



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

Proyecto
**TRANSFORMANDO
SISTEMAS DE MERCADO**

CENTRO DE EXPOSICIONES Y CONVENCIONES

Diseño, construcción y operación de un centro privado de capacitación profesional, en las cercanías del Aeropuerto Internacional de Palmerola, con espacios para ampliar y mejorar las instalaciones y la oferta profesional, enfocadas a las necesidades del territorio, con base a levantamiento de información a las empresas establecidas en la Subregión de Palmerola.

PMP-TO-01



CENTRO DE EXPOSICIONES Y CONVENCIONES

| 1 Información General | | | | | | | |
|---|--|-----------------------------------|--|------------------------------|---------|-----------|---------|
| 1.1 Nombre: | CENTRO DE EXPOSICIONES Y CONVENCIONES | | | | | | |
| 1.2 Sector | TURISMO DE PASAJEROS | 1.3 Estado actual | Ficha de inversión | 1.4 Tipo de inversión | Privada | | |
| 1.5 Descripción del Proyecto: | <p>En esta ficha se plantea el diseño y construcción de un Centro de Exposiciones y Convenciones, con el propósito de dotar a la subregión de Palmerola de un edificio que facilite a su población realizar conferencias, congresos, asambleas, ferias, exposiciones, eventos sociales, foros, seminarios o agrupaciones de diferentes caracteres, sea comercial, empresarial, científico o religioso, entre otros, dando una atracción del turismo de convenciones que contribuya a mejorar el desarrollo económico local del territorio a través del fomento de actividades turísticas que provoque atracción de eventos a nivel nacional e internacional, mediante su funcionamiento, también se pretende poner en valor la riqueza cultural a través del arte y diseño de la estructura de los edificios que conformaran este centro de convenciones.</p> <p>Al mismo tiempo tendrá espacios disponibles para las acciones de relajamiento, alojamiento, alimentación y estadía de personas, que vendrán a presenciar los diferentes eventos y gozarán de espacio para su esparcimiento.</p> <p>Se espera que todos aquellos eventos que se realicen en el Centro de Exposiciones y Convenciones sean programados de tal manera que los visitantes como las personas que se alojen disfruten de un espacio acogedor y lleno de cultura propia del país, dando a conocer todos aquellos aspectos positivos, que nuestra sociedad es capaz de demostrar al mundo.</p> <p>Un punto importante es que el Centro de Exposiciones y Convenciones, tendrá disponibles espacios para Tours operadoras, guías turísticos y agencias de viajes que pondrán a la disposición de todos los visitantes de los diferentes destinos de turísticos de la Subregión de Palmerola como del resto del país, promocionando de forma amplia y acertada las bondades turísticas de Honduras.</p> | | | | | | |
| 1.6 Naturaleza del Proyecto | Ampliación | Mejora | Creación | Recuperación | | | |
| | - | - | X | - | | | |
| 1.7 Relación o articulación con otras entidades*. | Corporación Municipal | Dependencias del gobierno Central | | Cooperación | Otros | | |
| | X | X | X | - | | | |
| 1.8 Localización Geográfica | Departamentos | Municipios | Entre los municipios de Comayagua y Villa de San Antonio | | | | |
| | - | | | | | | |
| 1.9 Beneficiarios de Empleo | Total | 7,180 | Hombres | 5,280 | | | |
| | | | Mujeres | 1,900 | | | |
| 1.10 Generación de empleo | Total, empleos | Empleos Directos | | Empleos indirectos | | Sub Total | |
| | 7,180 | Hombres | Mujeres | Hombres | Mujeres | Hombres | Mujeres |
| Etapas de Ejecución / Construcción | 6,000 | 800 | 200 | 4000 | 1000 | 4,800 | 1.200 |
| Etapas de Operación | 1,180 | 120 | 175 | 360 | 525 | 480 | 700 |
| 2 Justificación del Proyecto: | | | | | | | |
| <p>El turismo de exposiciones y convenciones, está en crecimiento en el país, San Pedro Sula como Tegucigalpa son los dos centros de crecimiento poblacional y desarrollo económico más grandes de Honduras, lo que ha generado mejores oportunidades de empleo, negocios y generación de mejores condiciones de vida para su población, tal es el caso de la ciudad de San Pedro Sula que vio la oportunidad de impulsar el turismo MICE hace unos 11 años, cuando la ciudad empezó a ser sede de congresos, convenciones, ferias y exposiciones internacionales. Anualmente antes de la pandemia COVID-19, se</p> | | | | | | | |

