todo Granja las Marías.	
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Vigilar el local y mantenerlo seguro.</li><li>• Cuidar los bienes del restaurante.</li><li>• Cuidar a los clientes y sus pertenencias.</li></ul>	

Fuente: Edición propia

### 5.8.3 Dirección

Es necesario hacer programas de capacitación que permita a los empleados ampliar sus conocimientos en temas de atención al cliente y técnicas de ventas y así poder organizarse para comprender la misión, visión de la empresa y se esfuercen en cumplir sus metas y objetivos planteados.

### 5.8.4 Control

El control en la finca está integrado por un conjunto de procesos que comprende una serie de actuaciones enfocados a la buena marcha de la empresa teniendo en cuenta los espacios comerciales, técnicos y financieros de esta. Pudiendo señalar entre otros los siguientes controles

- Control de calidad en el servicio y de atención al cliente a través de encuesta.
- Control técnico de las instalaciones.
- Control de existencia y compras.
- Control de horarios de los empleados.

## 5.9 Estudio Financiero

### 5.9.1 Inversión Requerida

La presente estudio tiene la finalidad de evaluar de manera financiera los términos de un proyecto que se plantea en el presente trabajo de investigación, indicando desde el periodo pre operativo y operativo.

La inversión proyectada para el proyecto se dividido en tres grupos de inversión:

- a) Total de infraestructura-----L.75,538.00
- b) Total de equipo de cocina-----L.24,485.00
- c) Total de materiales del impacto ambiental-----L.4,600.00

**TOTAL DE LA INVERSIÓN-----L. 100,023.00**

La inversión está presupuestada en 100,023.00 lempiras y va estar cubierta por recursos propios de los socios.

#### Cuadro 18 Costos de inversión

Categoría	Medida	Costo	Cantidad	Total	% Costo
Zanjos	Metro	35	18	630.00	0.6%
Cimentación	Unidad	1,800	1	1,800.00	1.8%
Arena de repello	Unidad	900	2	1,800.00	1.8%
Graba	Unidad	900	1	900.00	0.9%
Cemento	Unidad	198	38	7,524.00	7.5%
Bloques	Unidad	10	570	5,700.00	5.7%
Varia corrugada	Unidad	99	15	1,485.00	1.5%
Varia lisa	Unidad	46	8	368.00	0.4%
Alambre de amarre	Libra	15	10	150.00	0.1%
Madera	Pie	19	96	1,824.00	1.8%
Clavos	Libra	20	5	100.00	0.1%

Categoría	Medida	Costo	Cantidad	Total	% Costo
Cerámica	M2	290	22	6,380.00	6.4%
Porcelanato	M2	320	5	1,600.00	1.6%
Ventana francesa	Metro	890	4	3,560.00	3.6%
Puerta	Unidad	2,800	1	2,800.00	2.8%
Lava trasto	Unidad	1,500	1	1,500.00	1.5%
Canaleta	Unidad	295	15	4,425.00	4.4%
Lamina de Euro teja	Unidad	588.5	10	5,885.00	5.9%
Capotes	Unidad	53.5	20	1,070.00	1.1%
Tornillos 2 ½	Unidad	1.8	250	450.00	0.4%
Tornillos 1 ½	Unidad	1.5	80	120.00	0.1%
Tapaderas	Unidad	53.5	2	107.00	0.1%
Toma corriente Estufa	Unidad	180	1	180.00	0.2%
Toma corriente	Unidad	80	4	320.00	0.3%
interruptor doble	Unidad	30	1	30.00	0.0%
Caja octagonal cuadrada	Caja	30	4	120.00	0.1%
Cajas octagonal rectangular	Unidad	40	2	80.00	0.1%
Rosetas	Unidad	40	2	80.00	0.1%
Cinta aislante	Unidad	40	1	40.00	0.0%
Focos	Unidad	90	2	180.00	0.2%
poliducto	Metro	2.7	100	270.00	0.3%
Alambre de cobre № 8	Caja	1,800	1	1,800.00	1.8%
Alambre de cordón № 12	Metro	18	30	540.00	0.5%
Alambre de cobre № 10	Caja	1,200	1	1,200.00	1.2%
Breaker de 40 amperios	Unidad	180	2	360.00	0.4%
Breaker de 15 amperios	Unidad	180	2	360.00	0.4%
Caja de breaker de 4 polos	Caja	300	1	300.00	0.3%
Mano de obra				19,500.00	19.5%
<b>Total Infraestructura</b>				<b>75,538.00</b>	75.5%
<b>EQUIPO PARA COCINA</b>					0.0%
Estufa Industrial	Unidad	18290	1	18,290.00	18.3%
Chimbo de gas 100 LB	Unidad	2500	1	2,500.00	2.5%
Ventilador de techo TMT	Unidad	903	1	903.00	0.9%
Licuada PREMIUM	Unidad	1392	1	1,392.00	1.4%
Microonda GE acero inox	Unidad	5290	1	5,290.00	5.3%
Mesa Acero inox 1.20 X 160 M	Unidad	14400	1	14,400.00	14.4%
<b>Total equipo de cocina</b>				<b>24,485.00</b>	24.5%
<b>Materiales del Impacto Ambiental</b>					0.0%

<b>Categoría</b>	<b>Medida</b>	<b>Costo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total</b>	<b>% Costo</b>
basurero ecológico	Unidad	300	6	1,800.00	1.8%
señalética	Unidad	100	4	400.00	0.4%
material para charlas	Unidad	25	36	900.00	0.9%
vivero de arboles	Unidad	1000	1	1,000.00	1.0%
premios de campeonato	Unidad	500	1	500.00	0.5%
<b>Total Materiales Impacto Ambiental</b>				<b>4,600.00</b>	4.6%
<b>Total de la inversión</b>				<b>100,023.00</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: Edición propia

### 5.9.2 Costos Fijos de Operación

Los costos de operación se componen por los desembolsos que se realizan en el periodo para la operación de la finca, por lo tanto se considera la materia prima directa, la mano de obra directa.

#### Cuadro 19 Pagos de servicios públicos

	<b>Cantidad</b>	<b>Meses</b>	<b>Total</b>
Energía eléctrica	600	12	7200
Agua potable	37	12	444
Teléfono	87	12	1044
Total			8,688.00

Fuente: Edición propia

Los gastos anuales de pago de servicios públicos suman la cantidad de 8,688.00 lempiras, proyección estimada durante un año.

**Cuadro 20** Gastos por insumos de oficina

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Total</b>
2920	Brazaletes impermeables para piscina	2.50	7,300.00
11	Talonarios	40.00	440.00
1	Calculadora	180.00	180.00
2	Caja de lápiz tinta	37.00	74.00
2	Resma de papel carta	85.00	170.00
	<b>Total</b>		<b>8,164.00</b>

Fuente: Edición propia

Los gastos anuales por insumos de oficina se estiman en 8,164.00 lempiras.

**Cuadro 21** Gasto por pago de colaboradores

<b>Cargos</b>	<b>Salario mensual</b>	<b>Catorceavo</b>	<b>Aguinaldo</b>	<b>Salario anual</b>
Recepcionista	4,000.00	4,000.00	4,000.00	56,000.00
Chef	4,500.00	4,500.00	4,500.00	63,000.00
Mesero	4,000.00	4,300.00	4,300.00	60,200.00
Mantenimiento	3,500.00	4,300.00	4,300.00	60,200.00
Vigilante	4,000.00	4,000.00	4,000.00	56,000.00
<b>Total</b>				<b>295,400.00</b>

Fuente: Edición propia

En el **cuadro 21** se observa los gastos administrativos que están directamente relacionados al personal que labora en la finca ya que con ellos se garantiza la operación de la finca, por lo cual el valor anual de gasto por pago de personal es de 295,400.00 lempiras.

