



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO

FAREM-CARAZO

Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas

Proyecto de emprendimiento para optar al título de Licenciado en Administración Turística y Hotelera

Tema: Proyectos de graduación con enfoque de emprendimiento.

Subtema: Proyecto de emprendimiento para la Microempresa MG, Centro de Capacitaciones, ubicada en el municipio de Masatepe, departamento de Masaya, durante el segundo semestre del año 2020.

Autores:

- **Br. Gutiérrez Medrano Marvin José**
- **Br. Moraga Navarrete Gabriela Alejandra**

Carné:

16097075

16900684

Tutores: Msc. Tania Mai Yen Mojan Gago

Msc. Ner David Aráuz Carrillo

Jinotepe, Diciembre2020

Dedicatoria

Dedicamos este Proyecto de Graduación principalmente a **Dios** por permitirnos vivir esta experiencia única, por gozar de salud, paciencia y por habernos iluminado con su sabiduría para hacer posible la culminación de esta meta propuesta.

A nuestros **Padres, Hermanos y Familiares** por darnos el apoyo incondicional desde nuestros primeros pasos, por cuidarnos, por su confianza y amor incondicional.

A nuestros tutores **Msc. Tania Mai Yen Mojan Gago** y **Msc. Ner David Aráuz Carrillo**, quienes dispusieron de su tiempo para brindarnos asesoría técnica y sus conocimientos adquiridos a lo largo de su trayectoria profesional, logrando impulsar el desarrollo de nuestra formación, para poder culminar con éxito el informe final de Proyecto de graduación.

A nuestros amigos, **Lic. Vidal del Rosario Duarte**, **Msc. Harlen Montiel**, **Msc. Guillermo Acevedo**, que siempre nos dieron su apoyo incondicional y a aquellas personas que nos apoyaron moral e intelectualmente en situaciones difíciles y de incertidumbre durante nuestra preparación profesional.

Así mismo a la **Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo**, por abrirnos las puertas y ayudarnos a entender lo que en realidad el país necesita; personas con valores y actitudes enfocados a la sociedad, Por habernos forjado no solo como profesionales sino como persona.

Br. Gutiérrez Medrano Marvin José

Br. Moraga Navarrete Gabriela Alejandra

Agradecimiento

A DIOS:

Que nos ha dado la fuerza, fortaleza, y sabiduría, que ha sido nuestro guía en situaciones difíciles y por habernos permitido llegar a culminar nuestro sueño.

A NUESTROS PADRES:

Sr. Saúl Moraga y Sra. Jamilett Medrano, Por apoyarnos incondicionalmente dándonos la confianza a diario, por regalarnos una oportunidad en nuestras vidas de formarnos profesionalmente.

A NUESTROS MAESTROS:

Que nos compartieron su conocimiento, llevándonos de la mano logrando esta fase junto a ellos demostrando los conocimientos adquiridos a lo largo de nuestra formación profesional **Msc. Tania Mai Yen Mojan Gago y Msc. Ner David Aráuz Carrillo**.

Br. Gutiérrez Medrano Marvin José

Br. Moraga Navarrete Gabriela Alejandra



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

09 de Diciembre del año 2020

D.Sc. César Augusto Arévalo Cuadra
Director
Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas
Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo

Estimado Doctor.

Por este medio entregamos formalmente informe de proyecto de graduación, bajo el Tema: **Proyecto de Graduación con enfoque de emprendimiento**, presentado por los bachilleres:

Nº	Apellidos y Nombres	Carné
1	Br. Gutiérrez Medrano Marvin José	16097075
2	Br. Moraga Navarrete Gabriela Alejandra	16090684

Siendo el subtema: Proyecto de emprendimiento para la microempresa MG, Centro de Capacitaciones de Desarrollo Turístico, ubicada en el municipio de Masatepe, departamento de Masaya, durante el segundo semestre del año 2020.


El cual ha cumplido con los requisitos científico-técnicos y metodológicos establecidos de acuerdo a la normativa de modalidad de graduación, proyecto de graduación (Arto. 86 Estructura del Proyecto de Emprendimiento). Este trabajo contribuye a desarrollar habilidades y obtener conocimientos relacionados al perfil de la carrera y sobre todo se ajusta a las exigencias del entorno socioeconómico y laboral actual.

Por tanto, el presente trabajo puede ser defendido de acuerdo a los procedimientos académicos establecidos por la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua, para optar al título de Licenciatura en Administración Turística y Hotelera.

Sin más que agregar, deseando bendiciones a usted y a cada persona que lea este documento; el cual es el resultado de mucho esfuerzo y dedicación.

Atentamente.


MSc. Tania Mai Yen Mojan Gago
Tutor de proyecto de Graduación


MSc. Ner David Aráuz Carrillo
Tutor de proyecto de Graduación

Cc/ Archivo

¡A la libertad por la Universidad!

De la Policía Nacional 2 cuadra al Oeste, Jinotepe, Carazo| Edificio Reynaldo Rosales
Telf.: 2532 2668 / Ext. 7712-7723 | depto.ceconom.faremc@unan.edu.ni | www.faremcCarazo.unan.edu.ni

Resumen

El presente documento consiste en diseñar proyecto de emprendimiento, en base a los cuatro aspectos fundamentales: plan de mercadotecnia, plan técnico, plan de organización y gestión y el plan financiero; estos que hacen referencia para determinar la viabilidad y factibilidad para la invención de la microempresa **MG**, Centro de Capacitaciones dedicada a brindar servicio de capacitaciones en el sector turístico, es notable mencionar que esta microempresa será una oportunidad de desarrollo económico y social del municipio de Masatepe, generando oportunidades de empleo y por supuesto impulso del turismo.

Se realizó el estudio de mercadotecnia que comprende el análisis exhaustivo tanto del comportamiento de la demanda y sus factores determinantes, entre otros. Además, las estimaciones de ventas, estrategias de mercadeo de servicio y un presupuesto de mercadotecnia el cual va ayudar al crecimiento, desarrollo y productividad de la entidad turística.

Se desarrolló el plan técnico el cual se refleja, ubicación y distribución física y las fuentes de los equipos. En el plan de organización y gestión se refleja la parte legal de la microempresa de entidad jurídica y se determinó los gastos administrativos y de venta.

Finalmente se proyectó el estudio financiero se, los estados Financieros correspondientes Balance General, Estado de Resultado y el flujo de caja. Para finalizar se evaluó el análisis de los principales indicadores de rentabilidad Valor Actual Neto (**VAN, C\$ 236,927.36**), Tasa Interna de retorno (**TIR 70.98%**), indicadores empleados para determinar la rentabilidad de la puesta en marcha del Proyecto de emprendimiento.

Índice

1.	Introducción	1
2.	Objetivos del Proyecto	2
2.1	Objetivo General.....	2
2.2	Objetivos Específicos	2
3.	Generalidades Del Proyecto	3
3.1	Solución	3
3.2	Diseño o Modelo en 3D.....	4
3.3	Oportunidad en el Mercado	5
3.4	Propuesta de Valor.....	6
3.4.1	La novedad del proyecto desde la base de la Propiedad Intelectual.	7
4.	Plan de Negocios	11
4.1	Plan de Mercadotecnia.....	11
4.1.1	Ubicación de la Empresa.....	11
4.1.2	Mercado/ Zona Comercial.....	11
4.1.3	Principales Clientes	13
4.1.4	Demanda Insatisfecha.	14
4.1.5	Participación del Mercado.....	17
4.1.6	Precio del Servicio	19
4.1.7	Estimado de Ventas.....	20
4.1.8	Estrategias de Mercado	22
4.2	Plan Técnico	29
4.2.1	Proceso del Servicio.....	29
4.2.2	Proveedores y Condiciones de Compra de los Equipos.....	32
4.2.3	Capital Fijo y Vida Útil del Capital Fijo	36
4.2.4	Mantenimiento y Reparaciones	37
4.2.5	Capacidad Planificada y a Futuro.....	38
4.2.6	Ubicación y Distribución Física de la Planta	38
4.2.7	Materiales e Insumos, su Costo y Disponibilidad.....	39
4.2.8	Mano de obra, su Costo y Disponibilidad.....	40
4.2.9	Gastos Generales del Servicio.....	41

5.	Plan de Organización y Gestión	42
5.1	Marco Legal.....	42
	Misión.....	47
	Visión	47
5.2	Estructura Organizacional	1
	5.2.1 Fichas de Cargo.....	1
5.3	Actividades y Gastos Preliminares	5
5.4	Equipos y Mobiliario de Oficina	5
5.5	Gastos Administrativos.....	6
6.	Plan Financiero.....	7
6.1	Inversión del Proyecto	7
	6.1.1 Activos Fijos.	7
	6.1.2 Activos Intangibles.....	7
	6.1.3 Capital de Trabajo.	8
6.2	Balance de Apertura	9
6.3	Ingresos, Egresos y Costos.	10
	6.3.1 Punto de Equilibrio.....	10
	6.3.2 Presupuesto de Ingresos.	12
	6.3.3 Presupuesto de Egresos.	12
	6.3.4 Estructura de Costo	13
	6.3.5 Flujo de caja	14
	6.3.6 Valor actual neto (VAN).....	15
	6.3.7 Tasa interna de retorno (TIR).....	15
	6.3.8 Período de recuperación de la inversión	16
	6.3.9 Estados Financieros proyectados	16
7.	Cronograma de trabajo	23
8.	Bibliografía.....	27
9.	Anexos.....	28
	Anexo 1 Encuesta	28
	Anexo 2 Cotización Flor de Pochote	31
	Anexo 3 Nómina Mensual	32

Anexo # 4 Cédulas de Costos del Servicio.....	34
---	----

Índice de Tablas

Tabla 1 Entidades Turísticas por Departamento.....	14
Tabla 2 Cálculo Muestral.....	16
Tabla 3 Competencia Indirecta	19
Tabla 4 Necesidades de Capacitación por empresas	23
Tabla 5 Catálogo de Servicios.....	24
Tabla 6 Presupuesto de Mercadotecnia	28
Tabla 7 Proveedores y condiciones de compra de los equipos.	34
Tabla 8 Proveedores de servicio	35
Tabla 9 Proveedores de Materiales e Insumos.	35
Tabla 10 Equipo Fijo y Vida Útil.....	36
Tabla 11 Equipo de Transporte y Vida Útil.....	37
Tabla 12 Mantenimiento Equipo de Transporte	37
Tabla 13 Mantenimiento Equipo y Mobiliario	37
Tabla 14 Capacidad Planificada a Futuro	38
Tabla 15 Compra de Materiales e Insumos del Servicio	40
Tabla 16 Mano de Obra, Costo y Disponibilidad.....	40
Tabla 17 Pagos a Capacitadores Contratados por Capacitación.....	41
Tabla 18 Gastos de Venta.....	41
Tabla 19 Marco Legal	43
Tabla 20 Mano de Obra Requerida	1
Tabla 21 Ficha de Cargo Director	2
Tabla 22 Ficha de Cargo Logística y Venta	3
Tabla 23 Ficha de Cargo de Responsable de Planes de Capacitación	4
Tabla 24 Gastos de Organización	5
Tabla 25 Gastos en Patentes y Licencias	5
Tabla 26 Equipo de Oficina y Vida Útil	6
Tabla 27 Gastos Administrativo	6
Tabla 28 Activos Fijos	7
Tabla 29 Activos Diferidos.....	8
Tabla 30 Capital de Trabajo.....	8
Tabla 31 Balance de Apertura	9
Tabla 32 Punto de Equilibrio	11
Tabla 33 Presupuestos de Ingresos.....	12
Tabla 34 Presupuesto de Egresos.....	12
Tabla 35 Estructura de Costos.....	13
Tabla 36 Flujo de Caja	14
Tabla 37 Valor Actual Neto (VAN)	15

Tabla 38 Tasa de Retorno (TIR)	15
Tabla 39 Estados de Resultados Proyectados	17
Tabla 40 Balance General Proyectado	18
Tabla 41 Flujo de Caja Proyectado	20

Índice de Gráficos

Gráfico 1 Cotizan a INATEC.....	14
Gráfico 2 Precio del Servicio	19
Gráfico 3 Frecuencia de Capacitación.	21
Gráfico 4 Estimación de Ventas.....	22
Gráfico 5 Flujograma del Proceso.....	31
Gráfico 6 Punto de Equilibrio	11

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Logo de MG Centro de Capacitaciones.	4
Ilustración 2 Mercado/Zona Comercial.....	11
Ilustración 3 Macro localización	12
Ilustración 4 Micro Localización	13
Ilustración 5 Distribución Física de Oficinas	38
Ilustración 6 Distribución plaza Veracruz.....	39
Ilustración 7 Estructura Organizacional	1
Ilustración 8 Formula Punto de Equilibrio	10

1. Introducción

El emprendimiento se refiere etimológicamente a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta, aunque en la actualidad se limita su uso para referirse a una nueva empresa o proyecto que inicia una persona o un grupo de personas, el emprendedor persigue la oportunidad, se compromete rápidamente, está dispuesto al cambio y se responsabiliza ante diferentes escenarios que permite a quienes ponen en marcha dichas tareas, mantenerse a niveles de sostenibilidad y rentabilidad exitosa (Raffino, 2020).

La capacitación es una herramienta útil que puede llevar a un empleado en una posición en la que pueda hacer su trabajo de una manera correcta y efectiva, podemos definir la capacitación como el procedimiento organizado por el cual las personas adquieren conocimientos y habilidades para un propósito definido, es un proceso de aprendizaje a corto tiempo y su importancia radica en que ayuda a mejorar la competencia de los empleados, como la mejora en la eficiencia, el desarrollo de la autoconfianza y ayuda a todos en la autogestión (Seminario, 2020).

El presente trabajo tiene como propósito fundamental contar con información relevante y suficiente para diseñar el proyecto de emprendimiento para la Microempresa **MG**, Centro de Capacitaciones, ubicada en el municipio de Masatepe, departamento de Masaya, durante el segundo semestre del año 2020.

Durante el desarrollo del trabajo se utilizaron técnicas metodológicas para recopilar datos de información partiendo de una muestra poblacional, apoyados en un diseño colateral para la recopilación de información. Cabe mencionar que también se involucran métodos cuantitativos que permiten procesar la información.

Todo este contenido se desarrolla a partir de etapas que constituyen el proceso a seguir, para poder conocer la viabilidad y rentabilidad de cualquier proyecto de emprendimiento, entre las etapas que se desarrollan esta: plan de mercadotecnia, plan técnico, plan de organización y gestión y plan financiero.

2. Objetivos del Proyecto

2.1 Objetivo General

Diseñar proyecto de emprendimiento para la Microempresa **MG**, Centro de Capacitaciones, ubicada en el municipio de Masatepe, departamento de Masaya, durante el segundo semestre del año 2020.

2.2 Objetivos Específicos

- Identificar los aspectos mercadológicos que permita a la microempresa **MG**, Centro de Capacitaciones, posicionarse en el mercado de capacitaciones a empresas del sector turístico ubicadas en la cuarta región de Nicaragua.
- Determinar el proceso del servicio que brindara el Centro **MG** para la Capacitación de desarrollo al personal de las empresas del sector turístico de la cuarta región de Nicaragua.
- Establecer los aspectos legales y organizacionales de la microempresa **MG** Centro de Capacitaciones.
- Presentar plan financiero para la evaluación de la rentabilidad y viabilidad de la microempresa **MG** Centro de Capacitaciones.

3. Generalidades Del Proyecto

3.1 Solución

Nuestra empresa es un centro que brindará capacitaciones a las entidades del sector turístico que pagan el aporte del 2% a INATEC (Instituto Nacional Tecnológico), entendiéndose, que nuestros recursos financieros serán captados o recibidos de dicha institución (Pago). Nuestro servicio estará dirigido principalmente a los propietarios y colaboradores de las entidades turísticas existentes en la cuarta región del país.

Se tendrá un local lo suficientemente adecuado para realizar las gestiones administrativas, ubicado en un punto estratégico en el municipio de Masatepe, con un alcance de las empresas de entidad turística ubicadas en la cuarta región del país (Masaya, Granada, Carazo y Rivas), dar a nuestros clientes una visión de lo que significa estar capacitados y poder ser competentes para el desarrollo turístico de sus empresas.