CENTRO DE EXPOSICIONES Y CONVENCIONES

realizaba un promedio de 12 eventos nacionales e internacionales de gran envergadura. Los tres principales centros de convenciones: el Club Hondureño Árabe, el Expocentro de la Cámara de Comercio e Industrias de Cortés y el Copantl Hotel & Convention Center, captan la mayoría de eventos de fuerte impacto.

En la actualidad, tanto la Cámara Nacional de Turismo (CANATURH) como la Secretaría de Turismo y la Municipalidad de San Pedro Sula trabajan de forma coordinada para captar más eventos y así seguir impulsando esta industria en la ciudad que ha sido sede de grandes eventos de organizaciones como la Fraternidad Internacional de Hombres de Negocio del Evangelio Completo (FIHNEC), el World Wildlife Fund (WWF), la Organización de los Estados Americanos (OEA) y diferentes eventos que han ido posicionando a San Pedro Sula como una ciudad de turismo de negocios.

Analizando lo anterior la subregión de Palmerola específicamente la ciudad de Comayagua, tiene una fuerte oportunidad ahora con la construcción del Aeropuerto Internacional de Palmerola, su ubicación geográfica y la conectividad aérea, sumadas a la oferta hotelera e infraestructura de la ciudad actual y potencial, se han construido escenarios, que en su mayoría han establecido que atraerá flujo turístico tanto nacional como internacional, lo que será importante potenciar el turismo MICE (acrónimo en inglés para el turismo de reuniones, incentivos, congresos y exposiciones: meetings, incentives, conferences and exhibitions), tipo de turismo en el cual el viaje está motivado por la realización de actividades laborales o profesionales por la asistencia a reuniones de negocios, congresos, convenciones, viajes de incentivo y otras reuniones similares.

Para impulsar este tipo de turismo se requiere que los territorios cuenten con las condiciones óptimas para su desarrollo, es decir que, es importante disponer de áreas o espacios para poder impulsar inversiones a nivel de la subregión de Palmerola, y potencializarlo a través de la inversión pública en cuanto al acceso de los servicios básicos.

Con la puesta en marcha de este proyecto se pretende potencializar todas aquellas áreas del conocimiento que vendrán a fortalecer los conocimientos y destrezas de los profesionales en sus diferentes áreas de profesión como también de la población estudiantil y cuerpo docente de las facultades de las diferentes universidades tanto públicas y privadas, así como también de emprendedores que requieran de espacios para ofrecer sus productos al mundo.

Un punto importante de esta inversión es la posición geográfica en la que se encuentra, ya que se ubicará en una zona privilegiada que fácilmente comunica a los grandes polos de desarrollo del país como ser Tegucigalpa y San Pedro Sula, también existen excelentes vías de comunicación, acceso inmediato a los puertos en el Pacífico y en el Atlántico, lo cual facilita la movilización y transporte de las personas de forma segura.

3 Propósito del Proyecto:

El propósito “dotar a la subregión de Palmerola y su área de influencia de la infraestructura para el fortalecimiento de la actividad de convenciones y exposiciones, posicionándola como un destino sede para la organización de eventos y el desarrollo del producto turismo de reuniones a nivel regional e internacional”, que contribuya a mejorar el desarrollo económico local de los territorios a través del fomento de actividades de atracción de eventos a nivel local, nacional e internacional. Mediante su funcionamiento, se pretende poner en valor la riqueza cultural a través del arte y diseño de la estructura de los edificios que conformara este centro de convenciones.