**Cuadro 22** Permisos de operación

<b>Descripción</b>	<b>Costo anual</b>
Permiso de operación	700.00
Tasa de seguridad	90.00
Rotulo	200.00
Bomberos	350.00
Industria y comercio	8,600.00
<b>Total</b>	<b>9,940.00</b>

Fuente: Edición propia



Dentro de este rubro se considera las tasas que la finca debe cancelar por su funcionamiento a las diferentes entidades involucradas, valorado en 9,940.00 lempiras anuales

**Cuadro 23** Gasto por deprecaciones de activos adquiridos

<b>Descripción</b>	<b>Depreciación</b>	<b>Valor rescate</b>	<b>Total</b>
Depreciación de obra física	7,553.80	755.38	8,309.18
Depreciación de equipo	2,448.50	244.85	2,693.35
Depreciación materiales de impacto Ambiental	460.00	46.00	506.00
<b>Total</b>	<b>10,462.30</b>	<b>1,046.23</b>	<b>11,508.53</b>

Fuente: Edición propia

Mediante la adquisición de varios activos fijos por lo cual están sujetos a depreciación, el valor total anual por concepto de depreciación suma la cantidad de 10,462.30 lempiras, y un valor rescate del 1% al final de la vida útil de cada año de los activos considerados que suman la cantidad de 1,046.23 lempiras.

### 5.9.3 Costos Variables de Operación

**Cuadro 24** Costos de platillos para almuerzo

<b>Platillos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo almuerzo</b>	<b>Total</b>
pollo frito	1,460.0	70.0	102,200.0
Pescado frito	4380	89	389,820.0
Camarones empanizado	1460	139	202,940.0
Sopa de marinera	1825	143	260,975.0
Parrillada 4 personas	2190	444	972,360.0
Carne mixta	2555	139	355,145.0
<b>Total</b>			<b>2181,240.0</b>

Fuente: Edición propia

Los costos de los platillos para almuerzo en la finca ascienden a 2181,240.0 lempiras exactos.

### Cuadro 25 Costo bocadillos de entrada

<b>Bocadillos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo del platillo</b>	<b>Total</b>
Anafre especial	1095	38	41,610.0
Orden de papas	1095	20	21,900.0
Hamburguesa de res	1460	53	77,380.0
<b>Total</b>			<b>140,890.0</b>

Fuente: Edición propia

El **cuadro 25** muestra el costo anual de bocadillos ofrecidos que asciende a 140,890.0 lempiras.

### Cuadro 26 Costos de las bebidas ofrecidas en el restaurante y bar.

<b>Bebidas</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo de la bebida</b>	<b>Total</b>
Refresco de cola (1/2 litro)	2920	10.83	31,623.6
Refresco natural	2190	10	21,900.0
Agua en bote (12 oz)	1095	9	9,855.0
Bolsa de agua	2190	2	4,380.0
Cervezas nacionales	730	17	12,410.0
Cervezas extranjeras	1095	28	30,660.0
<b>Total</b>			<b>110,828.6</b>

Fuente: Edición propia

Los costos total anual por venta de bebidas ofrecidas en el restaurante asciende a 110,828.6 lempiras.

## 5.9.4 Ingresos

### Cuadro 27 Ingresos por usos de piscina y cancha de futbol

<b>Año 1</b>	<b>Piscina adultos</b>	<b>Cancha de futbol</b>	<b>Total ingresos</b>
Cantidad	2920	365	
Precio Unitario	50	300	
<b>Total</b>	<b>146,000.00</b>	<b>109,500.00</b>	<b>255,500.00</b>

Fuente: Edición propia

Los ingresos por concepto de piscinas y cancha de futbol suman la cantidad de 255,500.00 lempiras anuales.

**Cuadro 28** Ingresos por ventas de platillos

<b>Platillos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>precio almuerzo</b>	<b>Total</b>
Pollo frito	1460	90	131,400.0
Pescado frito	4380	130	569,400.0
Camarones empanizado	1460	190	277,400.0
Sopa de marinera	1825	200	365,000.0
Parrillada 4 personas	2190	600	1314,000.0
Carne mixta	2555	190	485,450.0
<b>Total</b>			<b>3011,250.0</b>

Fuente: Edición propia

En el **cuadro 28** se observa que los ingresos anuales por venta de alimentos se estiman en 3011,250.0 lempiras.

**Cuadro 29** Ingresos por ventas de bocadillos

<b>Bocadillos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio del platillo</b>	<b>Total</b>
Anafre especial	1095	80	87,600.0
Orden de papas	1095	50	54,750.0
Hamburguesa sencilla	1460	85	124,100.0
<b>Total</b>			<b>266,450.0</b>

Fuente: Edición propia

En el **cuadro 29** se estima que la venta de bocadillos genera una cantidad de ingresos anuales de le 266,450.0 lempiras.

### Cuadro 30 Ingresos por ventas de bebidas

<b>Bebidas</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio de la bebida</b>	<b>Total</b>
Refresco de cola (1/2 litro)	2920	23	67,160.0
Refresco natural (limonada)	2190	28	61,320.0
Agua en bote (12 oz)	465	15	6,975.0
Bolsa de agua	2190	4	8,760.0
Cervezas nacionales	730	35	25,550.0
Cervezas extranjeras	1095	50	54,750.0
<b>Total</b>			<b>224,515.0</b>

Fuente: Edición propia

El ingreso proyectado por el concepto de ventas de bebidas se estima en 224,515.0 lempiras anuales.

#### 5.10 Flujo de caja sin financiamiento

Los resultados que se presentan en el flujo de caja permiten conocer los recursos con los que cuenta Granja las Marías para cubrir la inversión y los gastos en los 3 años que se proyecta el negocio. En el flujo se completan las entradas y salidas que tiene la finca, y la diferencia en el saldo de efectivo con los que se contara a final de cada año.

**Cuadro 31** Flujo de caja sin financiamiento

Descripción	Periodos anuales			
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
<b>Inversión</b>	100,023.00			
Infraestructura de cocina	75,538.00			
Mobiliario y equipo de cocina	24,485.00			
Materiales del impacto ambiental	4,600.00			
<b>Operación</b>		<b>2,765,612.90</b>	<b>3,039,291.36</b>	<b>3,340,295.54</b>
<b>Costos fijos</b>				
Pagos de servicios públicos		8,688.00	9,122.40	9,578.52
Insumos de oficina		8,164.00	8,572.20	9,000.81
Salarios de colaboradores		295,400.00	324,940.00	357,434.00
Permiso de operación		9,940.00	9,940.00	9,940.00
Depreciaciones de activos adquiridos		10,462.30	10,462.30	10,462.30
<b>Sub- total</b>		<b>332,654.30</b>	<b>363,036.90</b>	<b>396,415.63</b>
<b>Costo variable</b>				
Platillos para almuerzo		2181,240.00	2399,364.00	2639,300.40
Bocadillos de entrada		140,890.00	154,979.00	170,476.90
Bebidas		110,828.60	121,911.46	134,102.61
<b>Sub - total</b>		<b>2,432,958.60</b>	<b>2,676,254.46</b>	<b>2,943,879.91</b>
<b>Ingresos Total</b>		<b>490,136.74</b>	<b>539,150.41</b>	<b>593,065.45</b>
Ingresos		3,757,715.00	4,133,486.50	4,546,835.15
Impuesto sobre venta (15%)		3,267,578.26	3,594,336.09	3,953,769.70
Ingresos por uso de piscina y cancha		255,500.00	281,050.00	309,155.00
Ingresos por venta de almuerzo		3,011,250.00	3,312,375.00	3,643,612.50
Ingresos por venta de bocadillos		266,450.00	293,095.00	322,404.50
Ingresos por venta de bebidas		224,515.00	246,966.50	271,663.15
<b>Utilidad antes del impuesto</b>		<b>501,965.36</b>	<b>555,044.73</b>	<b>613,474.16</b>
Impuesto sobre renta (25%)		125,491.34	138,761.18	153,368.54
<b>Utilidad después del impuesto</b>		<b>376,474.02</b>	<b>416,283.55</b>	<b>460,105.62</b>
Depreciación		10,462.30	10,462.30	10,462.30
Valor de rescate				1,046.23
<b>Flujo neto de efectivo</b>	<b>-100,023.00</b>	<b>386,936.32</b>	<b>426,745.85</b>	<b>470,567.92</b>
<b>TREMA</b>	16%			
<b>VAN</b>	L. 852,157.42			
<b>TIR</b>	393%			
<b>R B/C</b>	L. 1.20			

El **cuadro 31** muestra los ingresos durante el primer año de actividades dan un total de 3,267,578.26 lempiras dentro de los egresos se incluyen los gastos previos a la operación de la empresa. La inversión total que se requiere para el proyecto es de 100,023 lempiras y las salidas de efectivo para el primer año serán de 2, 765,612.90 lempiras.