MG centro de capacitaciones, como se ha decidido llamar a la empresa, promete tener un alcance donde los trabajadores de las empresas estén mejor preparados para hacer frente de manera constante y exitosa al mundo laboral, donde la calidad de nuestro servicio a ofrecer haga que el desempeño de los colaboradores de las entidades incremente con el objetivo de proporcionar conocimientos y habilidades que necesitan en sus puestos actuales.

Bajo las consideraciones descritas, por el grado de importancia del estudio, se puede afirmar que nuestro plan de negocios, estructuralmente se desarrolla siguiendo una metodología pertinente, que conlleva la evaluación de los principales aspectos de una idea de emprendimiento. Siendo este un estudio de carácter exploratorio con el propósito de conocer la viabilidad comercial y rentabilidad económica de llevar a cabo este proyecto.

3.2 Diseño o Modelo en 3D

Logo:



Ilustración 1 Logo de MG Centro de Capacitaciones.

El logo está compuesto de una figura geométrica como el triángulo y su enfoque es soporte, crecimiento, eficiencia y profesionalismo, de igual manera este engloba la parte de tres edificios que representa a dos personas o socios que lideran el centro de capacitaciones y el tercero las personas a capacitar.

Lema:

"Capacita tu mente, Desarrolla tus Habilidades y Competencias".

Un lema comercial es un signo distintivo, consistente, en una palabra, frase o leyenda que se utiliza como complemento de una marca para reforzar su recordación, es lo que se conoce comúnmente como slogan.

Nuestro slogan refleja lo que hacemos y nos diferencia de otras compañías o industrias, indica características especiales de **MG** Centro de Capacitaciones, es corto, con palabras claves y se puede utilizar en una variedad de medios de comunicación.

3.3 Oportunidad en el Mercado

Nicaragua es un país en pleno desarrollo turístico, en lo últimos años el turismo ha sido una de las industrias más demandadas en el país, probablemente haya pocas zonas en el mundo que ofrezcan tanto en tan poco espacio como en Centroamérica, y Nicaragua no es una excepción.

Y aunque el país se ha visto afectado por los acontecimientos, socioeconómicos y políticos ocurridos en los dos últimos años, incluyendo la pandemia del COVID-19, el turismo ha logrado sorprendentemente ir incrementando a tal manera que es cada vez mayor el trabajo en la industria.

Hoy en día los establecimientos turísticos en el país están demandando cada vez el ser capacitados, pues algunos tienen deficiencia en su personal la mayoría hace contratos verbales y los colaboradores no son permanentes, siendo esta una gran debilidad.

La mayoría de las entidades turísticas, Restaurantes, Hoteles, Centros Recreativos, Moteles, Cafés, etc. Son aportantes del 2% a INATEC, pero en su mayoría desconocen sus derechos al cotizar, y por diferentes situaciones como por falta de conocimiento de los procesos de solicitud, falta de tiempo o no necesidad, no hacen uso de este aporte.

Por ende, para la empresa **MG** centro de capacitaciones es sumamente importante que el rubro turístico sea cada vez más amplio, puesto que, por estar destinada a brindar capacitaciones de desarrollo a entidades turísticas, las oportunidades de crecimiento para la empresa son sumamente positivas.

MG tendrá su sede en el departamento de Masaya, y en los primeros 5 años, operará en la cuarta región de Nicaragua, no obstante, pretende tener un alcance en 7 años a nivel nacional, contando con una oferta amplia en los temas de capacitaciones, logrando abarcar todas las áreas turísticas que tienen necesidades de capacitación.

3.4 Propuesta de Valor

MG es un centro de capacitaciones dirigido específicamente a empresas del rubro turístico que paguen el 2% de INATEC, su principal objetivo es llegar a estas instituciones para que sus colaboradores desarrollen sus conocimientos y habilidades en las diferentes áreas que tienen las entidades turísticas, los meseros, cajeros en un restaurante, los camareros y recepcionistas en un hotel o motel, los bartenders en un bar y todos los colaboradores en sus puestos laborales, al brindarles capacitaciones de desarrollo en todas estas áreas, de sus productos turísticos, planes de Marketing de productos y servicios turísticos, Plataformas digitales, Finanzas, Administración, entre otros, para cubrir las necesidades de dichas empresas.

Nuestra principal meta es dirigirnos a aquellas empresas turísticas que pagan el 2% de INATEC, que es el derecho a ser capacitadas, pero que, por la baja cantidad de su personal, no pueden optar a este derecho. Implementando así una estrategia de unificar a estas pequeñas empresas capacitarlas y lograr satisfacer todas sus necesidades.

Orientados a entregar un nivel de calidad superior con las estrategias del servicio utilizadas, que garanticen la eficiencia y eficacia del servicio de capacitación, optimizando su tiempo y esfuerzo.

Ofreceremos a estas empresas salir de su zona de confort, no capacitarlas a como se hace eventualmente, dentro de cuatro paredes, nuestro objetivo es brindar las capacitaciones a campo abierto, para que los capacitados experimenten lo que es hacer turismo siendo protagonistas, para luego saber cómo vender el producto o servicio de su respectiva entidad turística.

De manera innovadora se pretende capacitar a todos los colaboradores de dichas entidades, siempre estamos expuestos a cambios en el entorno laboral, por lo cual el aprender, siempre es adquirir o reforzar nuestros conocimientos, Nunca se deja de Aprender.

3.4.1 La novedad del proyecto desde la base de la Propiedad Intelectual.

La solicitud de Registro de una Marca, Nombre Comercial, Emblema o Señal de Propaganda y cualquier otra solicitud.

Se presenta ante la Secretaría del Registro de la Propiedad Intelectual, en el Formulario correspondiente, todo de conformidad con el Artículo 9 de la Ley 380 Ley de Marcas y otros signos distintivos:

Este formulario debe incluir:

1. Nombre y dirección del solicitante
2. Lugar de Constitución de domicilio del solicitante, cuando fuese una persona jurídica.
3. Nombre del representante legal cuando fuese el caso.
4. Nombre y dirección del Apoderado en el país, cuando se hubiera designado.
5. Denominación de la Marca o Nombre Comercial, cuyo registro se solicita, si fuese denominativa sin grafía, forma ni color especial.
6. Etiquetas con la reproducción de la marca, emblema o Señal de Publicidad, cuando tuviera grafía, forma o colores especiales, o fuese figurativa, mixta o tridimensional con o sin color.
7. Señalar si el interesado reivindica derecho de prioridad.
8. Una lista de productos o servicios para los cuales se desea registrar la marca, agrupados por clases conforme a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios. En caso de ser Nombre Comercial o Emblema el giro de actividades de la Empresa o Establecimiento Comercial.
9. La firma del solicitante o de su apoderado.

Adjunto al Formulario correspondiente se debe presentar:

4. El poder para registro de propiedad intelectual, que acredite la representación, cuando el interesado lo hiciere a través de apoderado.

5. En caso de invocar el Artículo 6 Quinquies del Convenio de París, el interesado debe presentar el certificado de registro de la marca en el país de origen, con la respectiva traducción, según el caso.
6. En caso de ser Marca Sonora, acompañar muestra de sonido en soportes de CD o DVD con formato .WAV y representación Gráfica del Sonido.
Comprobante de pago de la tasa establecida.

Examen de Forma

Consiste en la revisión de la solicitud de registro de marca, que cumpla con todos los requisitos establecidos en los Artículos 10 y 11 de la Ley 380, Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos. En caso de observarse alguna omisión o deficiencia, se notificará al solicitante dándole un plazo de dos meses para efectuar la corrección, bajo apercibimiento de considerarse abandonada de pleno derecho la solicitud y archivarse de oficio.

Una vez efectuado el examen de forma satisfactoriamente, el Registro de la Propiedad Intelectual, ordenará se publique la solicitud en La Gaceta Diario Oficial o en el medio de publicación del Registro, por una sola vez, a costa del interesado.

Periodo de Oposición

Cualquier persona interesada podrá presentar Oposición contra el Registro de una Marca, Nombre Comercial, Emblema o Señal de Propaganda dentro del plazo de DOS MESES contados a partir de la publicación de la Solicitud. Esta oposición debe contener los fundamentos de hecho y derechos en que se basa, acompañando u ofreciendo las pruebas que fuesen pertinentes.

En caso de haber vencido este periodo de presentación de oposiciones, y no existir oposición a la solicitud, se autoriza el examen de fondo.

Examen de Fondo

Consiste en verificar que la marca no infrinja ninguna de las prohibiciones contenidas en el artículo 7 e Incisos a), b), y d) del artículo 8 de la Ley 380 Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, por existir ya otorgado algún Registro concedido o solicitado anteriormente en

el país, a favor de otro Titular. Esta verificación se realiza con el auxilio del Sistema Informático y Base de Datos de Marcas concedidas o en trámite de concesión con que cuenta el Registro de la Propiedad Intelectual.

Una vez realizado el examen de fondo el Registro de la Propiedad Intelectual notificará al solicitante o interesado por medio de resolución motivada, la aceptación o negación de la Solicitud.

En caso de negación de la marca, por infringir alguna de las prohibiciones, el Registro de la Propiedad Intelectual, notificará al solicitante indicando las razones de la OBJECCIÓN. Quien tendrá el plazo de dos meses para presentar un Escrito de Contestación de Objeción alegando lo que tuviere a bien en defensa de la Solicitud. En caso de Contestar la Objeción dentro del plazo establecido el Registro denegará la Concesión de la marca mediante Resolución Fundamentada.

En caso de aceptar la solicitud de Registro de Marca, Nombre Comercial, Emblema o Señal de Publicidad, el Registro de la Propiedad Intelectual expedirá un Certificado.

Emisión de Certificado

En este certificado se hace contar la titularidad y vigencia de la marca registrada, el que se publicará en la Gaceta Diario Oficial o en el medio de publicación oficial del Registro de la Propiedad Intelectual, el Certificado debe contener, entre otros, lo siguiente:

- El número de Registro de la Marca, Nombre Comercial, Emblema o Señal de Publicidad.
- La fecha de la Resolución por la cual se concedió el Registro.
- La fecha de Vencimiento del Registro de la Marca, que se determinará a partir de la fecha de resolución por la cual se concedió el Registro de Marca.
- El nombre y la dirección del titular
- El lugar de constitución y domicilio del titular, cuando fuese una persona jurídica, así como el nombre del apoderado en el país, cuando lo hubiera.

- El número y la fecha de la solicitud de Registro de Marca, Nombre Comercial, Emblema o Señal de Publicidad.
- La marca registrada cuando fuese denominativa, sin grafía, forma ni colores especiales.
- Reproducción de la marca registrada cuando fuese denominativa con grafía, forma, colores especiales, figurativa, mixta, tridimensional, con o sin color.
- La lista de los productos y servicios para los cuales se usa o se usara la marca, agrupados por clases conforme a la Clasificación internacional de Productos y Servicios, con indicación del número de cada clase.
- La fecha de inscripción de la marca en el Registro respectivo y la firma autógrafa del Registrador o del Registrador Suplente en su caso, del Secretario, el sello del Registro y Timbres de Ley (MIFIC, s.f.).

4. Plan de Negocios

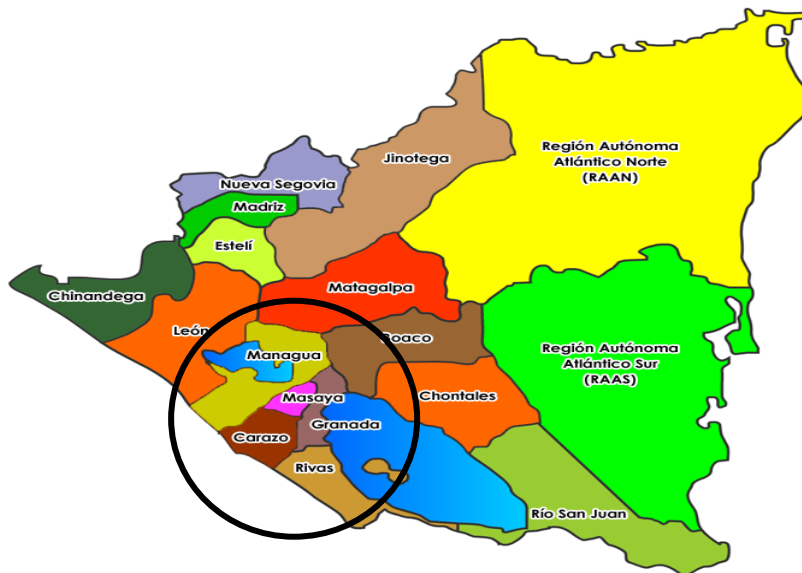
4.1 Plan de Mercadotecnia

4.1.1 Ubicación de la Empresa

MG Centro de Capacitaciones, estará ubicado en el municipio de Masatepe, departamento de Masaya, un municipio con una gran cantidad de establecimientos turísticos, con una oferta variada y con un gran reconocimiento por sus costumbres y tradiciones, en la Plaza Veracruz modulo #8, del Parque Central 1 al Norte y 1 Cuadra ½ al Oeste.

4.1.2 Mercado/ Zona Comercial

El mercado es un conjunto de compradores reales y potenciales de un producto o servicio que comparten una necesidad o deseo particular que pueden satisfacer mediante una relación de intercambio. (Kotler & Armstrong, 2012)



Por su ubicación geográfica su principal zona comercial será la cuarta región del país (Masaya, Granada, Carazo y Rivas).

Ilustración 2 Mercado/Zona Comercial

4.1.2.1 Macro Localización

La localización general de este proyecto de emprendimiento, es decir la zona general en donde se instalará el centro de capacitaciones, es el departamento de Masaya.

El macro entorno está formado por aquellos elementos del mercado que no solo afectan a la organización sino también a todo un mercado, una industria un país como son los factores demográficos, económicos, medioambientales, tecnológicos, políticos, legales, culturales.

La ubicación de lugares estratégicos en el departamento de Masaya, se realizó basado en el análisis de las características que posee el Departamento, identificando los siguientes

aspectos:



Tiene Gran Variedad de Oferta Turística, por ende, el número de entidades de este rubro es mayor en esta zona comercial, los Pueblos Blancos, y su laguna hacen de este lugar paisajístico uno de los atractivos encantadores del país, conocido igualmente por sus costumbres y tradiciones.

Ilustración 3 Macro localización

4.1.2.2 Micro Localización

La Micro empresa **MG** Centro de Capacitaciones, estará ubicada en el municipio de Masatepe. El propósito es incursionar en el mercado de empresas de capacitaciones ofertando un servicio de excelente calidad, con un servicio diferenciado, que permita lograr la aceptación de los clientes.

- 1- Ubicado en zonas céntricas.
- 2- Alto nivel poblacional.
- 3- Transporte colectivo y selectivo.
- 4- Existencia de Establecimientos Turísticos



Ilustración 4 Micro Localización

4.1.3 Principales Clientes

Es importante definir que el segmento de mercado, se basa de acuerdo al método cualitativo como lo es la observación, los principales usuarios serán los propietarios y colaboradores de las entidades turísticas existentes en la cuarta región del país.

Tomando en cuenta diferentes variables de segmentación este proyecto estará dirigido a:

- **Edad:** De todas las Edades
- **Sexo:** Masculino y Femenino
- **Ocupación:** Propietarios y Colaboradores.
- **Servicio:** Dirigido a Empresas del Rubro Turístico que cotizan al INSS, (Instituto Nacional de Seguro Social), puesto que estas pagan el aporte del 2% de INATEC, que es el derecho a ser capacitados.
- **Nacionalidad:** Nacionales y Extranjeros.

4.1.4 Demanda Insatisfecha.

La demanda total del servicio de capacitaciones turísticas está definida en base al número de establecimientos turísticos económicamente activos de la cuarta región de Nicaragua, la cual según estadísticas nacionales brindadas por el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) del año 2019 asciende a 1,819 establecimientos turísticos en la siguiente tabla se distribuirán según el tipo y numero de entidad turística por departamento. En el siguiente grafico se muestra que el 100% de los encuestados dijo cotizar el 2% el derecho a ser capacitados por INATEC.