4 Antecedentes del proyecto:

El turismo de exposiciones y convenciones ha sido impulsado en el país por el Estado y empresarios de la zona norte específicamente en la ciudad de San Pedro Sula, con la realización de la XVII Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno del Mecanismo de Diálogo y Concertación de Tuxtla, el 21, 22 y 23 de agosto del 2019, consolido a la ciudad de San Pedro Sula como la capital del turismo de negocios o turismo MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions).

Esta fue la primera vez que uno de los Centros de Convenciones Sampedranos (Centro de Convenciones Copantl), tuvo un evento con 10 mandatarios o delegados de alto nivel de los países que conforman Mesoamérica, además de los más de 300 empresarios de la región que participarán en el Primer Foro Empresarial Mesoamericano, que se desarrolló en el marco de la Cumbre.

CENTRO DE EXPOSICIONES Y CONVENCIONES

Si bien es cierto la subregión de Comayagua no tiene esa capacidad de gestión actualmente para eventos de esa envergadura, cuenta con gran potencial, por estar ubicado en la parte central del país y que en pocos meses estará en funcionamiento el Aeropuerto Internacional de Palmerola, el cual vendrá a estimular el turismo local y regional, impulsando otros rubros y negocios que acompañaran al turismo de forma positiva.

5 Alcances del Proyecto:

En la presente ficha se aborda el diseño del “Centro de Exposiciones y Convenciones”, su desarrollo comprende lo siguiente;

La Infraestructuras: Construir la infraestructura de un Centro de Exposiciones y Convenciones, constará de 5 salones en un primer nivel, de los cuales uno de ellos debe tener al menos una capacidad de 1,500 personas sentadas en mesa redonda y unas 2,500 personas sentadas en organización de auditorio. Con área con capacidad para ampliaciones futuras según la demanda para albergar una capacidad de al menos 200 personas. Debe constar con áreas de parqueos de que alberguen mínimo 2,000 vehículos.

Contempla también áreas para oficinas administrativas, para tours operadores, agencias de viajes, guías turísticos, restaurante, espacios para alojamiento y/o estadía para un promedio de 50 camas o 100 personas alojadas, áreas de esparcimiento.

Al mismo tiempo se espera que el diseño arquitectónico tenga contemplado motivos mayas y lencas en alusión a los orígenes del pueblo hondureño.

El Equipamiento: La tecnología a la vanguardia en sonido, proyecciones audiovisuales.

Legalización y formalización: Cumplir con los requerimientos legales necesarios para operar, tales como; Permiso ambiental y permiso de operación.

Promoción y Mercadeo: Establecimiento de contratos de programaciones de eventos locales, nacionales, regionales e internacionales de forma anual.

6 Área de influencia, cobertura y ubicación del proyecto. (Georreferenciación con Coordenada UTM)

Ubicación: Dentro de los límites de sur del Municipio de Comayagua.

Área de Influencia: Doce municipios (10 del departamento de Comayagua y 2 del Departamento de La Paz). Estos municipios son: Comayagua, Siguatepeque, Lamaní, Lejamaní, Humuya, Ajuterique, Villa de San Antonio, El Rosario, San Jerónimo, San Sebastián, La Paz y Cané.

Cobertura: a) mercado local (municipios que componen la subregión) b) mercado nacional (ciudades de Tegucigalpa y San Pedro Sula), c) mercado regional (El Salvador) d) mercado internacional (Estados Unidos de América).

7 Identificación de la población beneficiaria/clientes (demanda)

Ante la necesidad de realizar conferencias, congresos, asambleas, ferias, exposiciones, eventos sociales, foros, seminarios o agrupaciones de diferentes caracteres, sea comercial, empresarial, científico o religioso, se estima que la demanda de servicios sea proveniente de los pasajeros y/o turistas provenientes del nuevo Aeropuerto Internacional de Palmerola, como también de la movilidad de personas locales y de nivel regional.

Al mismo tiempo por la ubicación geográfica que se espera estar a las cercanías del aeropuerto, se desarrollará como punto de encuentro a nivel inter-regional con las conexiones de las principales ciudades de Honduras y las del istmo centroamericano.