Durante el primer año de actividades obtendremos un saldo a favor de 386,936.32 lempiras que irá creciendo, mostrando un acenso considerable para los años posteriores.

### **Período de Recuperación de la Inversión (PRI)**

Nos indica el tiempo en el que se recupera el total de la inversión a valor presente es decir, nos revela la fecha en la cual se cubre la inversión inicial en años, meses y días para el cálculo se utiliza la siguiente formula:

$$PRI = N - 1 + \frac{(FA)_{n-1}}{(F)_n}$$

N= año en el que el flujo cambio de signo

Fa=Flujo de efectivo acumulado en el año previo a n

F<sub>n</sub>= Flujo neto de efectivo en el año n

$$PRI = 1 - 1 + \frac{(-100,023)}{386,936.32} = 0.258$$

0.258X12=3 mes  
0.68X30=8 día

El capital invertido para el proyecto en Granja las Marías es recuperado en los tres meses con ocho días del primer año.

Los resultados obtenidos en el flujo de caja sin financiamiento permiten obtener índices financieros como la Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable, Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Razón Costo Beneficio

**TIR:** La tasa interna de retorno obtenida por el proyecto es de 393% mayor a la TREMA que es de un 16% lo que significa que si el inversionista reinvierte los beneficios generados a la finca son reinvertidos en igual condición que la inversión inicial. De acuerdo con esto, la inversión del proyecto será viable.

**VAN:** El valor actual neto es de 852, 157.42 lempiras obtenido por el proyecto a 3 años y por lo tanto se recomienda la inversión.

**RBC:** La relación beneficio costo obtenido por el proyecto es de 1.20 lo cual indica que la misma es rentable para ser llevada a cabo, ya que por cada lempira invertido el mismo tendrá un retorno de 20 centavos.

### 5.10.1 Flujo de caja con financiamiento

**Cuadro 32** Amortización del préstamo

Año	Cuota fija	Interés	Amortización	Saldo insoluto
Año 0				70,016.10
Año 1	L. 31,175.22	11,202.58	L. 19,972.64	50,043.46
Año 2	L. 31,175.22	8,006.95	L. 23,168.27	26,875.19
Año 3	L. 31,175.22	4,300.03	L. 26,875.19	

El **cuadro 32** muestra el préstamo de 70,016.10 lempiras, que representa el 70% de la inversión, en este sentido se plantea terminar de cancelar el préstamo más los intereses en un periodo de tres años.

**Cuadro 33** Flujo de caja con financiamiento

Descripción	Periodos anuales			
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
<b>Inversión</b>	100,023.00			
Infraestructura de cocina	75,538.00			
Mobiliario y equipo de cocina	24,485.00			
Materiales del impacto ambiental	4,600.00			
<b>Operación</b>		<b>2,776,815.48</b>	<b>3,039,291.36</b>	<b>3,340,295.54</b>
<b>Costos fijos</b>				
Pagos de servicios públicos		8,688.00	9,122.40	9,578.52
Insumos de oficina		8,164.00	8,572.20	9,000.81
Salarios de colaboradores		295,400.00	324,940.00	357,434.00
Permiso de operación		9,940.00	9,940.00	9,940.00
Depreciaciones de activos adquiridos		10,462.30	10,462.30	10,462.30
Costos financiero		11,202.58	8,006.95	4,300.03
<b>Sub- total</b>		<b>343,856.88</b>	<b>363,036.90</b>	<b>396,415.63</b>
<b>Costo variable</b>				
Platillos para almuerzo		2,181,240.00	2,399,364.00	2,639,300.40
Bocadillos de entrada		140,890.00	154,979.00	170,476.90
Bebidas		110,828.60	121,911.46	134,102.61
<b>Sub – total</b>		<b>2,432,958.60</b>	<b>2,676,254.46</b>	<b>2,943,879.91</b>
<b>Ingresos Totales</b>		<b>490,136.74</b>	<b>539,150.41</b>	<b>593,065.45</b>
Ingresos		<b>3,757,715.00</b>	<b>4,133,486.50</b>	<b>4,546,835.15</b>
Impuesto sobre venta (15%)		<b>3,267,578.26</b>	<b>3,594,336.09</b>	<b>3,953,769.70</b>
Ingresos por uso de piscina y cancha		255,500.00	281,050.00	309,155.00
Ingresos por venta de almuerzo		3,011,250.00	3,312,375.00	3,643,612.50
Ingresos por venta de bocadillos		266,450.00	293,095.00	322,404.50
Ingresos por venta de bebidas		224,515.00	246,966.50	271,663.15
<b>Utilidad antes del impuesto</b>		<b>490,762.78</b>	<b>555,044.73</b>	<b>613,474.16</b>
Impuesto sobre renta (25%)		122,690.70	138,761.18	153,368.54
<b>Utilidad después del impuesto</b>		<b>368,072.09</b>	<b>416,283.55</b>	<b>460,105.62</b>
Depreciación		10,462.30	10,462.30	10,462.30
Valor de rescate				1,046.23
Amortización		-19,972.64	-23,168.27	-26,875.19
Crédito	<b>70,016.10</b>			
<b>Flujo neto de efectivo</b>	<b>-30,006.90</b>	<b>358,561.74</b>	<b>403,577.58</b>	<b>444,738.96</b>



<b>TREMA</b>	25%
<b>VAN</b>	L. 742,838.49
<b>TIR</b>	1207%
<b>R B/C</b>	L. 1.20

Los ingresos durante el primer año de actividades dan un total de 3, 267,578.26 lempiras dentro de los egresos se incluyen los gastos previos a la operación de la empresa. La inversión total que se requiere para el proyecto es de 100,023 lempiras y las salidas de efectivo para el primer año serán de 2, 776,815.48 lempiras.

Durante el primer año de actividades obtendremos un saldo a favor de 358,561.74 lempiras que irá creciendo, mostrando un acenso considerable para los años posteriores.

Además se muestra un crédito de 70,016.10 lempiras tramite que se hará con la empresa Banco Atlántida la que ofrece una tasa de interés del 16 % pagaderos en un periodo de tres años que esto equivale a un 70% de la inversión el cual será cubierta por los propietarios de la finca Granja las Marías.

La empresa está en condiciones de cubrir este crédito ya que puede obtener ganancias futuras que puede llegar a cubrir el monto endeudado

El capital invertido para el proyecto en Granja las Marías es recuperado en los tres meses con ocho días del primer año.

El proyecto con financiamiento es viable debido a que contamos con una VAN de 742,838.49 . La tasa interna de retorno de 1,207 % es mayor a la TREMA que está representada por un 16% y la relación beneficio costo mayor a 1. Por lo que el proyecto es viable generando un retorno sobre la inversión aceptable.

## 5.11 Estudio Ambiental

Se entiende por Evaluación de Impacto Ambiental, el conjunto de estudios y sistemas técnicos que permiten estimar los efectos que la ejecución de un determinado proyecto, obra o actividad, causa sobre el medio ambiente y para la realización de este estudio se darán a conocer los impactos positivos y negativos más importantes así como las medidas de mitigación para estos últimos, teniendo en cuenta que, los Aspectos ambientales y sus posibles impactos son componentes importantes de los proyectos industriales y permiten un mejor funcionamiento a nivel social y legal.