Gráfico 1 Cotizan a INATEC

Tabla 1 Entidades Turísticas por Departamento

Actividad Turística	Masaya	Granada	Carazo	Rivas
Alimento y bebida	297	169	147	389
Restaurante	118	100	64	130
Cafeterías	45	14	19	34
Bares	123	54	60	223
Centros Recreativos	11	1	4	2
Alojamientos	45	94	28	247
Albergue	17	2		2
Aparta-Hotel		4		
Casa de Huésped	2		1	
Condo Hotel		2		3

Hostal Familiar	16	62	22	189
Hotel	10	24	5	53
Centros de Diversión Nocturna	7	5		
Discotecas	3	1		3
Agencias de Viajes				
Operadoras de Viajes	6	13	2	19
Rent-a-car				
Emp. Trans. Terrestre y acuático	1	32	1	92
Centros Nocturnos	2			2
Moteles	28	9	18	9
Otros	73	35	4	38
Total	462	358	200	799

Formulas generales para determinar el tamaño de la muestra

La fórmula para **población finita** es la siguiente: (menos de 100,000 habitantes)

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{E^2 (N-1) + Z^2 \times P \times Q} \quad \text{O} \quad n = \frac{N (P) (1-P)}{(N-1) (e^2 / Z^2) + P (1-P)}$$

Donde:

Z = Es el nivel de confianza deseado que en este caso corresponde al 95 % (1.96)

P= Proporción o la probabilidad de que el evento ocurra. (50%)

Q= Es la probabilidad de que el evento no ocurra. (50%)

N= Es el total de la población.

E= Error o diferencia máxima entre la media muestral y la media poblacional, el cual se está dispuesto a aceptar con el nivel de confianza que se ha definido, el error máximo permitido debe ser del 8%

Ejemplo:

$N = 1,819 \quad Z = 1.96, \quad P = 0.50, \quad Q = 0.50, \quad E = 0.05$

$n = \frac{Z^2 PQN}{E^2 (N-1) + Z^2 PQN}$

$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (1,819)}{(0.05)^2 (131) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)} = 1,746.96.6$

$4.5475 + 0.9604$

$n = \frac{1,746,967.6}{4.5475 + 0.9604} = 317,3 = 317 \quad \Rightarrow \quad \text{Este es el total de la muestra.}$

Z	p	q	Error	N	Núm.	Denominador	n	RENDONDEO
1.96	0.5	0.5	0.05	1,819	1746.968	5.5054	317.32	317

Tabla 2 Calculo Muestral

Se realiza el cálculo de la demanda insatisfecha y real con el fin de conocer la oportunidad de mercado que existe. Para la estimación numérica de la demanda potencial existe una fórmula:

DR=DT-Discriminación

Donde:

DR: Demanda Real

DT: Demanda Total

DI: Demanda Insatisfecha

Ejemplo:

DR=1,819- 0

DR=1819

Para Calcular el Porcentaje de la Demanda Insatisfecha que Sera Capacitado por **MG** existe la Formula:

DI: DR-COMPETENCIA

DI: 1,819-0(No hay Competencia)

DI: Nuestra Demanda Insatisfecha son los Mismos 1819 establecimientos turísticos,

Nuestra Capacidad Planificada son de entre 5 a 13 capacitaciones mensuales, en cada capacitación atenderemos a dos empresas por capacitación, obteniendo un total de 26 establecimiento capacitados.

Los 26 establecimiento representan el 1% de la demanda Insatisfecha Calculada.

4.1.5 Participación del Mercado

La participación de mercado es definida como la proporción o (porcentaje) del servicio o producto vendido por un negocio dentro de una región dada; la participación de mercado puede ser expresada en términos de unidades vendidas.

El entorno competitivo, también conocido como la estructura del mercado, es el sistema dinámico en el que la empresa compite, además debe analizar la demanda del mercado y las expectativas y necesidades de diferentes grupos de intereses para ajustar su oferta a estas expectativas de la mejor manera posible.

Competidores Indirectos

Indirectos: Por las características particulares que presenta el servicio de nuestro centro de capacitaciones como lo es la captación de recursos monetarios, nuestra competencia indirecta es el Instituto Nacional de Turismo (INTUR) y La Alcaldías Municipales, a través de las diferentes escuelas de Oficio y INIFOM (Instituto Nicaragüense de Fomento Municipal. En la siguiente tabla se presenta a la empresa, su descripción gráfica y su manera de trabajar con un servicio terciario entre INATEC, y las personas.

En el siguiente gráfico se muestra en qué áreas y porcentajes las empresas han sido atendidas por la demanda indirecta.

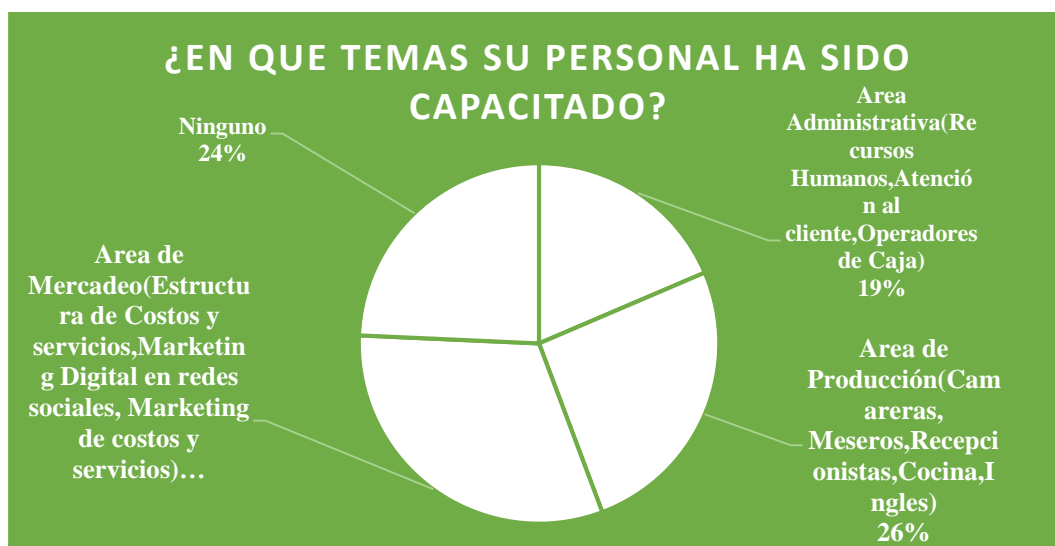


Gráfico 2 Participación del Mercado

Nombre de la Institución	Descripción Grafica	Descripción
INTUR		<p>Es el encargado de dar acompañamiento a las micros, medianas y pequeñas, empresas turísticas, a nivel nacional con el propósito de mejorar la calidad de sus servicios a través del fortalecimiento del talento humano, promoviendo la formación de empresas competitivas y más funcionales, la principal función del departamento es la capacitación del sector a nivel de sensibilización. Capacitaciones: Estrategias de Formación en Conjunto con INATEC.</p>


<p>Alcaldías</p> <p>Escuelas de Oficio</p>		<p>Cabe destacar que las alcaldías brindan cursos de capacitaciones al público en general a través de estas escuelas de oficio, completamente gratuitas, en conjunto con INATEC quien es el organismo encargado de buscar al docente capacitador.</p>
--	---	---

Tabla 3 Competencia Indirecta

4.1.6 Precio del Servicio

El análisis de la oferta, comprendido por los actuales competidores en este mercado o sector comercial, permite determinar la participación en el mercado que constituye el principal indicador de desempeño de una empresa en contraposición a sus competidores.

En este gráfico podemos observar un 100% de aceptación del servicio por los empresarios, lo cual quiere decir que, aunque nuestra competencia indirecta les brinde sus servicios de capacitación, los empresarios estarían dispuestos a capacitarse con nosotros.

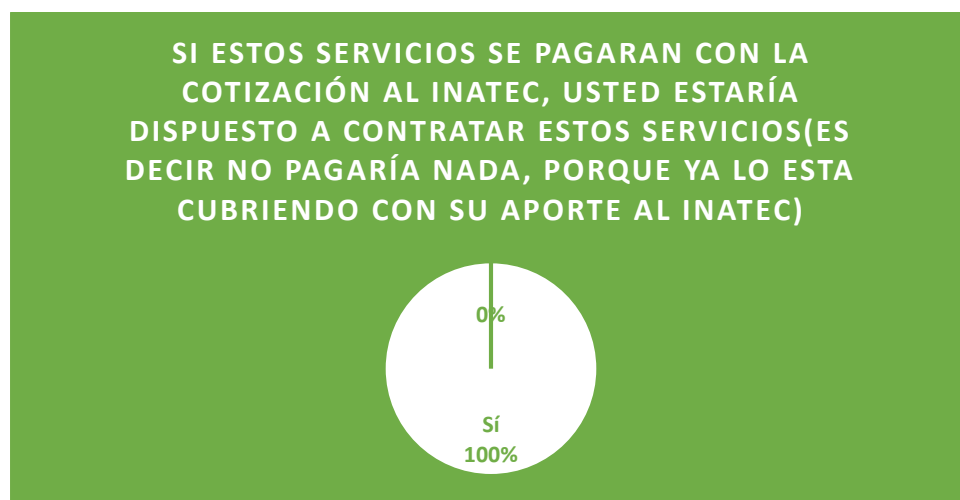


Gráfico 2 Precio del Servicio

MG Centro de Capacitaciones planifica brindar entre 1-2 capacitaciones semanales, y entre 5 a 13 capacitaciones mensuales, esto por motivos de temporadas bajas y altas, dentro de la cuarta región de Nicaragua, cabe mencionar que el precio de capacitación está estipulado por el INATEC, a una cantidad de C\$ 1,000.00 córdobas netos por persona, nuestras capacitaciones están estipuladas con un mínimo de 15 personas, lo cual quiere decir que por una capacitación realizada se recibirán **C\$ 15,000,00** córdobas netos y se gastaran **C\$ 8,680.00** córdobas en cada capacitación, en algunos casos los costos variaran en dependencia al área a capacitar, pues los salarios de los capacitadores varían, la compra de materiales e insumos y pagos de servicios como la renta del local, almuerzos y refrigerios. **Ver Cedula de Costos en Anexo #4.**

4.1.7 Estimado de Ventas

La estimación de ventas es la proyección en el futuro que faciliten la toma de decisiones, **MG** centro de capacitaciones, planifica niveles de venta en 3 diferentes áreas de capacitaciones, área de administración (Recursos Humanos, Atención al Cliente, Operarios de Caja y Finanzas), área de producción (Cocina, Recepcionista, Camarera, Bar, Meseros, Ingles), área de mercadeo (Estructuras de costos de Servicio, Marketing de Productos y Servicios, Marketing Digital en redes sociales), estimando niveles de venta de entre 1-2 capacitaciones semanales, entre 5-13 mensuales y 96 anuales.

En el grafico siguiente se muestra con qué frecuencia las empresas están siendo capacitadas, podemos observar que el 19% fue capacitada hace un mes y que el 27% hace dos meses, pero el restante 54% nunca ha sido capacitados, por lo cual podemos decir que las empresas pueden capacitar a sus colaboradores cada tres meses según sea el área con necesidad de capacitación.

¿CUÁNDO FUE LA ÚLTIMA VEZ QUE SU PERSONAL FUE CAPACITADO POR INATEC?(SI ES NUNCA PASE A LA 8)

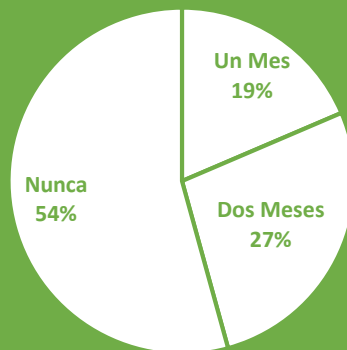


Gráfico 3 Frecuencia de Capacitación.

Estimación de ventas según personal a capacitar y monetarias alcanzables, con base de entre 5-13 capacitaciones mensuales de 15 personas capacitadas como mínimo. Posteriormente se presenta en el siguiente cuadro las estimaciones de venta:

MG Centro de Capacitaciones													
Cédula N° 3 Proyecciones de Ventas en Cantidad de Capacitaciones													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Capacitación área Administrativa	1	2	2	1	3	3	2	2	3	3	2	1	25
Recursos Humanos		1	1		1	1	1		1	1			
Atención al cliente		1	1		1	1		1	1	1	1	1	
Operadores de Caja	1			1	1	1	1	1	1	1	1		
Capacitación en área de producción	3	3	3	3	5	3	3	3	3	5	3	3	40
Camareras		1			1		1		1	1	1		
Meseros- Procesos de servicio en Restaurante, Bar y Cafetería.	1			1	1	1				1	1	1	

Recepcionistas		1	1		1		1	1	1	1		1	
Bar tender- Técnicas de Preparación de Bebidas.	1		1		1	1		1		1			
Cocina- Dirección de Alimentos y Bebidas		1		1	1		1		1	1		1	
Ingles	1		1	1		1		1			1		
Capacitación en área Mercadeo	1	2	3	2	5	3	3	3	2	3	3	1	31
Estructura de Costos de servicios		1	1		2	1	1	1		1	1		
Marketing Digital en redes sociales	1		1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	
Marketing de Productos y Servicios		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
Total	5	7	8	6	13	9	8	8	8	11	8	5	96

Gráfico 4 Estimación de Ventas

4.1.8 Estrategias de Mercado

Estas 7Ps, nos permite diagnosticar la situación actual o futura de un negocio, de una empresa para la toma de decisiones y crear estrategias efectivas, y también nos sirven para analizar a la competencia (Arias, 2020).

Producto o Servicio

Los servicios son una forma de producto que consiste en actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en venta, y que son esencialmente intangibles y no tienen como resultado la propiedad de algo, es decir que se presenta como una mezcla de variables dirigidas al consumidor de acuerdo a sus gustos y preferencias.

MG Centro de Capacitaciones, ofertará a las entidades turísticas de la cuarta región de Nicaragua, el servicio de capacitaciones en todas las áreas requeridas según sus diferentes necesidades, el cual se identificará como anteriormente lo dijimos por ciertas particularidades, las capacitaciones serán brindadas en centros turísticos, con un mínimo de 15 personas por capacitación, y se crearan grupos con diferentes empresas que tengan pocos colaboradores pero que cotizan al INATEC.

Para identificar la necesidad de capacitación en las empresas del sector turístico, se ha tomado como base la encuesta aplicada, obteniendo como resultado que las entidades de la cuarta región de Nicaragua tienen más necesidades de capacitación en las áreas de mercadeo.

Tabla 4 Necesidades de Capacitación por empresas

Líneas de Capacitación	Cantidad de Encuestados	Cantidad de Empresa Representadas	Porcentajes
Área Administrativa(Recursos Humanos, Atención al cliente, Operadores de Caja)	12	311	17.1%
Área de Producción(Camareras, Meseros, Recepcionistas, Cocina, Ingles)	28	727	40.0%
Área de Mercadeo(Estructura de Costos de servicios, Marketing Digital en redes sociales, Marketing de Productos y servicios)	30	781	42.9%
Total	70	1,819	100%

Alineando estos resultados se fortalecerá el catálogo de servicios de la empresa en los siguientes planes de capacitaciones.

Plan de Capacitación	Duración de la capacitación
MG Cetro de Capacitaciones	
Área de Mercadeo	
Estructura de Costos de servicios	8 horas de duración
Marketing Digital en redes sociales	8 horas de duración
Marketing de Productos y Servicios	8-16 Horas de duración
Área de Producción	
Camareras	8 horas de duración
Meseros- Procesos de servicio en Restaurante, Bar y Cafetería.	8 horas de duración
Recepcionistas	8 horas de duración
Bar tender- Técnicas de Preparación de Bebidas.	
Cocina- Dirección de Alimentos y Bebidas	8 horas de duración
Ingles	Entre 36-38 horas de duración
Área Administrativa	
Recursos Humanos	8 horas de duración
Atención al cliente	8 horas de duración
Operadores de Caja	8 horas de duración

Tabla 5 Catálogo de Servicios.

Precio

Para MG centro de capacitaciones al brindar un servicio tercerizado, el precio está estipulado por el INATEC, a un valor de C\$ 1,000.00 córdobas netos por persona.