CENTRO DE EXPOSICIONES Y CONVENCIONES

8 Análisis de involucrados (identificación de actores)

- **Cámara Nacional de Turismo (CANATURH) y Filiales:** Organización de empresarios de la industria turística que velan por el desarrollo turístico.
- **Secretaría de Estado en los Despachos de la Presidencia, Dirección Ejecutiva de Deportes/Cultura y Artes.** Encargada de lo concerniente a la formulación, coordinación, ejecución y evaluación de las políticas referentes a la investigación, rescate y difusión del acervo cultural de la nación, la educación artística y la identificación, conservación y protección del patrimonio histórico cultural de la nación y todo lo relacionado con la organización, promoción y desarrollo del deporte.
- **Instituto Hondureño de Turismo;** tiene la finalidad de estimular y promover el turismo como una actividad económica que impulse el desarrollo del país, por medio de la conservación, protección y aprovechamiento racional de los recursos turísticos nacionales.
- **Municipalidades;** Ente encargado de administrar los recursos existentes en la jurisdicción municipal, donde el tema turístico es una prioridad de gestión en el Plan de Desarrollo Municipal (PDM).
Se tendrá coordinación con;
 - Cámara de Comercio.
 - Cámara Nacional de Turismo.
 - Cámara Hondureña de la Industria de la Construcción (CHICO)
 - Otros relacionados.

9 Consideraciones para análisis Costo-Beneficio

Considerando la experiencia de los participantes en el diseño de la ficha y elementos de evaluación como; la Inversión fija, Costos administrativos, Costo de mercadeo, costos de depreciación (se ha considerado una depreciación a 20 años), ingresos anuales por concepto de venta de servicios se ha proyectado un ingreso bruto anual de **L. 54,325,600.00** podemos estimar que se generan alrededor del 22% de utilidades.

| Componentes del proyecto | Indicador | Medio de verificación | Supuesto |
|--|---|--|--|
| C1. Diseño y Construcción | C.1.1 Centro de Exposiciones construido bajo los requerimientos exigidos por la legislación nacional. | # de metros cuadrados de construcción. | <ul style="list-style-type: none"> – Formalizadas las relaciones con inversionistas. – Construidas las instalaciones – Financiamiento Oportuno. |
| C2. Equipamiento/mobiliario | C.2.1 100% del centro de exposiciones equipado. | # de mobiliario y equipo instalados. | <ul style="list-style-type: none"> – Equipo y mobiliario instalado en tiempo establecido. |
| C3. Operación y Funcionamiento | C3.1 100% del centro de exposiciones en funcionamiento | <ul style="list-style-type: none"> # de empleados capacitados # de manuales implementados. # de espacios en funcionamiento. | <ul style="list-style-type: none"> – Cuenta con personal clave capacitado – Líneas de procedimientos establecidos y funcionando óptimamente. |
| C4. Comercialización de los servicios. | C.4.1 Comercializando el 100% de los servicios. | # de contratos de venta de servicios realizados. | <ul style="list-style-type: none"> – Gestión de mercadeo eficiente. – Formalización de relaciones de servicios con clientes. |
| Actividades por componente | Presupuesto Lps. | Medio de verificación | Supuesto |