**Cuadro 34** Estudio del impacto ambiental

Actividad	Impacto	Medida de Mitigación
Destrucción y/o alteración de hábitat	Negativo	Prevenir en mayor medida la alteración del ecosistema evitando así la destrucción de la flora y fauna del centro turístico
Acondicionamiento infraestructura edilicia existente; obras complementarias y montaje	Positivo	
Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos.	Negativo	Capacitar al personal con talleres sobre como clasificar los desechos correctamente.
Aumento oferta directa / indirecta de puestos de trabajo	Positivo	
Contaminación visual por modificación del paisaje	Negativo	Evitar levantar estructuras que afecten la visibilidad de la belleza natural de la finca.
Manejo inadecuado de residuos sólidos, líquidos y gaseosos	Negativo	Establecer un proceso de tratamiento de los desechos sólidos y líquidos reduciendo el impacto que representa sobre los visitantes.

### 5.11.1 Acciones Ambientales

Identifica los efectos positivos y negativos que causan daño al medio ambiente donde se desarrollará el proyecto estos garantizan que las actividades propias del desarrollo turístico en la finca no contribuyan a la degradación y contaminación del medio local y regional. Y que la finca Granja las Marías tenga políticas de manejo de recursos naturales favoreciendo el uso de tecnologías propias.

### 5.11.2 Valorización de los Impactos

Para la valorización de los impactos ambientales por la ejecución e implementación del proyecto, se utilizó la matriz de L. B. Leopold, que consiste en analizar criterios sobre diferentes aspectos que ayudan a calificar y cuantificar los impactos, entre los que se tienen: naturaleza, magnitud, importancia, reversibilidad, duración, certeza, tipo, tiempo en aparecer, considerado en el diseño y operación del proyecto; aspectos que se evalúan por cada una de las actividades, tanto en la fase de ejecución como de operación.

Para realizar la evaluación de los impactos sin proyecto, se consideró la situación actual de la finca Granja las Marías, según los criterios siguientes.

**Cuadro 35** Criterios de evaluación de impactos sin proyecto

Naturaleza	Magnitud	Importancia	Certeza	Tiempo	Reversibilidad	Duración	Tiempo	Diseño	Ponderación
(-)	2	2	D	Pr	1	4	C	N	9

$$2*2+1+4=9$$

En el **cuadro 35** se observa la evaluación de los impactos sin proyecto es decir, la situación actual de la finca Granja las Marías, en donde muestra que la naturaleza es negativa (-), es

decir hay fuertes impactos negativos al ambiente en el sitio, la magnitud es de (2), lo que indica que el el área afectada por el impacto comprende entre 1 y 10 hectáreas; por otro lado la importancia es de grado (2), es decir no hay planes de manejo de ninguna clase; en cuanto a la certeza es (C), es decir algún impacto ocurrirá con una probabilidad de 75%, es de tipo (Sc), debido a que el impacto es consecuencia indirecta de las construcciones u operaciones de la finca.

La reversibilidad (1), porque es reversible, es decir se pueden mejorar; la duración (4), porque el impacto permanecen a largo plazo, es de tiempo (C), porque los impactos aparecen a corto plazo; el diseño (N), es decir los impactos no fueron considerados en la finca, al final la ponderación es (9), nos quiere decir que los impactos ocasionados en la finca Granja las Marías, son bastante considerables, por lo tanto, deben de mitigarse los impactos a través de la implementación de un plan de manejo de los recursos naturales. A la vez se debe de proponer la señalización de las áreas de recreación; también proponer la reforestación con plantas nativas de la zona, árboles maderables y brindar información a los visitantes sobre la importancia de la flora y fauna.

Para realizar una evaluación de los impactos con proyecto, se consideró la situación, como que ya se tuviera instalada una reforestación intensiva y bajo criterios tecnológicos alternativos.

**Cuadro 36** Criterios de evaluación de los impactos con proyecto

Naturaleza	Magnitud	Importancia	Certeza	Tipo	Reversibilidad	Duración	Tiempo	Diseño	Ponderación
(+)	1	1	I	Pr	1	1	C	S	3

$$1*1+1+1= 3$$

En el **cuadro 36** se observa la evaluación de los impactos con proyecto; se muestra que la naturaleza es positiva (+), es decir los impactos al ambiente en el sitio, serían poco

considerables; la magnitud es de (1), lo que indica que el área es afectada en mínima cantidad (construcción de una cocina cerca del local principal ); por otro lado la importancia es de grado (1), es decir que sería importante ejecutar el proyecto ya que mejoraría la situación ambiental actual; en cuanto a la certeza es (I), es decir se requieren estudios específicos para evaluar la certeza del impacto.

Es de tipo (Pr), debido a que los impactos mínimos producidos son referidos a la construcciones de inmuebles; también es de reversibilidad (1), porque es reversible de los impactos; la duración (1), porque el impacto permanece por menos de un año; es de tiempo (C), porque los impactos aparecen a corto plazo; el diseño (S), porque ha sido considerado en el proyecto por parte del propietario para mejorar la situación actual de su entorno; al final la ponderación es (3); Esto significa, que los impactos ocasionados por la construcción son bastante mínimos.

## VI. CONCLUSIONES

- Se aplicó el diagnóstico con el formato de CDE-VO encontrándose que la empresa tiene porcentajes altos en los aspectos de comercialización 69%, proceso de dirección 64%, recursos humanos 61%, producción 53% y formalización empresarial 50% y deberá fortalecerse aspectos como acceso a la tecnología 47% administración y finanzas 48%.
- De acuerdo a los resultados obtenidos mediante el estudio de mercado el 72% conoce del turismo rural, y seguidamente el 78% está interesado en visitar balnearios, cuevas arqueológicas, parques naturales, zonas de reserva y fincas turísticas, un 67% de los mismos manifiestan que visitaran los lugares turísticos con su familia.
- La zona donde se encuentra la finca es potencialmente alta para el desarrollo de las actividades turísticas ya que cuenta con una gran diversidad en cuanto al ambiente natural.
- Los resultados obtenidos a través de los parámetros demuestran que las actividades financieras y económicas son rentables teniendo en cuenta el valor actual neto positivo que arroja el proyecto en 852,157.42 lempiras, La tasa interna de retorno (TIR) es de 393%, la relación beneficio costo es de 1.20 lempiras. Y que el capital invertido para el proyecto es recuperado en el tercer mes con ocho días del primer año.
- La inversión total del proyecto es baja en comparación con los ingresos del mismo, lo que hace rentable y atractivo para los propietarios de la finca. Lo que es clave para la realización, pues el capital para su ejecución provendrá de ellos.

## **VII. RECOMENDACIONES**

- Buscar fuentes de financiamiento e inversión que permitan el desarrollo de esta actividad turística para proveer mejores servicios a los clientes que visitan el área, utilizando infraestructura adecuada y apropiada.
- La documentación de los procesos productivos y funciones de los empleados permiten a la finca tener mayor claridad en los mismos, por lo cual se recomienda apoyar los procesos de capacitación y entrenamiento para detectar fallas para mejorarlos.
- El éxito de la empresa depende de la calidad de los servicios que se ofrece, por lo cual se recomienda invertir cada año en el mejoramiento turístico, en todas sus áreas. Y también realizar gestiones que permitan captar un mayor número de demanda.
- Promocionar la finca a través de una página web para que la información sea accesible al público.