Servicios de capacitaciones	Duración de la capacitación	Precio por Capacitación, con 15 personas.
Área de Mercadeo		
Estructura de Costos y servicios	8 horas de duración	C\$ 15,000.00
Marketing de Productos y Servicios	8 horas de duración	C\$ 15,000.00
Marketing Digital en redes sociales	8 horas de duración	C\$ 15,000.00
Área de Producción		
Camareras	8 horas de duración	C\$ 15,000.00
Meseros- Procesos de servicio en Restaurante, Bar y Cafetería.	8 horas de duración	C\$ 15,000.00
Recepcionistas	8 horas de duración	C\$ 15,000.00
Bar tender- Técnicas de Preparación de Bebidas.	8 horas de duración	C\$ 15,000.00
Cocina- Dirección de Alimentos y Bebidas	8 horas de duración	C\$ 15,000.00
Ingles	Entre 32-46 horas de duración	C\$ 15,000.00
Área Administrativa	8 horas de duración	C\$ 15,000.00
Recursos Humanos	8 horas de duración	C\$ 15,000.00
Atención al cliente	8 horas de duración	C\$ 15,000.00
Operadores de Caja	8 horas de duración	C\$ 15,000.00

Definición del servicio a ofrecer

Nuestro servicio serán los seminarios de capacitaciones, con una duración de 8 horas, según INATEC.

Plaza

La plaza o conocida como Distribución incluye todas las actividades del centro que ponen el servicio a disposición del cliente final para su consumo, siendo así el canal de distribución entre el fabricante del servicio a ofrecer y el consumidor, garantizando que el producto o servicio llegue al lugar y momento adecuado.

Nuestra plaza principal será nuestra oficina donde desarrollaremos nuestras funciones empresariales, y donde se encontrarán las personas que se encargaran de que el desarrollo de la misma sea excelente, serán nuestros capacitadores, quienes tendrán que cumplir y organizarse de manera excelente para que nuestros capacitados crezcan cada día más en su entorno laboral y de establecer alianzas estratégicas con empresas del sector turístico.

Nuestro otro canal de distribución que pondrá a disposición de toda nuestra clientela el servicio final, será nuestro agente o promotor de venta que llevaran la oferta de capacitación del centro a todas las puertas de las entidades turísticas o, mejor dicho, la persona que tendrá como función ir a buscar las capacitaciones que deseen nuestros clientes desde la comodidad de su empresa.

Promoción

Es una herramienta o conjunto de técnicas que se confirman una de las variables controlables de la mercadotecnia cuyo objetivo es promocionar el servicio mediante venta personales dando así una publicidad, relaciones públicas y propaganda para dar a conocer y al mismo tiempo la necesidad de captar la atención a la población para que hagan parte del consumo.

La publicidad en Internet (Facebook y WhatsApp) ha incorporado nuevas plataformas y oportunidades de negocio para las empresas y marcas, existen muchos tipos de canales publicitarios en internet, según los últimos estudios el más usado por las marcas es la publicidad en las búsquedas, pero ha ganado presencia en los planes de las empresas la

publicidad en redes sociales. Por ende, ésta sería una de las plataformas principales para la promoción de nuestro servicio.

Según los mejores mercadólogos de nuestros tiempos, la mejor publicidad además de la más antigua es la, que se realiza boca a boca. Además de esto, es la más difícil, puesto que las personas que la realizan o mejor dicho las personas que nos recomiendan, por así decirlo, no lo hacen sin antes recibir un servicio y dar un dictamen de si el servicio en realidad es bueno o malo, tan, así como para poner en riesgo su opinión ante la de otra persona que anhela conocer una opinión sobre lo que hacemos.

Personas

A la hora de realizar ventas de cualquier tipo, el objetivo son las personas, ya que ellos son los clientes potenciales, en base a ello la experiencia del usuario debe de ser prioridad para realmente alcanzar el éxito, por ello para MG centro de capacitaciones planea dar a sus clientes tratos personalizados, en cada una de las capacitaciones a través de los juegos corporales y de conocimiento entre cada protagonista, lograr que se involucren emocionalmente y lograr cubrir las necesidades insatisfechas de cada colaborador. Todas las personas que trabajan en una empresa deben unificar sus esfuerzos para brindar el mejor servicio por que el cliente es la razón de ser.

Procesos:

Los procesos se refieren a todas las actividades que realiza la empresa para mantener una estrecha relación con sus clientes. **MG** centro de capacitaciones debe dar un mejor seguimiento a sus clientes en todas las etapas en las que tengan contacto con la empresa; porque si lo hace bien lograra la fidelización de los clientes, esto se lograra con la buena atención y la comunicación, sobre todo el trato antes y después de haber recibido el servicio de capacitación, se debe conseguir la satisfacción de los clientes a un 100%.

Posicionamiento

El posicionamiento es sinónimo de presencia, la competencia más fuerte dentro del marketing es lograr ocupar un lugar predominante en la mente del consumidor. El

posicionamiento es la forma en como nos ve el consumidor, podemos ser una empresa líder de calidad.

El punto es lograr ocupar un lugar privilegiado en la mente del consumidor, como para que nuestra marca sea recordada, reconocida y preferida. Para conseguir esto el servicio brindado por **MG** centro de capacitaciones tiene que ser excelente para el cliente, desde sus expectativas hasta sus experiencias, el personal altamente especializado y con la característica del servicio único, brindando las capacitaciones a aire libre.

Presupuesto de Mercadotecnia

Publicidad y Propaganda			
Detalle	Precio	Cantidad	Costo
Redes Sociales	Internet		
Spot Publicitario en radio / dos veces al día por una semana	C\$ 1,000.00	1.00	C\$ 1,000.00
Flyers	C\$ 9.00	100.00	C\$ 900.00
Total			C\$1,900.00

Tabla 6 Presupuesto de Mercadotecnia

4.2 Plan Técnico

4.2.1 Proceso del Servicio

Un proceso puede definirse como todo aquello que las organizaciones hacen orientadas al cliente y con el fin de conseguir sus objetivos. Es a través de los procesos que las empresas alcanzan sus objetivos y el talento humano se encamina para lograrlos (Piura, 2018).

Como todo proceso de elaboración de productos y servicios, se debe tener como base los conceptos de calidad, producto y servicio, tanto desde el punto de vista del consumidor como del productor.

Teniendo presente que, para el primero, la calidad se basa en que el producto o servicio cumpla o exceda sus expectativas. Para el productor, se logra cuando el producto o servicio cumple con una serie de estándares y normas que conducen a un funcionamiento efectivo y eficiente.

Como se puede apreciar en el flujograma. El proceso para la capacitación es muy sencillo, primero se tendría que definir el número de colaboradores que la empresa desea capacitar, para lograr esto la empresa deberá enviar un listado con los nombres, cargos, colillas de pago al INATEC, y que clase de capacitación requiere.

Posteriormente se estudiarán los temas a capacitar, se tomará la decisión de donde se llevará a cabo la capacitación según el tema seleccionado, **MG** Centro de Capacitaciones no tiene el inconveniente de realizar las actividades en la empresa a la cual se capacita o en otras instalaciones que cumpla con las características necesarias para la capacitación.

Inmediatamente se dará inicio a las actividades de capacitación, iniciada con teoría y practicas aplicada a sus situaciones reales, siguiendo el siguiente cronograma de trabajo.

Etapa 2- Cronograma de Capacitación ya garantizado el local, el docente especialista, y los materiales para la capacitación.

- 1- Llegar al local y supervisar que todo esté en orden antes que el personal a capacitar.
- 2- Una vez estén todos presentes, hacer una dinámica de presentación para entrar en confianza.
- 3- Según el tema, dar la capacitación según los programas elaborados anteriormente.
- 4- Se dará un refrigerio,
- 5- Hora del almuerzo,
- 6- Hacer dinámica de relajación
- 7- Continuar con las actividades de aprendizaje
- 8- Una vez finalizada la capacitación, dar al personal una hoja de evaluación para conocer su experiencia.
- 9- Palabras de clausura por el director del centro
- 10- Entregar Certificados

Una vez finalizada la capacitación se les entregará sus certificados, se tomarán datos de futuros clientes, se les entregara publicidad con programas de capacitación y se dara fin a la capacitación.

Flujograma de Proceso de Capacitación MG Centro de Capacitaciones.

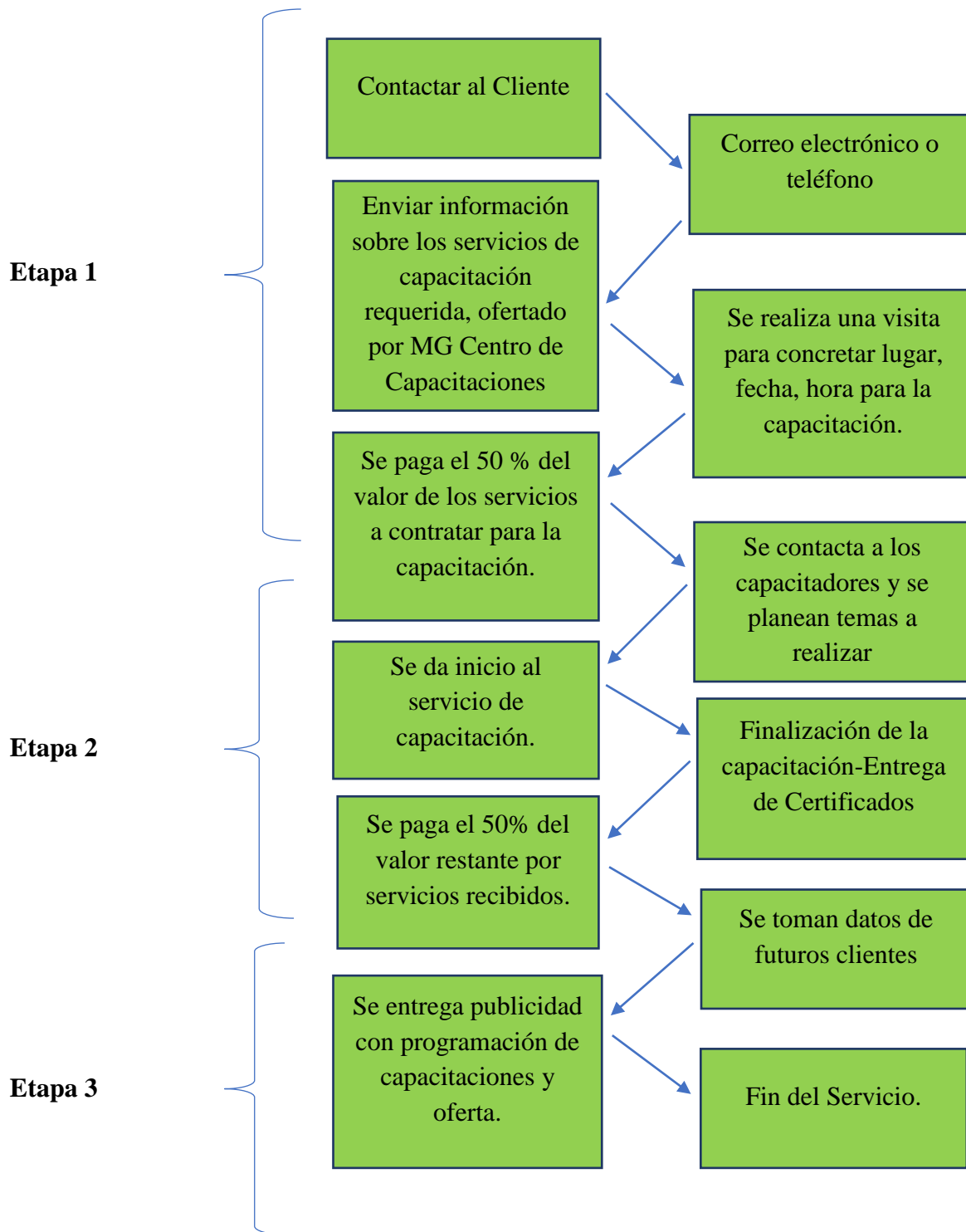


Gráfico 5 de Flujograma del Proceso

4.2.2 Proveedores y Condiciones de Compra de los Equipos

Para que se lleve a cabo el servicio de Capacitación, se necesitaran materiales e insumos para la prestación del servicio.

Cabe destacar que se planea mantener una firma que ayude en la contabilidad y las finanzas de los contratos adquiridos, y empresas de comunicaciones.

En el siguiente cuadro se establece los distintos centros comerciales que proveerán dichos materiales e insumos, para poder llevar a cabo el servicio de capacitación.

Descripción	Medios y equipos	Proveedor	Condición de Compra
Equipos de Oficina Son el conjunto de máquinas y dispositivos necesarios en una oficina, con el principal objetivo de llevar las tareas a cabo, propias de una empresa, para el centro de capacitaciones son necesarios los equipos como la computadora, laptop, impresoras, aire acondicionado, data show entre otros.	Computadora 		Contado
	Laptop 	Gallo más Gallo	Contado
	Impresora 	Gallo más Gallo	Contado
	Aire Acondicionado 	Gallo más Gallo	Contado

	<p>Data Show</p> 		<p>Contado</p>
	<p>Lápiz Laser</p> 	<p>Mercado Oriental</p>	<p>Contado</p>
	<p>Manta para Proyectar</p>	<p>Mercado Oriental</p>	
<p>Equipos de Transporte</p> <p>Para el centro de capacitaciones una moto es indispensable por las gestiones que se requieren hacer fuera de la oficina, es necesaria para visitar los clientes.</p>	<p>Moto</p> 	<p>Gallo más Gallo</p>	<p>Contado</p>
<p>Mobiliario y equipo de Oficina</p> <p>El mobiliario es parte de la oficina física, son todos los enseres y muebles necesarios para el funcionamiento de la misma.</p>	<p>Escritorio</p> 	<p>Gallo más Gallo</p>	<p>Contado</p>




	<p style="text-align: center;">Estante</p> 	<p style="text-align: center;">Mercado Oriental</p>	<p style="text-align: center;">Contado</p>
	<p style="text-align: center;">Sillas</p> 	<p style="text-align: center;">Mercado Oriental</p>	<p style="text-align: center;">Contado</p>
	<p style="text-align: center;">Sillas de Estar-Bancos</p> 	<p style="text-align: center;">Mercado Oriental</p>	<p style="text-align: center;">Contado</p>

Tabla 7 Proveedores y condiciones de compra de los equipos.

Convenio para la prestación del servicio de capacitación.

Proveedores de Servicio	Descripción
	<p>Centro Ecoturístico Flor de Pochote.</p> <p>Ofrece Servicio de alquiler de local, servicio de restaurante, Ranchón para Conferencias y Capacitaciones.</p>

Tabla 8 Proveedores de servicio

Descripción	Descripción Grafica	Proveedor
<p>Rema de Hojas</p> <p>Carpetas personalizadas</p> <p>Lapiceros Personalizados</p>		<p>Gonpe Librerías, Metrocentro segunda planta, Managua-Nicaragua. Tel: 2271-9133</p>
<p>Extensiones Eléctricas de 10 mts</p> <p>Regletas Eléctricas</p>		<p>FERROMAX S.A</p> <p>Km 45 carretera panamericana, contiguo al restaurante Tip-Top. Jinotepe-Carazo.</p> <p>Tel: 25322031-25323884</p>
<p>Bolas de Mecate</p> <p>Pelotas de Plástico cada 4 meses</p>		<p>Managua- Nicaragua.</p>

Tabla 9 Proveedores de Materiales e Insumos.

4.2.3 Capital Fijo y Vida Útil del Capital Fijo

A continuación, se muestra la descripción de los activos fijos requeridos para la apertura de las operaciones de **MG** Centro de Capacitaciones, cuyo propósito es disponer de las instalaciones, medios y equipos necesarios para las capacitaciones. Los equipos necesarios se describen a continuación.

Equipo de Computo						
Descripción	Cantidad	Precio unitario C\$	Costo C\$	Vida útil	Depreciación	
				años	Anual C\$	Mensual C\$
Aire Acondicionado	1	C\$16,995.00	C\$16,995.00	3	C\$5,665.00	C\$472.08
Data Show	1	C\$12,835.30	C\$12,835.30	5	C\$2,567.06	C\$213.92
Impresora	1	C\$7,399.00	C\$7,399.00	3	C\$2,466.33	C\$205.53
Laptop	1	C\$16,599.00	C\$16,599.00	3	C\$5,533.00	C\$461.08
Computadora	1	C\$5,864.30	C\$5,864.30	3	C\$1,954.77	C\$162.90
Lápiz Laser	1	C\$950.00	C\$950.00	1	C\$950.00	C\$79.17
Manta para proyectar	1	C\$696.75	C\$696.75	1	C\$696.75	C\$58.06
Total			C\$61,339.35		C\$19,832.91	C\$1,652.74

Tabla 10 Equipo Fijo y Vida Útil

Equipo de Transporte						
Descripción	Cantidad	Precio unitario C\$	Costo C\$	Vida útil	Depreciación	
				años	Anual C\$	Mensual C\$
Moto	1	C\$48,566.00	C\$48,566.00	3	C\$16,188.67	C\$1,349.06
Total		C\$48,566.00	C\$48,566.00		C\$16,188.67	C\$1,349.06

Tabla 11 Equipo de Transporte y Vida Útil

4.2.4 Mantenimiento y Reparaciones

Se define el mantenimiento como todas las acciones que tiene como objetivo preservar un artículo o restaurarlo a un estado en el cual pueda a cabo sus funciones requeridas, estas acciones incluyen la combinación de las acciones técnicas y administrativas en conjunto (García, Hervás, & Hernández, 2020).