CENTRO DE EXPOSICIONES Y CONVENCIONES

| | | | |
|---|----------------|---|--|
| C.1.A.1 Gestión de financiamiento. | | # de Inversionistas identificados. Relaciones de inversión concretadas. | - Si la oportunidad de inversión es factible y atractiva para los inversionistas. |
| C.1.A.2 Identificación, Selección y negociación de terreno para la construcción del centro de exposiciones. | L.600,000.00 | Terreno para la construcción del centro de exposiciones identificado y negociado. | - Si reúne los criterios establecidos en el estudio de factibilidad técnica viable. |
| C.1.A.3 Estudio de prefactibilidad técnica, financiera y de mercado. | L200,000.00 | Estudio de Factibilidad. | - Gestión financiera efectiva |
| C.1.A.4 Diseño y construcción e incluye costo de movilización y desarrollo. | L50,000,000.00 | Infraestructura construida. | - Si el Financiamiento disponible oportunamente. - Si el diseño es apegado a las necesidades y requerimientos, del estudio de factibilidad. |
| C.2.A.1 Definición de necesidades de equipamiento/mobiliario y, en función al estudio de factibilidad. | | Estudio de necesidades de equipo, mobiliario identificadas. | - Si se identifican las necesidades de acuerdo con el estudio de prefactibilidad. |
| C.2.A.2 Identificación de proveedores de equipo y servicios técnicos. | | Ficha técnica de diferentes proveedores. | - Si el proceso de gestión de compras es eficiente. |
| C.2.A.3 Adquisición, compra e instalación de equipo/mobiliarios | L1,000,000.00 | Centro de Exposiciones con mobiliario/equipo comprados según las necesidades identificadas. | - Disponibilidad Financiera. Si la gestión de compra es apegada a las necesidades identificadas en el estudio de factibilidad. |
| C.3.A.1 Definición y gestión de figura jurídica de acorde a los inversionistas. | L80,000.00 | Documentos físicos. | - Establecidas las condiciones de financiamiento. |
| C.3.A.2 Gestión requerimientos legales para la formalización de construcción | L100,000.00 | Documentos legales de operación | - Si se cumple los requisitos. - Realiza el proceso de gestión en tiempo y forma. |
| C.4.A.1 Identificación y contratación de personal para la administración. | | Personal clave contratado. | - Si se realiza un proceso de contratación eficiente en función a las necesidades de personal, establecidas en el estudio de factibilidad. |
| C.4.A.2 Capacitación de personal clave y operativo y/o administrativo. | L60,000.00 | Personal clave capacitado de acuerdo con las necesidades. | - Disponibilidad financiera. - Si la gestión del proceso de capacitación se cumple en tiempo y forma. |
| C.4.A.3 Identificación de clientes potenciales y definición de la demanda de los servicios. | L100,000.00 | # de clientes identificados. | - Si la gestión de mercado se realiza de manera oportuna. |

CENTRO DE EXPOSICIONES Y CONVENCIONES

| | | | |
|---|-------------|---|---|
| C.4.A.4 Definición de un plan de ventas de los servicios. | | Plan de ventas de acuerdo con la demanda. | - Si se establecen relaciones de compra venta con clientes locales, regionales. |
| C.4.A.5 Formalización de relaciones de venta de servicios a nivel local y regional. | | # de contratos de venta de servicios suscritos. | - Si la gestión de Mercado es Efectiva. |
| C.4.A.6 Mercadeo y comercialización de los servicios a nivel local y nacional. | L500,000.00 | # de operaciones de servicios realizadas. Miles de lempiras por concepto de ventas de los servicios. | - Si los servicios ofertados reúnen los estándares de calidad y seguridad. - Si se cuentan con los requerimientos mínimos legales para operar y comercializar. |

10 Costos

| | | | |
|---|-----------------|---|-----------------|
| Costo de Inversión Lps. | L 52,640,000.00 | Costo anual de Operación (Recurso Humano, financiamiento, suministro, productos, servicios públicos entre otros) | L 42,480,000.00 |
| | | Costos de Fianzas, garantías y seguros (5% de la Inversión). | L.2,632,000.00 |
| Período de Implementación/ ejecución. (Meses) | 16 | Costo anual de Mantenimiento (Áreas eléctricas, fontanería, pintura, carpintería y albañilería.). | L 765,000.00 |

11 Cronograma de implementación / ejecución.

| Cronograma de Implementación | | | | | | | | |
|---|-------|----|----|----|-------|--|--|--|
| COMPONENTES | Año 1 | | | | Año 2 | | | |
| | T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | | | |
| C.1.A.1 Gestión de financiamiento. | X | X | | | | | | |
| C.1.A.2 Estudio de prefactibilidad técnica, financiera y de mercado. | X | X | | | | | | |
| C.1.A.3 Identificación, Selección y negociación de terreno para la construcción | | X | | | | | | |
| C.1.A.4 Diseño y construcción. | | X | X | X | X | | | |
| C.2.A.1 Definición de necesidades de equipamiento, en función al estudio de factibilidad. | X | | | | | | | |
| C.2.A.2 Identificación de proveedores de equipo y servicios técnicos. | | | X | X | | | | |