## VIII. BIBLIOGRAFÍA

- Buñay, F. (2012). Planificación de una finca agroecológica en la comunidad de Gallo, Rum. En T. Ing (Ed.). Ecuador: Universidad de Cuenca.
- Call, s. H. (1983). *Microeconomía* ( 2ª ed ed.). D.F. México: Iberoamericana S A DE C V.
- Carias, J. (2015). *Caudalosos ríos, vino de coyol y antiguas cuevas atrapan a turistas*. Recuperado el 04 de agosto de 2015, de <http://www.elheraldo.hn /csp/mediapool /sites/ElHeraldo/Regionales/story.csp?cid=699445&sid=292&fid=218>
- Crosby, A., & Moreda, A. (1996). *Desarrollo y gestión del turismo en Áreas rurales y naturales*. Madrid: Centro Europeo de Formación Ambiental y turística. (CEFAT).
- Escalona, F. M. (2004). *La verdad del turismo rural en Contribuciones a la Economía*. Recuperado el 28 de julio de 2015, de <http://www.eumed.net /ce/2005/fme-03.htm>
- Fleitman, J. (2013). *Como elaborar un plan de negocios*. Recuperado el 30 de julio de 2015, de <http://www.gerencie.com/como-elaborar-un-plan-de-negocios.html>
- García, S., & poyato, M. d. (2002). La función social del patrimonio histórico. En *el turismo cultural* (pág. 184). La Mancha: ediciones de la universidad de castilla.
- González, M. (2001). Diagnóstico en desarrollo comunitario. UNAM. México: V 39. 82.
- IHT. (2008). *Diagnóstico situacional y definición de lineamientos para el desarrollo de turismo rural*. Tegucigalpa, hn.
- IICA. (2009). *Estudio sobre el turismo rural en Honduras*. Tegucigalpa, hn.
- INDERENA. (1995). *Manual de senderos de interpretación Ambiental*. Bogotá, Colombia.
- Infante, M., & Carbollosa, R. (s.f.). *Principales consideraciones sobre el plan de negocio*. Recuperado el 30 de julio de 2015, de <http://www.monografias.com/trabajos15 /plan-negocio/plan-negocio.shtml>.
- Interiano, M. (2008). *Diagnóstico de potencialidad e inventario turístico para los Municipio de Catacamas, Santa María del Real, y la Biosfera del rio plátano en Dulce Nombre de Culmi Olancho*. Olancho, hn.
- Miranda, G. (2006). El tiempo libre y ocio reivindicado por los trabajadores. *Revista de turismo y patrimonio cultural*, 4( № 3), 301-326.



- Morales, V. P. (2012). *Estadística aplicada a las Ciencias Sociales/Tamaño necesario de la muestra: ¿Cuántos sujetos necesitamos?* Recuperado el 10 de Abril de 2014, de <http://web.upcomillas.es/personal/peter/investigacion/Tama%F1omuestra.pdf>
- Moreno, t. (2008). *7 Pasos para Hacer tu Plan de Negocio*. Recuperado el 05 de agosto de 2015, de <http://www.cnnexpansion.com/emprendedores/2008/11/07/7-pasos-para-hacer-tu-plan-de-negocios>.
- Morera, C. (2006). Concepto y realidad del turismo rural en Costa Rica. *Ambien-tico, No. 150*, 4-8.
- Muñoz, J. (2002). *Folklore turismo*. Tegucigalpa: 2ª ed.
- Pérez de las Heras, M. (2003). *La guía del Ecoturismo o como conservar la naturaleza a través del turismo* (2ª ed ed.). México.
- Quesada, R. (2010). *Elementos del Turismo* (2ª ed ed.). Costa Rica: Universidad estatal a didtancia.
- Quintero, L. (2008). Diagnóstico institucional Proyecto de Atención. . PROAS. España.
- Rafael, A. (08 de agosto de 2015). turismo en Santa Maria del Real. (J. Romero, Entrevistador)
- Riveros Hernando, B. M. (2003). *El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local*. Lima -Perú: POBDAR.
- Romagnoli, S. (2007). *Herramientas de gestión, diagnostico empresarial*. Recuperado el 29 de julio de 2015, de <http://www.biblioteca.org.ar/libros/210502.pdf>
- samir, S., & javier, C. (2001). *Agroturismo y Desarrollo Rural*. Recuperado el 30 de Julio de 2015, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39800709>
- Sampieri, R., Collado, C., & pilar, L. (2006). *Metodologia de la investigacion* (4ta. ed.). Mexico, D.F.: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A DE C.V.
- Sevilla, E., & Alonso, A. (1994). *Para una teoría etnoecológica centroperiferia desde la Agroecología*. Recuperado el 09 de febrero de 2016, de <http://www.revistaambienta.es/>
- URQUIZO, J. (2012). placion y diseño de un centro recreacional turistico en la finca Ambateñita, parroquia bella vista Canton santa cruz . ecuador .

# ANEXOS

Anexo 1. Entrevista



UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA  
ENTREVISTA PARA PROPIETARIO DE GRANJA LAS MARÍAS



1- Nombre \_\_\_\_\_

2- Correo Electrónico \_\_\_\_\_

3- Teléfonos \_\_\_\_\_

4- ¿Desea realizar atractivos turísticos para ser más competitivo?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5- ¿Que atractivos turísticos quiere realizar?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

6- ¿Tiene listo el presupuesto del proyecto?

\_\_\_\_\_

7- ¿Utilizara fondos propios para la inversión?

\_\_\_\_\_

8- ¿Actualmente maneja algún préstamo?

1. Si \_\_\_\_\_
2. No \_\_\_\_\_

9- ¿Con que institución u organización lo tiene?

1. Bancos \_\_\_\_\_
2. Cooperativas \_\_\_\_\_

3. Cajas de ahorro y crédito \_\_\_\_\_
4. Prestamistas \_\_\_\_\_
5. Otros especifique \_\_\_\_\_
6. Ninguno \_\_\_\_\_

**10-¿Desea realizar un financiamiento? ¿Dónde?**

---

---

---

**11-¿Para qué utilizaría el financiamiento?**

1. Capital de Trabajo
2. Maquinaria y Equipo
3. Instalaciones Físicas
4. Especifique: \_\_\_\_\_

**. 12-¿Qué tipo de financiamiento le gustaría recibir?**

1. Financiamiento total
2. Financiamiento parcial

**13¿De necesitar un préstamo, considera tener la posibilidad de accezar al mismo?**

1. Si
2. No
3. ¿Por qué no? \_\_\_\_\_ -

**¡GRACIAS POR SU COLABORACION!**

Anexo 2 Encuesta



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA**



**BOLETA DE INVESTIGACIÓN SOBRE LA SITUACIÓN DEL TURISMO A NIVEL DEL DEPARTAMENTO DE OLANCHO.**

**Objetivo:** El propósito de la siguiente encuesta es para solicitar información que permita conocer la situación actual del turismo en el departamento de Olancho.

**1. ¿Ha escuchado hablar del concepto de Turismo Rural?**

Si	<input type="radio"/>	No	<input type="radio"/>
----	-----------------------	----	-----------------------

**2. ¿Cuál de los siguientes conceptos relaciona con el Turismo Rural?**

Concepto	Marque X
Naturaleza y paisajes naturales	
Cultura y Tradiciones del departamento	
Gastronomía local	
Observatorio de aves	
Viajes de aventura	
Visitas a propiedades Ganaderas u agrícolas	

**3. ¿Qué factores consideraría usted a la hora de escoger visitar o alojarse en un lugar de turismo rural?**

Factores	Muy Importante	Importante	Irrelevante
Accesibilidad			
Precio			

Que se practique turismo de aventura o extremo			
Que posea lugar donde dormir			
Que tenga buena comida			
Que esté cerca de la ciudad			
Grado de limpieza y confort en el establecimiento			
Acceso a internet			
Atención y amabilidad de los encargados			

4. ¿Cuán interesado (a) estaría en hacer excursiones dentro del departamento de Olancho, tales como visitas a: Balnearios, Cuevas Arqueológicas, Parques Naturales, Zonas de Reserva, Fincas Turísticas, Aguas Termales?

Interesado (a) <input type="radio"/>	Poco interesado (a) <input type="radio"/>	No me interesa (a) <input type="radio"/>
--------------------------------------	---	--

5. Con qué frecuencia visitaría usted un lugar turístico dentro del departamento de Olancho?

De forma mensual <input type="radio"/>	4 Veces al año <input type="radio"/>	2 Veces al año <input type="radio"/>	1 Vez al año <input type="radio"/>
--	--------------------------------------	--------------------------------------	------------------------------------

6. ¿Si le interesa, que sitio le gustaría ir dentro del departamento de Olancho?