MG Centro de Capacitaciones, planea dar mantenimientos generales, al equipo de cómputo, equipo de oficina y equipo de transporte cada seis meses.

Mantenimientos de Equipo de Transporte			
Descripción	U/M	Cantidad	Costo Mensual
Mantenimiento General	Unid	1.00	C\$ 400.00
Cambio de Aceite	Litro	1.00	C\$ 100.00
Total			C\$ 500.00

Tabla 12 Mantenimiento Equipo de Transporte

Mantenimientos de Equipo y Mobiliario			
Descripción	U/M	Cantidad	Costo Mensual
Mantenimiento General	Unid	1.00	C\$ 400.00
Total			C\$ 400.00

Tabla 13 Mantenimiento Equipo y Mobiliario

4.2.5 Capacidad Planificada y a Futuro

MG Centro de Capacitaciones tendrá entre 5 a 13 capacitaciones mensuales como capacidad planificada, dirigidas a los establecimientos que aportan al INATEC, no obstante, planifica tener un crecimiento del 10% en ventas para los dos años siguientes.

MG Centro de Capacitaciones			
Proyecciones de Ventas en Cantidad de Capacitaciones			
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3
Capacitación Área Administrativa	24	26	29
Capacitación en producción	36	40	44
Capacitación en Mercadeo	36	40	44
Total	96	106	117

Tabla 14 Capacidad Planificada a Futuro

4.2.6 Ubicación y Distribución Física de la Planta

En la siguiente figura se puede observar la distribución física de un modulo en Plaza Veracruz en el municipio de Masatepe, departamento de Masaya, con un espacio de 29 mts², en este espacio se plasma una division de dos cuartos, para la oficina fisica de MG Centro de Capacitaciones, con la distribucion del mobiliario y equipo de oficina necesarios para su funcionamiento.



Ilustración 5 Distribución Física de Oficinas

Distribucion Externa de Plaza Veracruz, Masatepe-Masaya.



Ilustración 6 Distribución plaza Veracruz

4.2.7 Materiales e Insumos, su Costo y Disponibilidad.

En la siguiente tabla se detalla el material e insumos necesarios para brindar el servicio de capacitación. Así mismo se refleja la cantidad requerida, costos unitarios y costos anuales de los mismos.

Estos insumos son necesarios para todas las capacitaciones, se obtendrán en Gonper Librerías, Mercado Oriental y Ferreterías FERROMAX, S.A.

ítem	Detalle	Cantidad	C\$ Costo Unitario	C\$ Costo Anual
1	Resma de Hojas	2 -1	C\$ 138.41	C\$ 2,076.15
2	Carpetas personalizadas	130	C\$ 25.00	C\$ 39,000.00
3	Lapiceros Personalizados	13	C\$ 15.00	C\$ 2,340.00
4	Bolas de Mecate cada 3 meses	1	C\$ 10.00	C\$ 120.00

5	Pelotas de Plástico cada 4 meses	6	C\$ 15.00	C\$ 1,080.00
6	Extensiones Eléctricas de 10 mts cada 6 meses	1	C\$105.00	C\$ 210.00
7	Regletas Eléctricas cada 6 meses	1	C\$ 120.00	C\$ 240.00
	Total			C\$ 45,066.15

Tabla 15 Compra de Materiales e Insumos del Servicio

4.2.8 Mano de obra, su Costo y Disponibilidad.

La mano de obra no solo se define como el esfuerzo físico y mental del trabajador aplicado en el proceso de producción y servicio, sino que se trata de un concepto que debe ser cuantificable, el talento humano que requiere **MG** Centro de Capacitaciones para comenzar sus actividades operativas se presentaran en el siguiente cuadro.

Cabe mencionar que el salario devengado estará por encima al salario mínimo y que la disponibilidad y productividad del personal capacitador será subcontratada.

Se tendrá un responsable de planes de capacitación, este es el encargado de buscar a los capacitadores según el tema a requerir y contratarlos.

Descripción	Cantidad de Pagos	Salario Mensual
Responsable de Planes de Capacitación.	1	C\$ 4,605.42

Tabla 16 Mano de Obra, Costo y Disponibilidad

Pagos a Personal especializado para brindar las capacitaciones.

Descripción	Cantidad de Pagos	Salario Mensual Unitario	Salarios Mensuales
Pago Docente Área de Administración	2	C\$ 4,500.00	C\$ 9,000.00
Pago Docente Área de Producción	3	C\$ 5,000.00	C\$ 15,000.00
Pago Docente Área de Mercadeo	3	C\$ 4,500.00	C\$ 13,500.00

Tabla 17 Pagos a Capacitadores Contratados por Capacitación.

4.2.9 Gastos Generales del Servicio.

Los gastos generales de MG centro de Capacitaciones se distribuyen el de los costos de ventas. Entre los conceptos de gastos generales se encuentran: Salarios, Servicios Básicos divididos en cantidades iguales con gastos de administración, Publicidad y Propaganda entre otros.

Gastos de Venta		
Descripción	Mensual	Anual
Salarios	C\$9,605.42	C\$115,265.04
Vacaciones	C\$800.45	C\$9,605.42
Treceavo mes	C\$800.45	C\$9,605.42
Indemnización	C\$800.45	C\$9,605.42
INSS Patronal	C\$2,065.17	C\$24,781.98
Publicidad y Propaganda	C\$1,900.00	C\$22,800.00
Depreciación equipo de transporte	C\$1,349.06	C\$16,188.67
Mantenimiento de equipo de transporte	C\$500.00	C\$1,000.00
Combustible	C\$500.00	C\$6,000.00
Papelería y útiles de oficina	C\$1,146.37	C\$13,756.38
Limpieza y Materiales de Aseo	C\$435.00	C\$5,220.00
Servicios Básicos		
Alquiler, Luz Eléctrica, Agua, Telefonía Fija e Internet.	C\$3,276.75	C\$39,321.00
Total	C\$7,207.17	C\$273,149.33

Tabla 18 Gastos de Venta

5. Plan de Organización y Gestión

5.1 Marco Legal

En esta parte se determinan aspectos jurídicos y legales bajo los cuales la micro empresa MG centro de capacitaciones, deberá enmarcarse para su funcionamiento, tomando en cuenta los siguientes elementos:

<i>Ley</i>	<i>Articulo</i>	<i>Impacto</i>
Código de trabajo Presentaciones: Salarios Decimotercer mes Vacaciones	Arto: 93- 95 CT	El código laboral funciona como guía para que la micro empresa tenga un impacto positivo, ya que podremos conocer las sanciones por incumplimiento, los tiempos y las cantidades a pagar en los diferentes periodos del año.
Ley de promoción fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME)	Ley N°645	Esta ley es de gran importancia para esta empresa ya que genera beneficios, podrán hacerse trámites ante el MIFIC de manera rápida y ahorrando tiempo y dinero.
Ley orgánica del instituto Nacional (INATEC)	Decreto N° 40-94	Esta ley tiene como objetivo definir las políticas nacionales de formación profesional, ejecuta programas de formación y autoriza la apertura de nuevos centros que se incorporen al sistema de educación técnica.

Ley de marcas y otros signos distintivos.	Ley Nª 380 aprobada el 14 de febrero del 2006	Esta ley es de importancia ya que protege las marcas y otros signos distintivos, lo que quiere decir que otro producto o empresa que quiera hacer usos similares a la marca no podrá hacerlo.
Ley de defensa al consumidor	Arto 1 – 6	Este tiene como objeto garantizar a los consumidores la adquisición de bienes y servicio de calidad, siendo realizados entre dos partes proveedor y consumidor.

Tabla 19 Marco Legal

Procedimientos / Pasos para Formalizar la Micro Empresa:

Personas Jurídicas - Requisitos de Inscripción

Toda Persona Jurídica para efectos de su inscripción debe acudir a la Administración de Renta más cercana al domicilio donde realizara su actividad económica, presentar carta de solicitud de inscripción dirigida al Administrador de Renta y completar el formulario de inscripción proporcionado gratuitamente, adjuntándole los siguientes requisitos (DGI, s.f.):

1. Fotocopia certificada de acta constitutiva y estatus debidamente inscritos en el Registro mercantil.
2. Documentos de identificación del Representante Legal de la persona jurídica que se inscribe, considerando lo siguiente:

Nacionales: Cédula de Identidad Ciudadana, de acuerdo a lo establecido en el literal f) del artículo 4, de la Ley N° 152 Ley de Identificación Ciudadana.

3. Documento que hace constar el domicilio fiscal del Representante Legal y de la Empresa que se inscribe pudiendo ser al menos una de las siguientes facturas de servicios básicos: agua, luz, teléfono o bien el contrato de arriendo del inmueble.
4. En caso de que las facturas mencionadas no estén a nombre del solicitante, debe presentar "Declaración Notarial", indicando las generales de ley (nombre, estado civil, oficio, dirección domiciliar, dirección del negocio o empresa y la dirección para oír notificaciones).
5. Cuando la inscripción es en los Departamentos, Pagar un arancel de:
 - a) C\$500.00 córdobas cuando el monto del capital social sea menor a los cincuenta mil córdobas C\$50,000.00
 - b) El 1% sobre el capital social mayor a los cincuenta mil córdobas netos.

Con estos documentos la DGI le emite su número RUC

Dicho trámite es gratuito en la administración de renta de Masatepe, Masaya.

Administración tributaria Requisitos para matricular negocio

1. Carta de solicitud de inscripción dirigida a la alcaldesa Dra. Geoconda Aguirre Ticay, con los siguientes datos:
 - Nombre del negocio
 - Nombre del dueño del negocio
 - Número de cedula
2. Presentar copia de cedula de identidad
3. Inventario inicial para nueva apertura de actividad.
4. Copia de escritura de constitución estatutos y poder general para las personas jurídicas.

Organización para la Operación.

Para que la Micro empresa pueda constituirse y pueda operar en el municipio de Masatepe es necesario seguir los siguientes pasos que se presentan a continuación:

1. Acta de Constitución de la Sociedad. Para elaborar la constitución de una sociedad se requieren al menos dos socios, ya sea individuos o corporaciones y un capital social mínimo de C\$10,000 (aproximadamente US\$400).
2. El acta de constitución debe ser otorgada y certificada por un notario público nicaragüense.
3. Comprar Libros Contables y Corporativos. Estos libros son requeridos para el registro de la sociedad y pueden ser adquiridos en librerías locales.
4. Presentar Documentos para el Registro Mercantil en la VUI. Estos documentos son recibidos en la VUI y procesados por el Registro Comercial. Requieren un pago del 1% del capital de la empresa y hasta un máximo de C\$30,000 (aproximadamente US\$1,200).
5. Registrarse como mercante y registrar los libros contables. Una vez que el acta de incorporación fue procesada, uno debe registrarse como mercante y registrar los libros contables con el Registro Comercial. Este procedimiento también se realiza en la VUI.
6. Obtener el Documento Único de Registro (DUR). Este procedimiento se puede hacer simultáneamente con el paso anterior. Este documento se llena e introduce en la VUI y con él se obtiene la Licencia Municipal, la Licencia del Instituto Nicaragüense de Seguridad Social (INSS), y el Registro Único de Contribuyente (RUC) de la Dirección General de Ingresos. El DUR requiere el pago del 1% del capital de la empresa.

Requisitos para Apertura de Centros Privados INATEC

Las solicitudes para acreditación de centros de formación profesional privados se formalizan a través de carta de exposición de motivos y deberán cumplir con los siguientes requisitos.

- a) Carta de solicitud dirigida a la persona responsable del departamento de acreditación de centros.
- b) Documento legal de la existencia del centro:
 - Certificado de inscripción de comerciante en el registro público mercantil (original y copia).
 - Acta constitutiva o certificación emitida por el ministerio de gobernación y su publicación en la gaceta.
- c) Si el local es propio se requiere presentar copia del certificado de escritura del bien inmueble y en caso de alquiler copia del contrato de arrendamiento, teniendo como mínimo un año la vigencia del mismo.
- d) Breve descripción del centro, presentación de sus objetivos, ámbito geográfico de acción, organización docente-administrativa y descripción física del local.
- e) La duración de los cursos y especialidades que se ofertan en los centros, se rigen por lo establecido en el departamento de currículum del INATEC.
- f) La duración mínima para la acreditación de seminario de capacitación es de ocho horas.
- g) Currículum Vitae del director y de los docentes/instructores, copia de cedula de identidad, título original o copia certificada, indicando el curso o especialidad que impartirán y una vez que se ha integrado al programa de formación docente, deberá presentar certificado que lo acredita como instructores, otorgado por el INATEC.
- h) Inventario de los medios disponibles para la enseñanza: maquinarias, equipos de oficina, herramientas, instrumentos, mobiliario, equipo de seguridad, medios audiovisuales u otros.
- i) El centro solicitante deberá contar con la infraestructura, ventilación, iluminación y ambientes educativos, adecuados para el desarrollo de las acciones formativas.
- j) Número de empleador y número RUC.
- k) Una vez cumplidos los requisitos antes mencionados, se efectúan visitas de verificación, si el centro cuenta con las condiciones requeridas, se realizará el trámite correspondiente y en término máximo de un mes, se entregará la certificación del acuerdo institucional.

Jornada de Trabajo

La Microempresa **MG** centro de capacitaciones, tendrá establecidas jornadas de lunes a Domingo de 8 horas laborales, partiendo de 8:00 de la mañana a 5:00 de la tarde, con una hora para almorzar de 12:00 pm a 1:00 pm continuar con su jornada laboral, pero con derecho a un día libre a la semana.

Prestaciones sociales que tendrán los trabajadores de la Microempresa MG centro de capacitaciones.

Las prestaciones sociales conforme a la ley del código de trabajo. Las cuales son las siguientes:

- Salario: El salario de los trabajadores de la pequeña empresa será igual al salario mínimo que establezca la comisión del salarial mínimo para la Micro empresa.
- Vacaciones: Cada Colaborador tendrán derecho a 15 días de vacaciones por cada seis meses de trabajo.

Misión:

La Misión empresarial es el motivo de la existencia de MG Centro de Capacitaciones y la que orienta sus actividades.

“Brindarles a nuestros clientes servicios especializados de capacitaciones que les permitan ser más competitivos en el entorno laboral, con el objetivo que desarrollen sus habilidades y competencias”.

Visión:

Ser reconocidos por excelencia en la prestación de servicios de capacitación a nivel regional, mediante la personalización en el servicio, manteniendo un soporte humano para brindar un servicio de calidad y aportar al desarrollo del sector turístico.

Valores:

- Honestidad
- Responsabilidad
- Lealtad
- Confidencialidad
- Respeto
- Paciencia

5.2 Estructura Organizacional

El Centro de Capacitaciones, organizativamente presenta una estructura jerárquica de dos niveles; en la parte superior de la misma se encuentra la dirección de empresa, luego logística y promotor de venta, y responsable de capacitaciones.