CENTRO DE EXPOSICIONES Y CONVENCIONES

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|--|--|--|
| C.2.A.3 Adquisición, compra e instalación de equipo/mobiliario | | | | X | X | | | |
| C.3.A.1 Definición y gestión de figura jurídica de acorde a los inversionistas. | X | X | X | | | | | |
| C.3.A.2 Gestión requerimientos legales para la formalización | | | X | X | X | | | |
| C.5.A.1 Identificación y contratación de personal para la administración. | | | X | X | | | | |
| C.5.A.2 Capacitación de personal clave y operativo. | | | | X | X | | | |
| C.5.A.3 Identificación de clientes potenciales y definición de la demanda de los servicios. | | | | X | X | | | |
| C.5.A.4 Definición de un plan de ventas. | | | | X | X | | | |
| C.5.A.5 Formalización de relaciones de venta de servicios a nivel local y regional. | | | | | X | | | |
| C.5.A.6 Mercadeo y comercialización de servicios a nivel local y nacional. | | | | | X | | | |

Marco Legal de Beneficios de Inversión (Escudos Fiscales)

Decreto Legislativo N° 51 – 2011: Ley para la Promoción y Protección de las inversiones. La ley de Creación del CNI que promueve la atracción, promoción y protección de la inversión, tanto extranjera como nacional., de interés primordial del Estado, debiendo otorgársele todas las facilidades y garantías para fomentar su crecimiento y desarrollo.

En el sector turismo, actualmente, se encuentra en vigencia la Ley del Fomento al Turismo contenida en el Decreto Legislativo Número 58-2017. Conforme lo señala el artículo 1 de la misma, la ley tiene como objeto incentivar y fomentar la industria turística en Honduras, en línea con los impactos esperados e indicadores proyectados por el Programa Nacional de Generación de Empleo y Crecimiento Económico Honduras 2020, contenido en el Decreto No. 36-2016 y con la competencia regional a través de la aplicación de incentivos de segunda generación.

Pueden acogerse a la Ley de Fomento al Turismo, tanto personas naturales como jurídicas, pudiendo calificarse como beneficiarias las empresas relacionadas con (Artículo 3):

1. Servicios de la industria turística (*hoteles, complejos turísticos, time share, entre otros*);
2. Infraestructuras conexas habilitadoras de turismo (*Centro de convenciones, recintos de cruceros, terminales terrestres de transporte, campos de golf, parques temáticos, entre otros*);
3. Inversiones puntuales en turismo (*Reservas biológicas, parques nacionales, monumentos de interés turístico, entre otros*);
4. Actividades turísticas conexas (*Filmación de películas turístico/cultural, eventos artísticos, eventos deportivos, entre otros*);
5. Servicios de oferta turística (*Operadores de turismo receptivo*); y,
6. Servicios turísticos de transporte (*aéreo, acuático, terrestre*).

Las empresas que sean calificadas como beneficiarias de la Ley de Fomento al Turismo por el Instituto Hondureño de Turismo (IHT), gozarán de incentivos fiscales como la exoneración del pago de:

- *Impuesto Sobre la Renta, Impuesto al Activo Neto, y Aportación Solidaria y conexos, por un período de quince (15) años.*
- *Las retenciones del Impuesto Sobre la Renta sobre los pagos de servicios u honorarios contratados con personas naturales o jurídicas nacionales y extranjeras, indispensables para los estudios, instalación, construcción y monitoreo del proyecto hasta por un periodo de cinco (5) años.*

CENTRO DE EXPOSICIONES Y CONVENCIONES

- *Impuesto Sobre Ventas en las compras locales* de bienes y servicios ligados directamente con la construcción, renovación o restauración, nueva infraestructura, inversiones complementarias o nuevas inversiones en la actividad turística por un período de diez (10) años.
- Asimismo, los proyectos gozan de *beneficios fiscales en las importaciones* de maquinaria y equipos necesarios para la construcción y mantenimiento del proyecto. Dentro de estos beneficios, comprende la exoneración del pago de los *Derechos Aduaneros de Importación (DAI)*, *Impuesto Selectivo al Consumo* y demás tributos aduaneros en la importación de los insumos, bienes, materiales, equipos directamente relacionados con el proyecto turístico por un periodo de diez (10) años.