Balneario	Meses del año											
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Finca rural												
Cuevas												
Área de reserva												
Observación de aves												
Campamentos												
Áreas de camping												
Sitios de turismo Externo												

7. ¿De los siguientes municipios del departamento de Olancho a cual le gustaría ir para realizar turismo rural?

Campamento	<input type="radio"/>	Santa María del Real	<input type="radio"/>
Juticalpa	<input type="radio"/>	Dulce nombre Culmi	<input type="radio"/>
Catacamas	<input type="radio"/>	Otros	<input type="radio"/>

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en una gira a algún lugar que le ofrezca turismo rural en el departamento?

Días	L. 100.00	L. 200.00 a 400.00	L. 600.00 a 1000.00	L. 1000.00 a 2000.00	L. 2000.00 a 3000.00	L. 3,000.00 a 5000.00	Más de L. 5,000.00
1 día							
2-3 días							
4-5 días							

9. ¿Qué medios utiliza para informarse en la búsqueda de un establecimiento de turismo?

Por Internet	<input type="radio"/>	Por la Radio	<input type="radio"/>
Por la Televisión	<input type="radio"/>	Agencias de viaje	<input type="radio"/>
Área de turismo de su municipio	<input type="radio"/>	Recomendaciones de amigos o conocidos	<input type="radio"/>
Contratar los servicios directamente con el propietario			<input type="radio"/>

10. ¿Qué sitios turísticos ha visitado?

Hoteles	<input type="radio"/>	Cabañas	<input type="radio"/>
Centros de capacitación	<input type="radio"/>	Balnearios	<input type="radio"/>
Restaurantes	<input type="radio"/>	Parque acuáticos	<input type="radio"/>

11. ¿Número de personas con las cuales usted frecuenta salir en viajes de turismo rural?

Solo	<input type="radio"/>	Con mi pareja	<input type="radio"/>
Con mi familia	<input type="radio"/>	Con amigos	<input type="radio"/>

**12. ¿Qué forma de pago le gustaría que le ofrecieran en los negocios agro turísticos?**

Efectivo	<input type="radio"/>	Pago electrónico	<input type="radio"/>
----------	-----------------------	------------------	-----------------------

**13. Le gustaría ir a algún sitio de turismo rural de algún municipio del departamentode Olancho? Si\_ turístico en específico: No\_\_ Cual (es) municipio (s) le gustaría ir y a qué Centro**

**Municipio**

**Centro Turístico**

Catacamas

\_\_\_\_\_

Santa María del Real

\_\_\_\_\_

Juticalpa

\_\_\_\_\_

Campamento

\_\_\_\_\_

**14. Edad**

Menor de 25 años	<input type="radio"/>	De 25 a 35 años	<input type="radio"/>
De 36 a 45 años	<input type="radio"/>	De 46 a 55 años	<input type="radio"/>
De 56 a 65 años	<input type="radio"/>	Más de 66 años	<input type="radio"/>

**15. Género**

Femenino	<input type="radio"/>	Masculino	<input type="radio"/>
----------	-----------------------	-----------	-----------------------

**16. Nivel de ingresos**

Menor de L. 5,000.00	<input type="radio"/>	De L. 5,001.00 a 10,000.00	<input type="radio"/>
De L. 10,001.00 a 15,000.00	<input type="radio"/>	De L. 15,001 a 20,000.00	<input type="radio"/>
De L. 20,001 a 25,000.00	<input type="radio"/>	Más de L. 25,001.00	<input type="radio"/>

**¡Gracias por su colaboración!**



## **Anexo 3 Plan de Negocios**

### **➤ PORTADA**

- Nombre de la empresa
- Logo de la empresa
- Lema de la empresa / slogan
- Presentado por

### **➤ CONTENIDO**

#### **I. INTRODUCCIÓN**

#### **II. RESUMEN EJECUTIVO**

#### **III. GENERALIDADES DE LA FINCA**

Nombre de la empresa	
Fecha de inicio de operaciones	
Localización de la empresa	
Teléfono	
Cantidad de socios	
Socios mujeres	
Socios hombres	
Número de empleados	

#### **IV. DESCRIPCIÓN DE LA FINCA**

- Reseña histórica
- Misión
- Visión
- Objetivos
- Valores

**V. ESTUDIO DE MERCADO**

**VI. ESTUDIO TECNICO**

**VII. ESTUDIO FINANCIERO**

**VIII. ESTUDIO AMBIENTAL**

**Anexo 4** Matriz de problemática ambiental, causas y efectos.

Crterios y aspectos a considerar dentro de la evaluación cualitativa de los impactos.

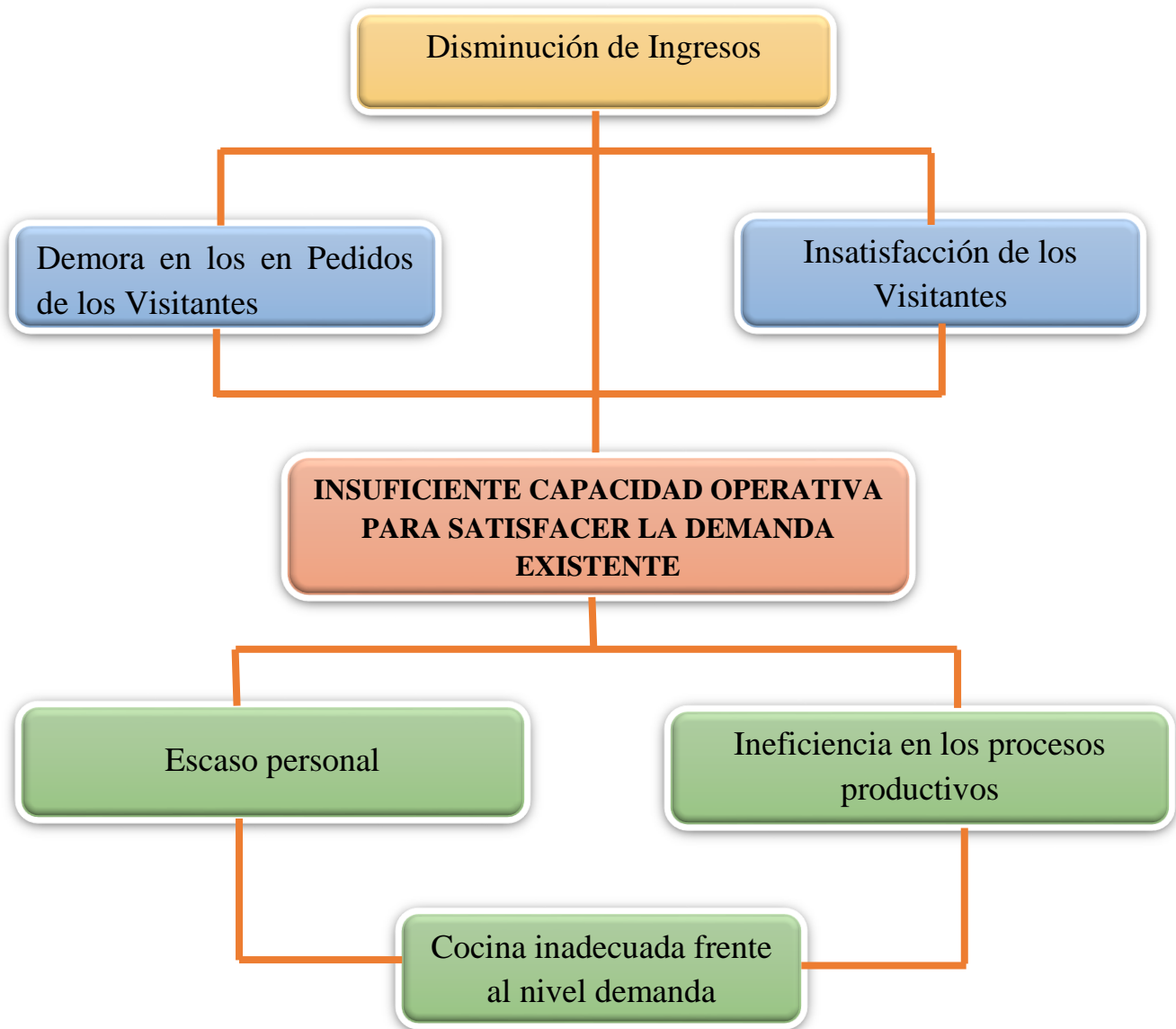
La Naturaleza del impacto	(+) positivo (-) negativo (N) neutro, si el impacto no produce efecto significativo en el componente (X) previsible, pero difícil de cuantificar sin estudios previos
La Certeza del impacto	(C) cierto impacto ocurrirá con una probabilidad > 75 % (D) probable impacto ocurrirá con una probabilidad entre 50 y 75 %. (I) improbable, se requiere de estudios específicos para evaluar la certeza del impacto.
Para Tipo se han utilizado las siguientes ponderaciones:	(Pr) primario, el impacto es consecuencia directa de la construcción del proyecto, de su operación. (Sc) secundario, el impacto es consecuencia indirecta de la construcción u operación del proyecto. (Ac) acumulativo, impactos individuales repetitivos dan lugar a otros de mayor impacto
Para Tiempo en Aparecer las siguientes ponderaciones:	(C) corto plazo, aparece inmediatamente o dentro de los seis meses posteriores a la construcción. (M) mediano plazo, aparece entre 6 meses y cinco años después de la construcción. (L) largo plazo, se manifiesta 5 o más años después de la construcción.
Considerado en el diseño y operación del proyecto, se ha utilizado	(S) si, el impacto ha sido considerado en el proyecto y (N) no, el impacto no ha sido considerado en el proyecto