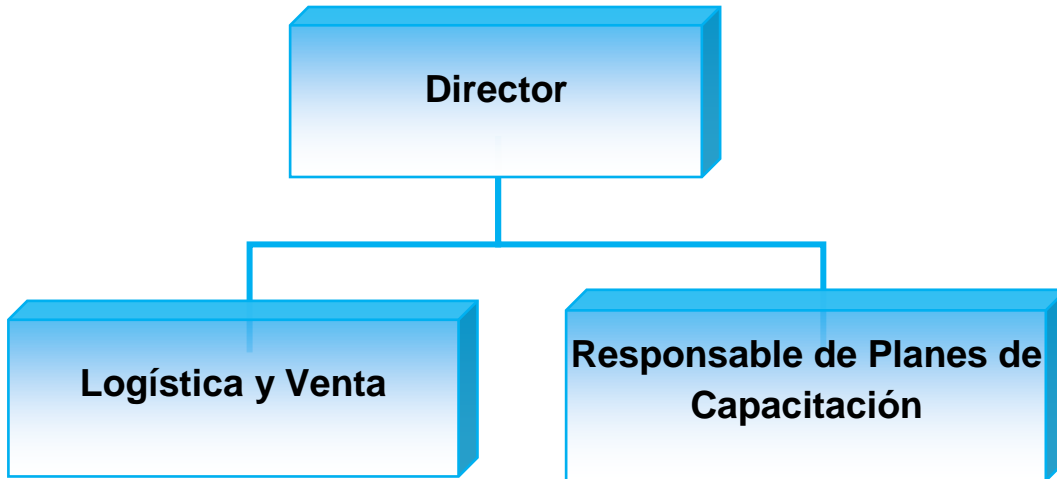


Ilustración 7 Estructura Organizacional

Dado el tamaño del centro, y el tipo de actividad comercial a la cual se orienta el número de mano de obra requerida como personal fijo es reducido; esto con el fin de evitar el aumento o reducción de las utilidades por mano de obra supernumeraria.

Debido el resto del personal serán trabajadores con contratos indefinidos.

Cargo	Cantidad
Director	1
Logística y Venta	1
Responsable de Planes de Capacitación	1

Tabla 20 Mano de Obra Requerida

5.2.1 Fichas de Cargo

Para **MG** centro de capacitaciones, las habilidades y preparación de sus colaboradores son de gran importancia en el desempeño de sus actividades, es por eso que a continuación se describen las funciones, actividades, requisitos, responsabilidades, higiene, y capacidad de los trabajadores.

Ficha de cargo	
Nombre del cargo	Director
Área de desempeño	Oficina General
<p>Director</p> <p>Asesoría General Planificar, dirigir, organizar y controlar las actividades del centro de capacitaciones.</p>	
<p>Objetivo General del Cargo</p> <p>Director: El Director debe ser una persona que maneje el tema turístico, la recreación y la salud, especialista en administración y/o gerencia, con buena capacidad para resolver problemas, además de esto será multifuncional en las áreas que se requiere para empeñar.</p>	
<p>Funciones del cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marcar los objetivos estratégicos a conseguir por el centro de capacitaciones. • Supervisar y coordinar el cumplimiento de las tareas asignadas. • Elabora la planificación semestral de las actividades, fijación de metas y definición de indicadores de control. • Realizar el proceso y gestión de capacitaciones de la empresa. • Supervisa el cumplimiento, normas y procedimientos de los capacitadores, para asegurar la eficiencia del centro. • Garantiza el mantenimiento y la protección de las instalaciones y la preservación de la imagen del centro. • Análisis y aprobación de presupuesto de financieros según su origen. • Mantener el área de trabajo limpia • Revisar la documentación de ingresos costos y gastos que se generan por las diferentes actividades y que sirven de soporte a los registros contables. 	
<p>Requisitos de cargo:</p> <p>Lic. Administración turística y hotelera</p> <p>Lic. Administración de Empresas.</p>	
<p>Conocimientos y/o habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad • Comunicación efectiva • Construcción de relaciones 	
<p>Experiencia laboral: 3 años de experiencia mínima.</p>	

Tabla 21 Ficha de Cargo Director

Ficha de cargo

Nombre del cargo

Logística y Venta

Área de desempeño

Oficina General, Establecimientos turísticos

Objetivo del cargo

Logística: Proveer, localizar y garantizar los mejores locales para brindar los servicios de capacitaciones.

Promotor de Venta: Colocar, promover y promocionar las diferentes ofertas de capacitaciones de MG centro de capacitaciones, apoyar en la consecución de los objetivos del centro, y ser promotores de los diferentes centros turísticos.

Requisitos de Cargo:

- Hacer los contactos con los establecimientos con los requerimientos necesarios para las diferentes capacitaciones.
- Encargarse de garantizar el mejor funcionamiento en conjunto con el administrador del centro.
- Llevar los controles en conjunto con los capacitadores de las fechas de las capacitaciones
- Vehículo propio
- Captar las capacitaciones en los diferentes centros turísticos
- Tener licencia de conducir
- Cumplir las metas propuestas por el centro de capacitaciones

Conocimientos o Habilidades:

Capacidad de comunicación con clientes.

Dominio del Ingles

Responsabilidad

Comunicación efectiva

Construcción de relaciones

Experiencia laboral: 2 años como mínimo.

Formación:

- Lic. Administración de Empresas

Tabla 22 Ficha de Cargo Logística y Venta

Ficha de cargo

Nombre del cargo	Responsable de Planes de Capacitación
Área de desempeño	Oficina General
Objetivo del cargo	Capacitador: Proveer excelentes servicios de capacitaciones en determinadas áreas al personal de las diferentes entidades turísticas, apoyar en la consecución de los objetivos del centro, y buscar a los mejores especialistas para las capacitaciones.
Requisitos de Cargo:	<ul style="list-style-type: none">• Garantizar a los mejores instructores especializados en los diferentes cursos.• Elaborar los cronogramas de capacitaciones• Elaborar los programas de capacitaciones.• Cumplir las metas propuestas por el centro de capacitaciones
Conocimientos o Habilidades:	Fluidez Verbal Responsabilidad Comunicación efectiva Construcción de relaciones con los propietarios y colaboradores
Experiencia laboral:	3 años como mínimo.
Formación:	<ul style="list-style-type: none">• Lic. En Administración Turística y Hotelera• Como mínimo tres cursos o técnicos relacionados con la carrera

Tabla 23 Ficha de Cargo de Responsable de Planes de Capacitación

5.3 Actividades y Gastos Preliminares

Los gastos que se hacen para poner en marcha una micro empresa, dependen de todos los aspectos legales y gastos preliminares en la empresa tales como: inscripción al registro mercantil, pago para la obtención Cédula Ruc, matrícula y permiso municipal entre otros.

Gastos de Organización			
Detalle	Precio	Cantidad	Costo
Matricula en Alcaldía	C\$500.00	1.00	C\$500.00
INATEC	C\$12,141.50	1.00	C\$12,141.50
RUC	C\$0.00	1.00	C\$0.00
DGI-Persona Jurídica	C\$2,250.75	1.00	C\$2,250.75
TOTAL			C\$14,892.25

Tabla 24 Gastos de Organización

Gastos en Patentes y Licencias			
Detalle	Precio	Cantidad	Costo
Registro de Marca, emblemas y logos	C\$3,469.00	1.00	C\$3,469.00
TOTAL			C\$3,469.00

Tabla 25 Gastos en Patentes y Licencias

5.4 Equipos y Mobiliario de Oficina

El mobiliario de oficina son elementos claves para tener un área de trabajo funcional, los muebles cumplen dos funciones importantes, en primero ayudan a los colaboradores a realizar sus funciones profesionales y en segundo reflejan los valores e imagen de la organización. Para **MG** Centro de Capacitaciones las características del mobiliario influyen en el entorno laboral y la productividad

Mobiliario y Equipo de Oficina						
Descripción	Cantidad	Precio unitario C\$	Costo C\$	Vida útil	Depreciación	
				años	Anual C\$	Mensual C\$
Escritorio	2	C\$4,500.00	C\$9,000.00	3	C\$3,000.00	C\$250.00
Estantes	2	C\$3,750.00	C\$7,500.00	5	C\$1,500.00	C\$125.00
Sillas de Estar(Bancos)	1	C\$4,750.00	C\$4,750.00	5	C\$950.00	C\$79.17
Sillas	2	C\$2,000.00	C\$4,000.00	3	C\$1,333.33	C\$111.11
Total		C\$15,000.00	C\$25,250.00		C\$6,783.33	C\$565.28

Tabla 26 Equipo de Oficina y Vida Útil

5.5 Gastos Administrativos

La tabla posterior describe los gastos administrativos de **MG** Centro de Capacitaciones, los cuales ascienden a C\$6,013.98 Córdobas mensual y C\$173,657.80 Córdobas anual, relacionados a egresos de mano de obra, prestaciones sociales y gastos generales administrativos, los servicios básicos están divididos con los gastos de ventas.

Gastos Administrativos		
Descripción	Mensual	Anual
Salarios	C\$5,500.00	C\$66,000.00
Vacaciones	C\$458.33	C\$5,500.00
Treceavo mes	C\$458.33	C\$5,500.00
Indemnización	C\$458.33	C\$5,500.00
INSS Patronal	C\$1,182.50	C\$14,190.00
Mantenimiento de Mobiliario	C\$400.00	C\$800.00
Amortizaciones	C\$590.59	C\$7,087.08
Depreciación	C\$565.28	C\$6,783.33
Papelería y útiles de oficina	C\$1,146.37	C\$13,756.38
Limpieza y Materiales de aseo	C\$435.00	C\$5,220.00
Servicios Básicos Alquiler, Luz Eléctrica, Agua, Telefonía Fija e Internet.	C\$3,276.75	C\$38,321.00
Total	C\$6,013.98	C\$173,657.80

Tabla 27 Gastos Administrativo

6. Plan Financiero

6.1 Inversión del Proyecto

6.1.1 Activos Fijos.

Los activos fijos, también definidos como activos tangibles; representan para **MG** Centro de Capacitaciones, el conjunto de medios y equipos físicos necesarios para el desarrollo de sus actividades productivas, adquiridos como parte de la inversión inicial.

El total de activos fijos asciende a un monto de **C\$135,155.35** córdobas que representa un 57% del monto de inversión total; considerado el porcentaje más significativo de inversión.

Este se compone por inversión en: Mobiliario y equipo de oficina, Equipo de Cómputo y Equipo de Transporte.

MG centro de Capacitaciones	
Plan de Inversión	
Descripción	Total
Inversión Fija	
Mobiliario y Equipo de Oficina	C\$ 25,250.00
Equipo de Transporte	C\$ 48,566.00
Equipo de Cómputo	C\$ 61,339.35
Sub total Inversión Fija	C\$ 135,155.35

Tabla 28 Activos Fijos

6.1.2 Activos Intangibles.

Los activos intangibles, también definidos como activos diferidos; representan para **MG** Centro de Capacitaciones, un sinnúmero de trámites y gestiones necesarios para el desarrollo de sus actividades productivas, particularmente de forma organizativa, marcas y patentes y gastos publicitarios.

El total de activos intangibles asciende a un total de **C\$ 21,261.25** córdobas que representa un 9% del monto de inversión total.

MG centro de Capacitaciones	
Plan de Inversión	
Inversión Diferida	
Gastos Organización	C\$ 14,892.25
Investigación y Desarrollo	C\$ 1,000.00
Gastos en Patentes y Licencias	C\$ 3,469.00
Publicidad y Propaganda	C\$ 1,900.00
Sub total Inversión Diferida	C\$ 21,261.25

Tabla 29 Activos Diferidos

6.1.3 Capital de Trabajo.

El capital de trabajo representa el monto de capital efectivo, requerido para que **MG** Centro de Capacitaciones, ejerza sus funciones sin que presente ningún inconveniente de tipo monetario, hasta que el servicio, tenga la capacidad de cubrir todos sus egresos; costos de producción, gastos administrativos y gastos de venta.

El total de capital de trabajo asciende a un total de **C\$ 79,694.05** córdobas que representa un 34% del monto de inversión total.

MG centro de Capacitaciones	
Plan de Inversión	
Capital de Trabajo	
Materiales e Insumos(3 Meses)	C\$ 11,413.64
Sueldos y Salarios (3 meses)	C\$ 45,316.26
Seguro Social (Aporte Patronal, 3 meses)	C\$ 9,743.00
Gastos Administrativo	C\$ 6,013.98
Gastos de Venta	C\$ 7,207.17
Sub total Capital de Trabajo	C\$ 79,694.05

Tabla 30 Capital de Trabajo

6.2 Balance de Apertura

El balance de apertura fija la situación desde la que comienza la empresa para continuar con su actividad al inicio del ejercicio.

MG Centro de Capacitaciones			
Balance de Apertura			
Al 31 de Diciembre del 2021			
Expresado en Córdoba			
<u>Activos</u>			
Corriente			
Efectivo en Caja y Banco	C\$ 79,694.05		
Sub total Activo Corriente		C\$ 79,694.05	
No Corriente			
Mobiliario y Equipo de Oficina	C\$ 25,250.00		
Equipo de transporte	C\$ 48,566.00		
Equipo de cómputo	C\$ 61,339.35		
Sub total No Corriente		C\$ 135,155.35	
Otros Activos			
Gastos Organización	C\$ 14,892.25		
Investigación y Desarrollo	C\$ 1,000.00		
Gastos en Patentes y Licencias	C\$ 3,469.00		
Publicidad y Propaganda	C\$ 1,900.00		
Sub total Otros Activos		C\$ 21,261.25	
Total Activos			C\$ 236,110.65
<u>Pasivo</u>			
Corriente			
Proveedores			
Total Pasivos			
<u>Patrimonio</u>			
Capital Contable	C\$ 236,110.65		
Total Patrimonio		C\$ 236,110.65	
Total Pasivo más capital			C\$ 236,110.65

Tabla 31 Balance de Apertura

6.3 Ingresos, Egresos y Costos.

Ingresos son incrementos en los beneficios económicos producidos a lo largo del periodo contables o bien decrementos de los pasivos, que dan como resultados aumentos del patrimonio, y no están relacionados con las aportaciones de los propietarios a este patrimonio (Melara, 2019). Costos son la salida de dinero que se utilizan en aspectos directamente vinculados con la producción de los bienes o servicios.

Gastos son los decrementos en los beneficios económicos producidos a lo largo del periodo contable, en forma de salidas o disminuciones del valor de los activos, o bien por la generación aumento de los pasivos que dan como resultado decrementos en el patrimonio.

6.3.1 Punto de Equilibrio

Económicamente el punto de equilibrio, es el momento en el cual la empresa producto de sus operaciones no obtiene ni beneficio, ni pérdidas; es decir sus ingresos son iguales a sus egresos ($\text{Ingresos} - \text{Egresos} = 0$). Por tanto, lo más conveniente para la empresa, es incrementar sus ingresos por ventas por encima de este nivel, de otra manera estaría incurriendo en pérdidas.

$$\text{Punto de Equilibrio Global} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ventas Netas}}}$$

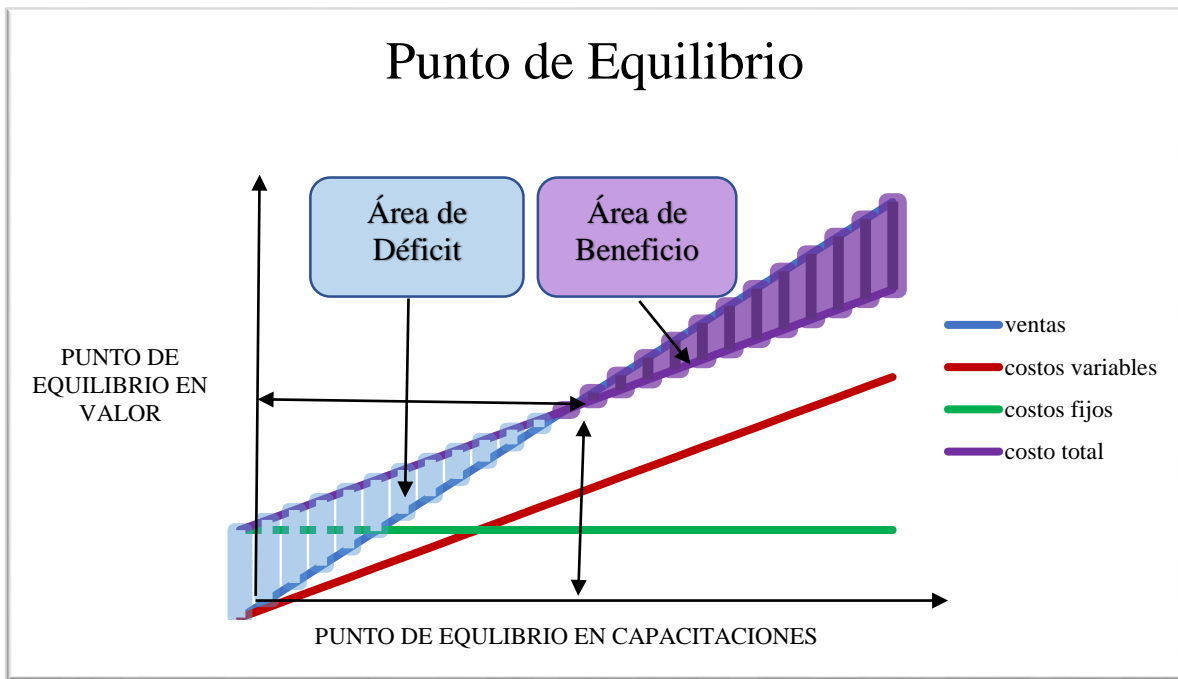
Ilustración 8 Formula Punto de Equilibrio

La base para la definición de punto de equilibrio es el cálculo de costos unitarios del producto, a través de los costos variables unitarios y costos fijos totales.