Como principio general, los beneficios de la Ley de Fomento al Turismo van orientados a las personas naturales o jurídicas que se dediquen a servicios y actividades turísticas. Sin embargo, la ley también crea beneficios para inversionistas. Es decir, personas naturales o jurídicas, que no se dedican al rubro del turismo pero que deciden canalizar recursos al mismo (artículo 7, artículo 10).

Asimismo, la Ley de Fomento al Turismo es aplicable para inversiones turísticas nuevas o aquellas inversiones turísticas ya realizadas que hayan sido posteriores al 21 de diciembre del año 2013 (vigencia del Decreto No. 278-2013) o que se trate de mejoras, ampliaciones, renovaciones, u otras por un monto igual o mayor al 35% del valor de la inversión inicial del proyecto turístico.

Una vez reconocida la calificación como beneficiario por parte del Instituto Hondureño de Turismo, los beneficiarios de la Ley de Fomento al Turismo deben tramitar las exoneraciones ante la Secretaría de Finanzas, conforme a lo establecido en el artículo 21 del Código Tributario.

También se encuentran otras leyes que impulsa y beneficia a los inversionistas entre ellas podemos mencionar:

- Ley de Beneficios para proyectos de construcción de viviendas sociales.
- Ley para la promoción y protección de inversiones.
- Ley especial de la reactivación económica mediante el apoyo a micro. Pequeña y mediana empresa.
- Ley de Simplificación de la Administración Tributaria.
- Ley para la Generación de Empleo, fomento a la iniciativa empresarial, formalización de negocios y protección a los derechos de los inversionistas.

- **Reglamento del Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental (SINEIA).**

El Reglamento del Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental (SINEIA), que tiene como objetivos: a) organizar, coordinar y regular el SINEIA, estableciendo los nexos entre la Secretaría de MIAMBIENTE y las entidades de los sectores público, privado nacionales e internacionales; b) asegurar que los planes, políticas, programas y proyectos, instalaciones industriales o cualquier otra actividad pública o privada susceptibles de contaminar o degradar el ambiente, sean sometidos a una evaluación de impacto ambiental a fin de evitar daños significativos, reversibles e irreversibles al ambiente; c) identificar y desarrollar los procedimientos y mecanismos por los cuales el SINEIA y las otras Leyes Sectoriales y Reglamentos en materia ambiental se complementan; d) promover, gestionar y coordinar los procesos para la incorporación del público, organizaciones no gubernamentales, entidades bancarias y empresa privada e instituciones gubernamentales, centrales y locales al SINEIA; y e) aplicar las políticas, normas, procedimientos que actualicen el SINEIA en consonancia con la situación económica, política, social, legal, cultural y ambiental del país. La Dirección General de Evaluación y Control Ambiental (DECA), es la dependencia de MIAMBIENTE, responsable de coordinar el SINEIA.

12 Planteamiento para la sostenibilidad:

La propuesta para la sostenibilidad del proyecto que sea auto sostenible, es decir, buscar ingresos a través de la comercialización, promoción y publicidad de la venta de los servicios a nivel local como nacional e internacional. Es decir que la operatividad del Centro cubra los costos fijos, variables y se tenga un excedente de utilidades.

Colaboradores

CENTRO DE EXPOSICIONES Y CONVENCIONES

| | | |
|------------------------------|----------------------|----------------------------|
| Ingeniero Civil | Zelmar Handres Arita | Consultor Independiente |
| Administrador de Empresas | Wilmer López Handres | Consultor |