**Criterios y aspectos a considerar dentro de la evaluación cuantitativa de los impactos.**

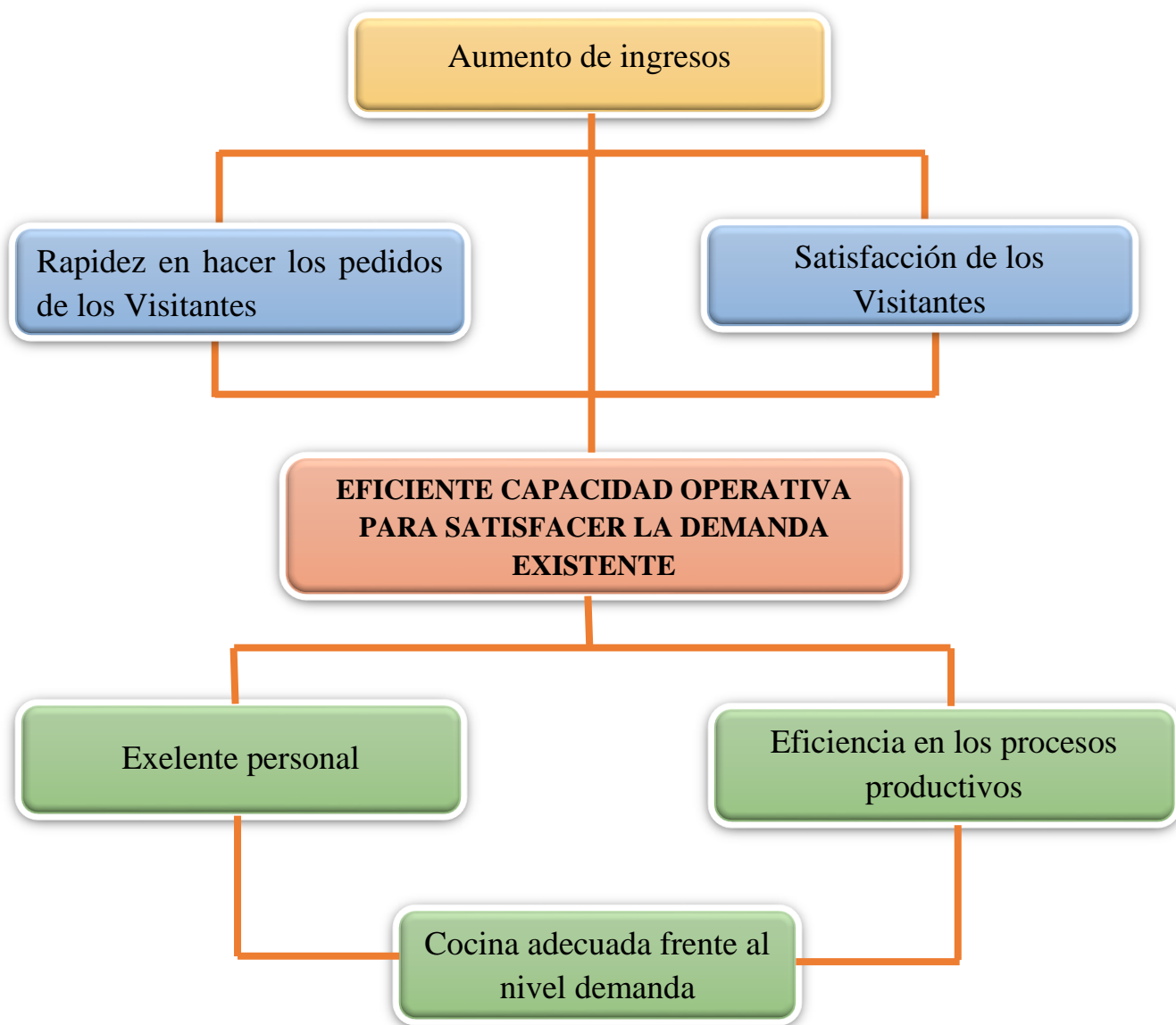
- Magnitud (Intensidad y Área):
  - (1) baja intensidad, el área afectada es inferior a 1 ha o no afecta significativamente la línea base
  - (2) moderada intensidad, el área afectada comprende entre 1 y 10 ha pero puede ser atenuada hasta niveles insignificantes
  - (3) alta intensidad, el área afectada por el impacto es mayor de 10 hectáreas
  - (0) sin importancia
- Importancia:
  - (1) menor importancia
  - (2) moderada importancia
  - (3) importante
- Reversibilidad
  - (1) reversible
  - (2) no reversible
- Duración:
  - (1) corto plazo, si el impacto permanece menos de 1 año
  - (2) mediano plazo, si el impacto permanece entre 1 y 10 años
  - (4) largo plazo, si el impacto permanece por más de 10 años

Naturaleza	Magnitud	Importancia	Certeza	Tipo	Reversibilidad	Duración	Tiempo	Diseño	Ponderación

**Anexo 5** Árbol de problema del proyecto.



Anexo 6 Árbol de objetivos del proyecto.



## Anexo 7 Marco lógico del Proyecto

<b>RESUMEN NARRATIVO</b>		<b>INDICADORES</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>	<b>SUPUESTOS</b>
Fin	Evitar la disminución de ingresos en la finca.	Incremento de ingresos por altos porcentajes de visitantes en la finca.	Sondeo mensual de personas que llegan a la finca.	Se satisface la demanda de los visitantes.
Propósito	Tener la capacidad operativa para satisfacer la demanda existente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Eficiencia en los procesos productivos</li> <li>✓ Mantener al personal en capacitaciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Inspecciones</li> <li>✓ Registro de las capacitaciones realizadas.</li> </ul>	Los empleados se muestran interesados en lograr los objetivos planteados.
Componente	Planificar, proyecto construcción de la cocina.	Cumplimientos de los requerimientos del proyecto.	Inspecciones	condiciones de ofrecer los servicios de la manera más indicada
Actividades	Conocimiento sobre el proyecto y su ubicación	Grado de avances de la construcción y adecuación del sitio del proyecto.	Registros de los avances del proyecto	Cumplimiento de condiciones de seguridad en las instalaciones