Seguidamente se muestran tabla y gráfica de punto de equilibrio de **MG** Centro de Capacitaciones, para el servicio de Capacitaciones; la empresa puede alcanzar sin ningún inconveniente el punto de equilibrio, es decir cubrir costos totales (no gana ni pierde), y luego de ello generar excedentes o utilidad.

MG Centro de Capacitaciones	
Precio de Venta	C\$ 15,000.00
Costo Unitario	C\$ 8,680.28
Total Gastos Operativos	C\$ 442,807.13
Punto Equilibrio en Cantidad de capacitaciones	C\$ 70.067 = 71 Capacitaciones.
Punto Equilibrio Monetario	C\$ 1,051,012.12

Tabla 32 Punto de Equilibrio



Punto de Equilibrio.

Gráfico 6 Punto de Equilibrio

6.3.2 Presupuesto de Ingresos.

Para la realización del presupuesto de ingreso se debe contar con el pronóstico de ventas procedente del Estudio de Mercado, expresado en unidades físicas y monetarias por periodo de tiempo y por tipo de servicio, y el precio unitario.

Descripción	Estimación de Ventas Según Personas a Capacitar			Precio	Estimación de Ventas en Unidades Monetarias	
	Número de Capacitaciones Mensual	Número de Personas a Capacitar Mensual	Número de Personas a Capacitar Anual		Mensual	Anual
Área Administrativa	2	30	360	C\$1,000	C\$30,000.00	C\$360,000.00
Área de Producción	3	45	540	C\$1,000	C\$45,000.00	C\$540,000.00
Área de Mercadeo	3	45	540	C\$1,000	C\$45,000.00	C\$540,000.00
Total	8	120	1,440		C\$120,000.00	C\$1,440,000.00

Tabla 33 Presupuestos de Ingresos

6.3.3 Presupuesto de Egresos.

Los gastos de ventas surgen de todos aquellos aspectos relacionados con la preparación y almacenamiento de los artículos para la venta.

MG Centro de Capacitaciones			
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3
Gastos de Ventas	C\$ 273,149.33	C\$ 273,113.63	C\$ 278,326.15
Gastos de Administración	C\$ 169,657.80	C\$ 165,525.58	C\$ 168,628.19
Total	C\$ 442,807.13	C\$ 438,639.21	C\$ 446,954.34

Tabla 34 Presupuesto de Egresos

6.3.4 Estructura de Costo

Los materiales e insumos del servicio son aquellos que formar o componen el producto final, es decir, es fácilmente identificable en la composición del servicio recibido.

Descripción	Mensual	Costo Total Anual
Gasto de Personal		
Instructor Área de Administración	C\$ 9,000.00	C\$ 108,000.00
Instructor Área de Producción	C\$ 15,000.00	C\$ 180,000.00
Instructor Área de Mercadeo	C\$ 13,500.00	C\$ 162,000.00
Sub Total Gasto del Personal	C\$ 37,500.00	C\$ 450,000.00
Costos Directos		-
Materiales e Insumos	C\$ 4,046.82	C\$ 45,066.15
Local del evento	C\$ 1,733.95	C\$ 20,807.40
Alimentación	C\$ 19,500.00	C\$ 234,000.00
Refrigerios	C\$ 3,900.00	C\$ 46,800.00
Sub total Costos Directos	C\$ 29,180.77	C\$ 346,673.55
Costos Indirectos		-
Impuestos	C\$ 1,200.00	C\$ 14,400.00
Transportación	C\$ 200.00	C\$ 2,400.00
Depreciación equipo de cómputo y equipo de transporte	C\$ 1,652.74	C\$ 19,832.91
Sub total Costos Indirectos	C\$ 3,052.74	C\$ 36,632.91
Total Costos Mensual	C\$ 69,733.51	C\$ 833,306.46

Tabla 35 Estructura de Costos

6.3.5 Flujo de caja

MG Centro de capacitaciones para evitar el fracaso debe contemplar los activos fijos, para operar de manera adecuada, si no se contempla el capital para financiar los desfases de caja, durante la operación puede que fracase.

MG Centro de Capacitaciones				
Flujo de Fondos				
Descripción	Años			
	0	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Ingresos por servicios		C\$ 1,440,000.00	C\$ 1,590,000.00	C\$ 1,755,000.00
Costos del Servicio		C\$ 833,306.46	C\$ 916,637.11	C\$ 1,008,300.82
Utilidad bruta		C\$ 606,693.54	C\$ 673,362.89	C\$ 746,699.18
Gastos Administrativos		C\$ 169,657.80	C\$ 165,525.58	C\$ 168,628.19
Gastos de Venta		C\$ 273,149.33	C\$ 273,113.63	C\$ 278,326.15
Utilidad antes de Impuesto		C\$ 163,886.41	C\$ 234,723.68	C\$ 299,744.84
Inversión Fija	-C\$ 135,155.35			
Inversión Diferida	-C\$ 21,261.25			
Capital de Trabajo	-C\$ 79,694.05			
Flujo Neto de Efectivo	-C\$ 236,110.65	C\$ 163,886.41	C\$ 234,723.68	C\$ 299,744.84

Tabla 36 Flujo de Caja

6.3.6 Valor actual neto (VAN).

El valor actual neto consiste en encontrar el equivalente de los flujos de efectivos futuros, para después compararlos con la inversión inicial, y poder conocer el valor del dinero en el tiempo, esta operación indica que tan viable es la inversión al realizar un proyecto, pues si esta resulta ser positiva el proyecto ha de tomarse de lo contrario o si se mantiene un valor igual a cero el proyecto ha de rechazarse.

Para **MG** centro de capacitaciones, la VAN es positiva con un monto de C\$ 236, 927.36 córdobas, por lo cual es recomendable invertir.

Descripción	Años			
	0	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Inversión Inicial	-C\$ 236,110.65	C\$ 163,886.41	C\$ 234,723.68	C\$ 299,744.84
Flujo Neto de Efectivo				
Tasa de Descuento 20%				
VAN				C\$ 236,927.36

Tabla 37 Valor Actual Neto (VAN)

6.3.7 Tasa interna de retorno (TIR).

Como su nombre lo indica la TIR muestra un valor de rendimiento interno de la empresa expresado en porcentaje y comparable a una tasa de interés.

Descripción	Años			
	0	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Inversión Inicial	-C\$ 236,110.65	C\$ 163,886.41	C\$ 234,723.68	C\$ 299,744.84
Flujo Neto de Efectivo				
TIR				70.98%

Tabla 38 Tasa de Retorno (TIR)

En el escenario descrito, para **MG** centro de capacitaciones bajo los resultados obtenidos, con los indicadores de rentabilidad, VAN y TIR; La inversión es aceptable, y por ende se recomienda invertir.

6.3.8 Período de recuperación de la inversión

El periodo de recuperación de la inversión (PRI) es un criterio para valorar inversiones que queda definido como el periodo del tiempo que se requiere para recuperar el capital invertido en la fase inicial de un proyecto, gracias a este método podrás saber el número de periodo, que generalmente se ofrece en años, que tardarás en recuperar el dinero invertido como el capital inicial para poner en marcha una actividad económica. **MG** Centro de capacitaciones recuperara su inversión en un periodo de **2 años y 1 mes**.

6.3.9 Estados Financieros proyectados

El estado de resultados permitió a **MG** Centro de Capacitaciones tener una mejor visión de su situación financiera, los recursos que dispone, las salidas y entradas de dinero, así como otros aspectos de gran relevancia para operaciones financieras por realizar, obteniendo resultados favorables para los primeros 3 años.

MG Centro de Capacitaciones			
Estado de Resultado Proyectado			
Expresado en Córdobas			
Descripción	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Venta Netas	C\$ 1,440,000.00	C\$ 1,590,000.00	C\$ 1,755,000.00
Costos del Servicio	C\$ 833,306.46	C\$ 916,637.11	C\$ 1,008,300.82
Utilidad Bruta	C\$ 606,693.54	C\$ 673,362.89	C\$ 746,699.18
<u>Gastos de Operación</u>			
Gastos de Venta	C\$ 273,149.33	C\$ 273,113.63	C\$ 278,326.15
Gastos de Administración	C\$ 169,657.80	C\$ 165,525.58	C\$ 168,628.19
Total gastos operativos	C\$ 442,807.13	C\$ 438,639.21	C\$ 446,954.34
Utilidad de Operación	C\$ 163,886.41	C\$ 234,723.68	C\$ 299,744.84
Utilidad antes de impuesto	C\$ 163,886.41	C\$ 234,723.68	C\$ 299,744.84
Impuesto 30%	C\$ 49,165.92	C\$ 70,417.10	C\$ 89,923.45
Utilidad Neta	C\$ 114,720.49	C\$ 164,306.58	C\$ 209,821.39

Tabla 39 Estados de Resultados Proyectados

El Balance General Proyectado para mostrar la estructura económica estimada del proyecto en los futuros tres años de operación, está basado en datos de todos los presupuestos realizados anteriormente permitiendo tener una visión sobre el estado futuro de los activos de otros.

MG Centro de Capacitaciones			
Balance General Proyectado			
Al 31 de Diciembre del 2021			
Expresado en Córdoba			
<u>Activos</u>			
Corriente			
Efectivo en Caja y Banco	C\$ 263,413.37		
Depreciación Acumulada	C\$ 30,059.08		
Sub total Activo Corriente		C\$ 293,472.46	
No Corriente			
Mobiliario y Equipo de Oficina	C\$ 25,250.00		
Depreciación Mobiliario y Equipo de Oficina	C\$ (6,783.33)		
Equipo de Transporte	C\$ 48,566.00		
Depreciación Equipo de Transporte	C\$ (16,188.67)		
Equipo de Computo	C\$ 61,339.35		
Depreciación equipo de computo	C\$ (19,832.91)		
Sub total No Corriente		C\$ 92,350.44	
Otros Activos			
Gastos Organización	C\$ 14,892.25		

Investigación y Desarrollo	C\$ 1,000.00		
Publicidad al inicio de las operaciones	C\$ 1,900.00		
Gastos en Patentes y Licencias	C\$ 3,469.00		
Amortización de otros activos	C\$ (7,087.08)		
Sub total Otros Activos		C\$ 14,174.17	
Total Activos			C\$ 399,997.06
<u>Pasivo</u>			
Corriente			
Proveedores			
Total Pasivos			
<u>Patrimonio</u>			
Capital Contable	C\$ 236,110.65		
Utilidad o Perdida del ejercicio	C\$ 163,886.41		
Total Patrimonio		C\$ 399,997.06	
Total Pasivo más capital			C\$ 399,997.06

Tabla 40 Balance General Proyectado

El Flujo de Caja Proyectado es una estimación del dinero que se espera que ingrese y que salga del negocio, incluyendo todos los ingresos y gastos proyectados.

MG Centro de Capacitaciones				
Flujo de Caja Proyectado				
Concepto	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Total
Saldo Inicial	C\$ 79,694.05	C\$ 263,413.37	C\$ 577,387.07	C\$ 920,494.49
Ingresos				
Ventas	C\$ 1,440,000.00	C\$ 1,590,000.00	C\$ 1,755,000.00	C\$ 4,785,000.00
Disponibilidad	C\$ 1,519,694.05	C\$ 1,853,413.37	C\$ 2,332,387.07	C\$ 5,705,494.49
Egresos				
Cuentas por Pagar	C\$ 54,604.94	C\$ 54,604.94	C\$ 54,604.94	C\$ 163,814.83
Gasto de Personal				
Instructor Área de Administración	C\$ 108,000.00	C\$ 108,000.00	C\$ 108,000.00	C\$ 324,000.00
Instructor Área de Producción	C\$ 180,000.00	C\$ 180,000.00	C\$ 180,000.00	C\$ 540,000.00
Instructor Área de Mercadeo	C\$ 162,000.00	C\$ 162,000.00	C\$ 162,000.00	C\$ 486,000.00
Sub Total Gasto del Personal	C\$ 450,000.00	C\$ 450,000.00	C\$ 450,000.00	C\$ 1,350,000.00
Costos Directos				
Materiales e Insumos	C\$ 45,066.15	C\$ 47,319.46	C\$ 49,685.43	C\$ 142,071.04
Renta Local del Evento	C\$ 20,807.40	C\$ 21,847.77	C\$ 22,940.16	C\$ 65,595.33
Alimentación	C\$ 234,000.00	C\$ 245,700.00	C\$ 257,985.00	C\$ 737,685.00

Refrigerios	C\$ 46,800.00	C\$ 49,140.00	C\$ 51,597.00	C\$ 147,537.00
Sub total Costos Directos	C\$ 346,673.55	C\$ 364,007.23	C\$ 382,207.59	C\$ 1,092,888.37
Costos Indirectos				
Transportación	C\$ 2,400.00	C\$ 2,520.00	C\$ 2,646.00	C\$ 7,566.00
Gasto de Venta	C\$ 243,518.16	C\$ 250,364.80	C\$ 255,577.31	C\$ 749,460.27
Gasto de Administración	C\$ 144,684.02	C\$ 138,629.33	C\$ 141,731.94	C\$ 425,045.30
Impuestos	C\$ 14,400.00	C\$ 15,900.00	C\$ 17,550.00	C\$ 47,850.00
Amortizaciones				
Total Egresos	C\$ 1,256,280.68	C\$ 1,276,026.30	C\$ 1,304,317.79	C\$ 3,836,624.77
Disponibilidad Efectiva	C\$ 263,413.37	C\$ 577,387.07	C\$ 1,028,069.28	C\$ 1,868,869.73
Disponibilidad Neta Final	C\$ 263,413.37	C\$ 577,387.07	C\$ 1,028,069.28	C\$ 1,868,869.73

Tabla 41 Flujo de Caja Proyectado.

6.3.10 Análisis Financiero

Balance General:

El Estado de Situación Financiera o Balance General se estructura a través de tres conceptos patrimoniales, el activo, el pasivo y el patrimonio neto, desarrollados cada uno de ellos en grupos de cuentas que representan los diferentes elementos penales (Pérez & Merino, 2009).

El activo incluye todas las cuentas que reflejan los valores de los que dispone la entidad en el caso de MG centro de Capacitaciones su activo es de **C\$135,155.35**, los pasivos muestran todas las obligaciones ciertas del ente y las contingencias que deben registrarse, estas obligaciones son naturalmente económica para la microempresa representa el valor de **C\$21,261.25** y el patrimonio neto o capital contable puede calcularse como el activo menos el pasivo y representa los aportes de los propietarios o accionistas más los resultados no distribuidos, y para el centro de capacitaciones tienen un valor de **C\$ 79,694.05**.

Análisis del Valor Actual Neto (VAN):

El valor actual Neto es una herramienta de evaluación, por medio de la cual permite determinar si la factibilidad y rentabilidad económica de la idea de emprendimiento de MG Centro de Capacitaciones. Este también se conoce como un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de datos que se tomaran de los flujos de caja para los tres primeros años, es por eso que se tomó la decisión de que las ventas tendrán un incremento del 10% anualmente, originados por la idea de inversión, se determinará la equivalencia en el tiempo cero de los flujos de efectivo futuros que genera el proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial.

En resumen, de acuerdo a los datos obtenidos mediante la herramienta del Valor Actual Neto, el proyecto de inversión para el servicio de capacitaciones es de **C\$ 236,927.36** córdobas.

Análisis de la Tasa Interna de Retorno (TIR):

La tasa interna de retorno o tasa de rentabilidad de una idea de proyecto de emprendimiento es la media geométrica (es decir por n números, la raíz n-esima) de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, va de la mano con el valor actual neto, puede utilizarse como indicador de la rentabilidad y como criterio para decidir sobre la aceptación o rechazo de la idea de proyecto de emprendimiento para brindar servicios de capacitaciones al sector turístico de la cuarta región de Nicaragua para **MG** Centro de Capacitaciones se tiene un TIR aceptable para invertir, a un **70.98%**.

Análisis del Periodo de Recuperación de la Inversión:

El periodo de recuperación de la inversión, es un indicador que mide en cuanto tiempo **MG** Centro de Capacitaciones podrá recuperar el total de la inversión a valor presente. Podrá revelarnos con precisión, en años, meses y días, la fecha en la cual será cubierta la inversión inicial. De acuerdo a los resultados de la herramienta del PRI que, sumando los flujos futuros de efectivo para los tres primeros años, se recuperara en dos años y un mes, de lo cual se denota que es un periodo aceptable para que la microempresa pueda recuperar su inversión.

Análisis del Punto de Equilibrio:

La determinación del punto de equilibrio, es uno de los elementos centrales para **MG** Centro de Capacitaciones, permitirá determinar el nivel de ventas necesarias que esta tiene para cubrir los costos totales en otras palabras el nivel de ingresos que cubrirán los costos fijos y costos variables, a lo cual la microempresa tras haber realizado el análisis revela que para el servicio de capacitaciones son: **71 capacitaciones y C\$ 1,051,012.12** en unidades monetarias. En resumen, significa que, tanto los ingresos como los costos dan un saldo total igual a cero. Gracias al resultado obtenido se determina la solvencia de la microempresa y su rentabilidad.

7. Cronograma de trabajo

N°	Actividades	Octubre					Noviembre							Diciembre	
		1		2	3	4	1	2	3				4	1	2
		03-oct	10-oct	16-oct	24-oct	31-oct	01-nov	05-nov	08-nov	11-nov	14-nov	21-nov	24-nov	04-dic	4-6 Dic
1	Portada (Marca Institucional, Tema, Sub Tema, Autores, Tutor y Fecha)														
2	Dedicatorias														
3	Agradecimientos														
4	Valoración del Docente														
5	Resumen														
6	Índice de Contenido (se actualiza conforme al Avance del informe)														
7	Índice de Grafico														
8	Índice de Tabla														
9	Índice de Ilustraciones														
10	Generalidades del Proyecto														
11	Solución														
12	Diseño o Modelo 3D														
13	Oportunidad en el Mercado														
14	Propuesta de Valor														
15	La novedad del proyecto desde la base														

	de la propiedad intelectual																		
16	Plan de Negocio																		
17	Plan de Mercadotecnia																		
18	Ubicación de La Empresa																		
19	Macro localización																		
20	Micro localización																		
21	Mercado/Zona Comercial																		
22	Principales Clientes																		
23	Demanda Insatisfecha																		
24	Participación de Mercado (Oferta y Competencia)																		
25	Precio de Venta																		
26	Estimado de Venta																		
27	Estrategias de Mercado 4p																		
28	Plan Técnico																		
29	Proceso de Servicio																		
30	Proveedores y Condiciones de Compra de Equipos																		
31	Capital Fijo y Vida Útil del Capital Fijo																		
32	Mantenimiento y Reparaciones																		
33	Capacidad Planificada																		

	Y a Futuro																		
34	Ubicación y Distribución Física de la planta																		
35	Materia Prima Necesaria, Costo y Disponibilidad																		
36	Mano de Obra, Costo y Disponibilidad																		
37	Gastos Generales de Producción																		
38	Plan de Organización y Gestión																		
39	Marco Legal(Forma Jurídica)																		
40	Estructura Organizacional (Ficha de cargo)																		
41	Actividades y Gastos Preliminares																		
42	Equipos de Oficina																		
43	Gastos Administrativos																		
44	Plan Financiero																		
45	Inversión del Proyecto																		
46	Activos Fijos																		
47	Activos Intangibles																		
48	Capital de Trabajo																		
49	Balance de Apertura																		
50	Ingresos, egresos y																		

	costos																		
51	Punto de Equilibrio																		
52	Presupuesto de Ingresos																		
53	Presupuestos de Egresos																		
54	Presupuestos de Costos																		
55	Estructura de Costo																		
56	Flujo de Caja																		
57	Valor Actual Neto (VAN)																		
58	Tasa Interna De Retorno (TIR)																		
59	Periodo de Recuperación de la Inversión																		
60	Estados Financieros Proyectados																		
61	Análisis Financiero																		
62	Cronograma de Trabajo																		
63	Bibliografía																		
64	Anexo																		
65	Entrega Final del Documento																		

8. Bibliografía

- Arias, A. S. (2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com>
- DGI. (s.f.). *Dirección General de Ingresos*. Obtenido de <https://www.dgi.gob.ni>
- García, S., Hervás, F. J., & Hernández, C. (2020). *renovetec*. Obtenido de <https://www.renovetec.com>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Melara, M. (26 de 06 de 2019). *contaestudio.com*. Obtenido de <https://www.contaestudio.com/ingresos, costos y gastos>
- MIFIC. (s.f.). *Ministeria de Fomento, Industria y Comercio*. Obtenido de <https://www.mific.gob.ni>
- Peréz, J., & Merino, M. (8 de 2009). *Definición.de*. Obtenido de <http://www.definición.de.com>
- Piura, U. d. (19 de junio de 2018). *udep Universidad de Piura*. Obtenido de <http://udep.edu.pe>
- Raffino, M. E. (13 de 11 de 2020). *Concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/emprendimiento.com>
- Seminario, M. (07 de 2020). *ATICO34*. Obtenido de <http://protecciondatos-lopd.com>

9. Anexos

Anexo 1 Encuesta

Encuesta

Universidad Nacional Autónoma De Nicaragua - UNAN MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria De Carazo – FAREM CARAZO

Objetivo: Identificar los requerimientos en materia de capacitaciones turísticas, con fines académicos, la información que usted nos proporcione será de vital importancia para la realización de este estudio.

Muchas gracias.

Datos Demográficos

Municipio: _____ Edad: _____ Sexo: _____

Cargo: _____

Marque con una X según sea su respuesta.

1. Usted cotiza el 2% a INATEC?

SI NO

2. ¿Alguna vez ha hecho uso de este aporte cotizado para capacitar a su personal? (si es no, pase a la 4)

SI NO

3. Si es Si, ¿cómo fue esta experiencia?

Excelente Buena Regular Mala

4. Si es No, ¿porque no ha aplicado?

No he visto la necesidad

No lo creo importante

No tengo tiempo para hacer las gestiones

No tengo la cantidad requerida de colaboradores

5. ¿Cuándo fue la última vez que su personal fue capacitado por INATEC? (si es nunca, pase a la 8)

PERIODO NUNCA

6. ¿En qué temas su personal ha sido capacitado?

Estructura de costos y paquetes turísticos

Área Administrativa Marketing de productos y servicios

Recepcionistas Meseros

Marketing digital Bartender

Cocina Camareras

Inglés Operadores de Caja

Otras Especifique _____

7. Que tan satisfecho (@), quedo con esta capacitación?

	Satisfecho	No Tan Satisfecho	Insatisfecho
Local			
Logística			
Facilidad			
Alimento			
Precio			

8. ¿Cuáles son las necesidades de capacitación que tiene la entidad turística?

Estructura de costos y paquetes turísticos

Área Administrativa Marketing de producto y servicios

Recepcionistas Meseros

Marketing digital Bar tender
Cocina Camareras
Ingles Operadores de Caja
Otras Especifique _____

9. Si estos servicios se pagaran con la cotización al INATEC, usted estaría dispuesto a contratar estos servicios (es decir no pagaría nada, porque ya lo está cubriendo con su aporte al INATEC)

SI NO

10. ¿En qué días preferiría enviar a su personal a capacitar?



De lunes a viernes Fines de Semana

11. ¿Qué tiempo le parece conveniente para su capacitación?

1 día 1 semana 1 mes

***Considere que un mes de capacitación representan 40 horas.**

Anexo 2 Cotización Flor de Pochote

				
COTIZACIÓN				
Cliente:				
	Atención:	Gabriela		
Fechas de la visita	de	?	a	?
Tamaño del grupo	Alimentación	15	Alojamient o	0
I. Servicio de Alimentación	No. de personas	C\$ por persona	Cantidad días	Total C\$
Desayuno	0	0	0	0.00
Almuerzo (con refresco)	15	150	1	2,250.00
Refrigerio a.m	15	30	1	450.00
Refrigerio p.m	0	0	0	0.00
Café Permanente	0	0		0.00
Cena (Incluye refresco)	0	0	0	0.00
Precio de Alimentos				2, 650.00
Total de Actividades				0.00
Total Alimentos y Actividades				105.00
Costo total por persona				
II. Servicio de Alojamiento	Cantidad	Cuartos	Cantidad	Total, C\$

	Cuartos / cabañas		Noches	
Habitaciones sencillas (camas literas)	0	0	0	0.00
Costo total de Hospedaje				0.00
<i>Team Building (7 Juegos)</i>				<i>0.00</i>
<i>Canopy</i>	<i>0</i>	<i>0</i>		<i>0.00</i>
<i>Uso de ranchón</i>	<i>1</i>			<i>1,733.95</i>
Senderismo	0			<i>0.00</i>
III. Costo total de otros servicios				4,833.95
Total Costo de otros Servicios				0.00
Costo total				4,833.95
Valor del contrato en US-dólares				4,833.95
<p>Nota: La facturación va conforme el consumo real, mientras este no sea menos que el 75% de lo cotizado. Cambios mayores deben notificarse con 24 horas de anticipación, cancelación total 72 horas antes de la llegada. En caso de no notificar a tiempo cobramos el 50% del valor cotizado.</p>				
Comunidad El Pochote el	06/12/2020			
		Rosario Duarte		
Teléfonos: 888-57576, 89661171. Atención Rosario Duarte Propietaria				
Al pagar con cheque, por favor emítalo a nombre de Vidal del Rosario Duarte H.				

Anexo 3 Nómina Mensual

MG Centro de Capacitaciones

Nómina Mensual

N°	Nombres y Apellidos	Cargo	Salario Base	Deducciones	Salario Neto	INSS Patronal	Prestaciones Sociales			Firma
				INSS Laboral			Vacaciones	Treceavo Mes	Indemnización	
Administración										
1		Director	C\$ 5,500.00	C\$ 385.00	C\$ 5,115.00	C\$ 1,182.50	C\$ 458.33	C\$ 458.33	C\$ 458.33	
Sub Total Administración			C\$ 5,500.00	C\$ 385.00	C\$ 5,115.00	C\$ 1,182.50	C\$ 458.33	C\$ 458.33	C\$ 458.33	
Ventas										
2		Logística y ventas	C\$ 5,000.00	C\$ 350.00	C\$ 4,650.00	C\$ 1,075.00	C\$ 416.67	C\$ 416.67	C\$ 416.67	
3		Responsable de planes de Capacitación	C\$ 4,605.42	C\$ 322.38	C\$ 4,283.04	C\$ 990.17	C\$ 383.79	C\$ 383.79	C\$ 383.79	
Sub Total Gastos de Venta			C\$ 9,605.42	C\$ 672.38	C\$ 8,933.04	C\$ 2,065.17	C\$ 800.45	C\$ 800.45	C\$ 800.45	
Total			C\$ 15,105.42	C\$ 1,057.38	C\$ 14,048.04	C\$ 3,247.67	C\$ 1,258.79	C\$ 1,258.79	C\$ 1,258.79	

Anexo # 4 Cédulas de Costos del Servicio.

MG Centro de Capacitaciones													
Cédula N° 5 Proyecciones de Costos del Servicio													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Gasto del Personal													
Área de Administración	C\$ 9,000.00	C\$ 9,000.00	C\$ 9,000.00	C\$ 9,000.00	C\$ 9,000.00	C\$ 9,000.00	C\$ 9,000.00	C\$ 9,000.00	C\$ 9,000.00	C\$ 9,000.00	C\$ 9,000.00	C\$ 9,000.00	C\$ 108,000.00
Área de Producción	C\$ 15,000.00	C\$ 15,000.00	C\$ 15,000.00	C\$ 15,000.00	C\$ 15,000.00	C\$ 15,000.00	C\$ 15,000.00	C\$ 15,000.00	C\$ 15,000.00	C\$ 15,000.00	C\$ 15,000.00	C\$ 15,000.00	C\$ 180,000.00
Área de Mercadeo	C\$ 13,500.00	C\$ 13,500.00	C\$ 13,500.00	C\$ 13,500.00	C\$ 13,500.00	C\$ 13,500.00	C\$ 13,500.00	C\$ 13,500.00	C\$ 13,500.00	C\$ 13,500.00	C\$ 13,500.00	C\$ 13,500.00	C\$ 162,000.00
Sub Total Gasto del Personal	C\$ 37,500.00	C\$ 37,500.00	C\$ 37,500.00	C\$ 37,500.00	C\$ 37,500.00	C\$ 37,500.00	C\$ 37,500.00	C\$ 37,500.00	C\$ 37,500.00	C\$ 37,500.00	C\$ 37,500.00	C\$ 37,500.00	C\$ 450,000.00
Costos Directos													
Materiales e Insumos	C\$ 4,046.82	C\$ 3,683.41	C\$ 3,683.41	C\$ 3,683.41	C\$ 3,683.41	C\$ 3,821.82	C\$ 3,908.41	C\$ 3,683.41	C\$ 3,683.41	C\$ 3,683.41	C\$ 3,821.82	C\$ 3,683.41	C\$ 45,066.15
Local de evento	C\$ 1,733.95	C\$ 1,733.95	C\$ 1,733.95	C\$ 1,733.95	C\$ 1,733.95	C\$ 1,733.95	C\$ 1,733.95	C\$ 1,733.95	C\$ 1,733.95	C\$ 1,733.95	C\$ 1,733.95	C\$ 1,733.95	C\$ 20,807.40
Alimentación	C\$ 19,500.00	C\$ 19,500.00	C\$ 19,500.00	C\$ 19,500.00	C\$ 19,500.00	C\$ 19,500.00	C\$ 19,500.00	C\$ 19,500.00	C\$ 19,500.00	C\$ 19,500.00	C\$ 19,500.00	C\$ 19,500.00	C\$ 234,000.00

Refrigerios	C\$ 3,900.00	C\$ 3,900.00	C\$ 3,900.00	C\$ 3,900.00	C\$ 3,900.00	C\$ 3,900.00	C\$ 3,900.00	C\$ 3,900.00	C\$ 3,900.00	C\$ 3,900.00	C\$ 3,900.00	C\$ 3,900.00	C\$ 46,800.00
Sub total Costos Directos	C\$ 29,180.77	C\$ 28,817.36	C\$ 28,817.36	C\$ 28,817.36	C\$ 28,817.36	C\$ 28,955.77	C\$ 29,042.36	C\$ 28,817.36	C\$ 28,817.36	C\$ 28,817.36	C\$ 28,955.77	C\$ 28,817.36	C\$ 346,673.55
Costos Indirectos													
Transportación Taxi	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 2,400.00
Impuestos	C\$ 1,200.00	C\$ 1,200.00	C\$ 1,200.00	C\$ 1,200.00	C\$ 1,200.00	C\$ 1,200.00	C\$ 1,200.00	C\$ 1,200.00	C\$ 1,200.00	C\$ 1,200.00	C\$ 1,200.00	C\$ 1,200.00	C\$ 14,400.00
Depreciación equipo de computo	C\$ 1,652.74	C\$ 1,652.74	C\$ 1,652.74	C\$ 1,652.74	C\$ 1,652.74	C\$ 1,652.74	C\$ 1,652.74	C\$ 1,652.74	C\$ 1,652.74	C\$ 1,652.74	C\$ 1,652.74	C\$ 1,652.74	C\$ 19,832.91
Sub total Costos Indirectos	C\$ 3,052.74	C\$ 3,052.74	C\$ 3,052.74	C\$ 3,052.74	C\$ 3,052.74	C\$ 3,052.74	C\$ 3,052.74	C\$ 3,052.74	C\$ 3,052.74	C\$ 3,052.74	C\$ 3,052.74	C\$ 3,052.74	C\$ 36,632.91
Total Costos	C\$ 69,733.51	C\$ 69,370.10	C\$ 69,370.10	C\$ 69,370.10	C\$ 69,370.10	C\$ 69,508.51	C\$ 69,595.10	C\$ 69,370.10	C\$ 69,370.10	C\$ 69,370.10	C\$ 69,508.51	C\$ 69,370.10	C\$ 833,306.46