Fuente: Edición propia

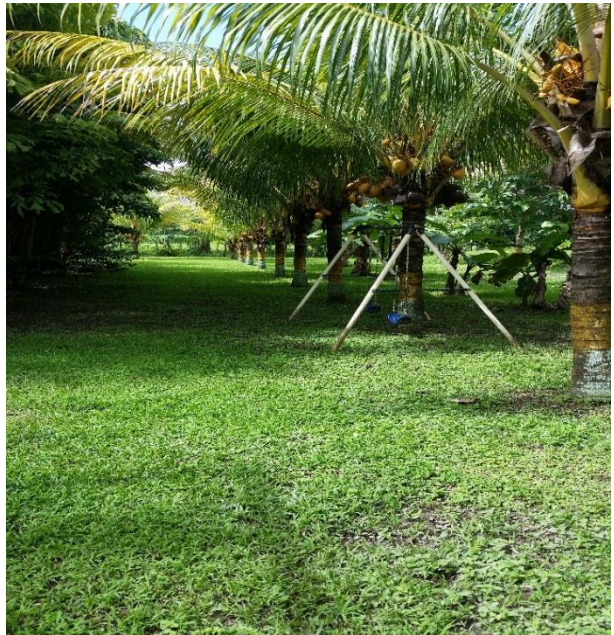
## Anexo 8 Análisis FODA de Granja las Marías

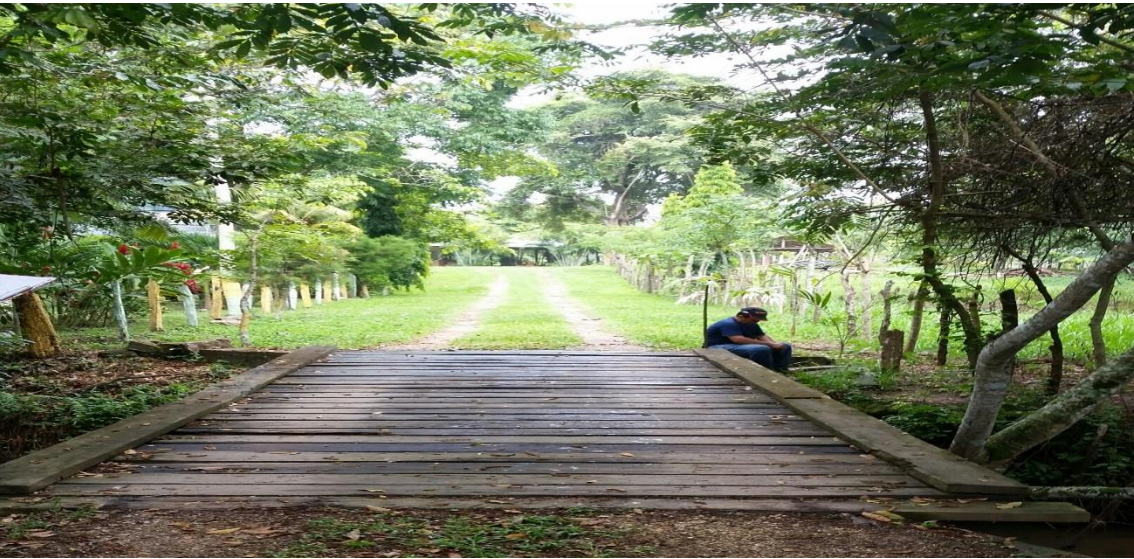
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Estar constituidos legalmente.</li><li>• Conocimientos de temas administrativos.</li><li>• Tener espacio amplio para crecer.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hay espacio en el mercado para crecer.</li><li>• Producir la propia materia prima.</li><li>• Creación de nuevas fuentes de trabajo.</li></ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• No tener registros formales contables.</li><li>• No hay un propietario que esté al frente del negocio.</li><li>• Otros centros turísticos están ubicados más al centro de la pavimentación.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Inseguridad del municipio.</li><li>• Medidas tributarias que implementa el gobierno.</li><li>• Quemadas de bosques por los pobladores de la zona.</li></ul>

Fuente: Edición propia

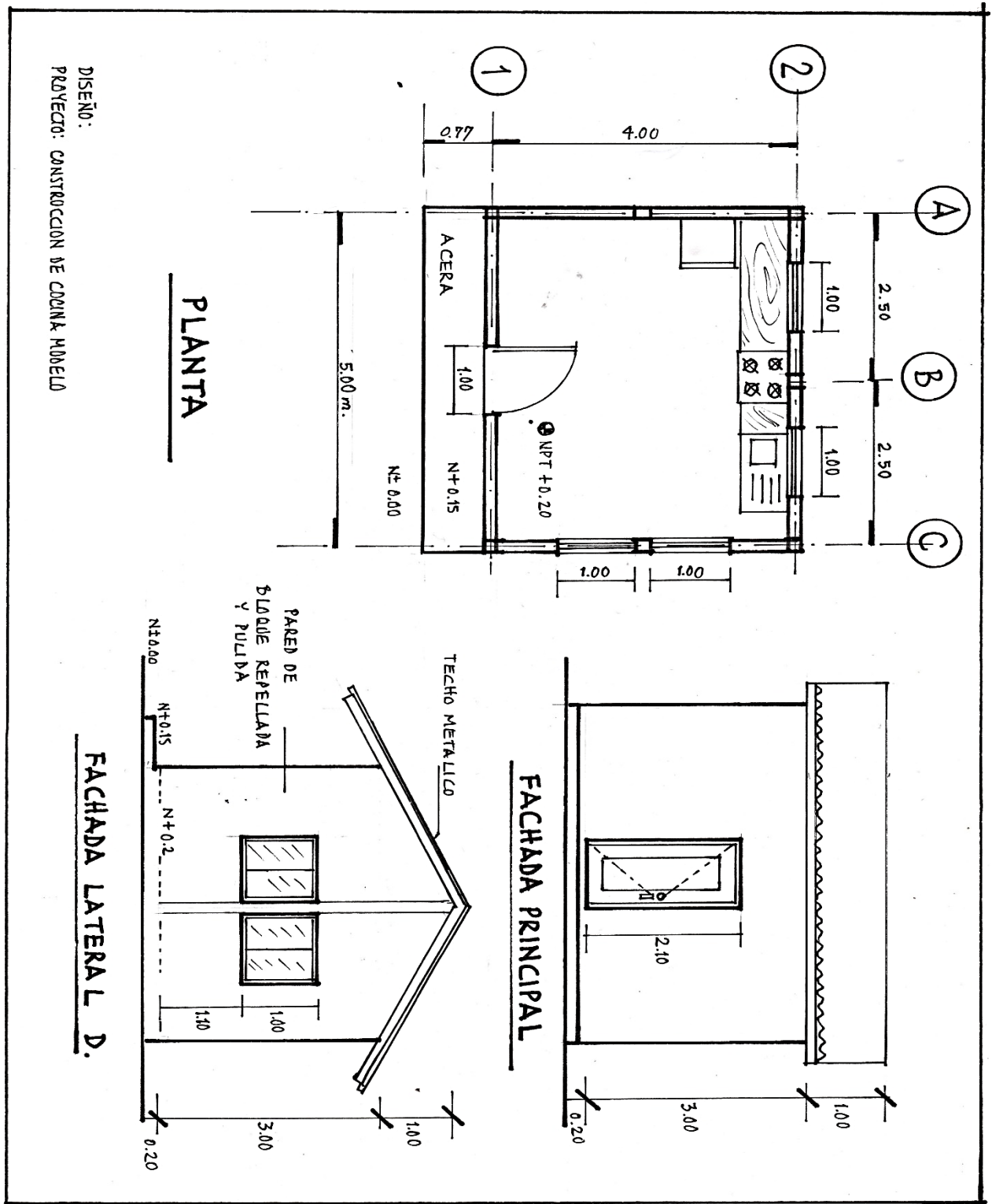


**Anexo 9** Fotos de Granja las Marías





Anexo 10 Croquis de la construcción



DISÑO:  
PROYECTO: CONSTRUCCION DE COCINA MODELO