



**UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA**
UNAN - MANAGUA

**FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE MATAGALPA
FAREM – MATAGALPA
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

SEMINARIO DE GRADUACIÓN

Para optar al título de Licenciatura en Mercadotecnia

TEMA GENERAL

**Proyecto de Emprendimiento, circuito turístico, departamento de
Matagalpa y Jinotega, año 2023**

SUB TEMA

**Proyecto de Emprendimiento, Naturevibe Tour, municipio del Tuma
– La Dalia, Matagalpa, año 2023**

AUTORES

**Br. Arleth Sobieski Cantarero Hernández
Br. Wendy Guadalupe Pérez García**

TUTORA

Msc. Yesenia del Socorro Palacios Herrera

Matagalpa, 29 noviembre 2023



**UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA**

UNAN - MANAGUA

**FACULTAD REGIONAL MULTIDICIPLINARIA DE MATAGALPA
FAREM – MATAGALPA
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

SEMINARIO DE GRADUACIÓN

Para optar al título de Licenciatura en Mercadotecnia

TEMA GENERAL

**Proyecto de Emprendimiento, circuito turístico, departamento de
Matagalpa y Jinotega, año 2023**

SUB TEMA

**Proyecto de Emprendimiento, Naturevibe Tour, municipio del Tuma
– La Dalia, Matagalpa, año 2023**

AUTORES

**Br. Arleth Sobieski Cantarero Hernández
Br. Wendy Guadalupe Pérez García**

TUTORA

Msc. Yesenia del Socorro Palacios Herrera

Matagalpa, 29 noviembre 2023



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA, MATAGALPA
UNAN FAREM – MATAGALPA

CARTA AVAL

Por este medio doy fe que el presente trabajo de proyecto denominado “Naturevibe”, elaborado por los Brs. Cantarero Hernández Arleth Sobieski – 19602712, Brs. Pérez García Wendy Guadalupe – 19602800, corresponde a la estructura definida por la normativa correspondiente; los objetivos, contenidos teóricos desarrollados, análisis y discusión de resultados tienen coherencia y correlación, narrados en forma lógica, con apoyo de una amplia gama de fuentes bibliográficas y sustentados con el trabajo de campo realizado con mucha responsabilidad científica y ética.

Según mi opinión el trabajo de seminario fue desarrollado con responsabilidad, entusiasmo, crítica y autocrítica, con alto grado de independencia, aplicando todos los pasos de investigación científica y cumple con los requerimientos necesarios para optar al título de licenciados en Mercadotecnia.

Se extiende la presente a los veintinueve días del mes de noviembre del año dos mil veintitrés.

MSC. Yesenia del Socorro Palacios H.

Tutora

“A la Libertad por la Universidad”

Dedicatoria

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

A mi mamá Wendy García: Porque ella ha sido mi motivación y mi motor para hacer cumplir este objetivo supo cómo formarme con buenos principios, valores y una mujer de bien, los cuales me han ayudado a salir a delante en todo momento.

A mi abuela Francisca Acevedo: porque ella ha sido parte fundamental en mi crecimiento y me ha inculcado sus principios, valores y me ha dado amor incondicional.

Y sin dejar atrás a mis hermanos, tíos, abuelo, primos y mi novio, porque han sido la razón de sentirme orgullosa de culminar mí meta.

Br. Wendy Guadalupe Pérez García.

Dedicatoria

El presente trabajo se lo dedico con especial admiración, amor, respeto y sinceridad primeramente a:

➤ **Dios** todo poderoso por brindarme salud, también por concederme sabiduría, entendimiento y perseverancia para culminar con éxito mi carrera profesional.

➤ Mis padres, **Juan Onofre Cantarero Picado** y **María Victoria Hernández Alemán**, por ser parte fundamental de este arduo proceso, motivación, apoyo, empatía y sobre todo por ser un ejemplo de esfuerzo y lucha por los objetivos que como personas tenemos.

➤ A mi **hermano mayor, Allan Cantarero**, por demostrar y enseñarme que todo es posible sin pensar negativamente, que teniendo una mente de tiburón lo puedes lograr y que todos somos iguales. También a mis otros hermanos varones por alegrarme el día cuando sentía que no podía más.

➤ A mis **hermanas Elda Cantarero, Ana Cantarero y Donelly Cantarero**, por ser las voces motivadoras, ejemplo de esfuerzo y empoderamiento que representan mis hermanas para mí. también a mis **sobrinos**, que son como mis hermanos cada uno de ellos, por el amor y compañía que siempre me han regalado.

➤ Por ultimo pero no menos importantes, a **mi amiga** este logro es de ambas, que soñamos juntas con este objetivo y también a mí **novio** que me ayudo a levantarme, me motivo y apoyo día a día desde que le conocí en la carrera.

Br. Cantarero Hernández Arleth Sobieski

Agradecimiento

Antes que todo, agradezco a Dios por darme siempre fuerzas para continuar en lo adverso, por guiarme a lo largo de este camino y darme sabiduría para mejorar día a día para llegar hacer una procesional.

Agradezco con mucho cariño a nuestra tutora, MCs. Yesenia Palacios, por su esfuerzo, conocimientos, persistencia, paciencia y dedicación para con nosotros que han sido fundamental para nuestra formación.

A mi familia por su comprensión y estímulo constante, además de su apoyo incondicional a lo largo de mis estudios.

Y a todas las personas que de una u otra manera me apoyaron en la realización de este trabajo.

Br. Wendy Guadalupe Pérez García.

Resumen ejecutivo

El modelo de negocio, consiste en vender un servicio a turistas nacionales y extranjeros que tengan la capacidad adquisitiva de adquirir un servicio/circuito, con el objetivo de que a mediano y a largo plazo se vaya posicionando nuestra marca, de oportunidades de empleo y se generen ganancias por la compra del circuito turístico. Las oficinas en las que se brindara atención a los potenciales compradores, estará ubicado del Parque Rubén Darío de la ciudad de Matagalpa, a dos cuadras y media al norte, edificio de dos pisos en la primera planta contiguo a farmacia Oziris. Como fundadores estaremos conformados de 4 personas cursantes del último año de la licenciatura en mercadotecnia, el equipo estará conformado por un gerente, departamento de administración, recursos humanos, contabilidad, marketing, diseño gráfico, informática entre otros, los cuales se encuentran explicadas sus funciones en el plan organizacional de este la competencia en Nicaragua, son las tour operadores de otros departamento sin embargo se centran en estadías a largo plazo únicamente en el pacifico del país. Frente a la competencia la demás tour – operadoras. Ofertan solo dos días de estadía como máximo y la mayoría no brinda aspectos publicitarios de su marca a los visitantes que compran esta experiencia. Es por ello que nos diferenciamos del resto no solo les mostrando las riquezas: naturales, culturales, gastronómicas. En el ámbito financiero se espera obtener beneficios positivos en cuanto empiece la marcha de la organización de Naturevibe, mostrando las proyecciones, plan de inversión, flujo de efectivo de las variaciones en los movimientos que están mejormente detallados a continuación en la última parte del presente plan de negocios. Con el funcionamiento de este lograr el encadenamiento con más proveedores de destinos turísticos hoteles y mayor posicionamiento digital internacional. Para contribuir al desarrollo municipal y departamental.

Índice

CARTA AVAL	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iv
Resumen ejecutivo	v
1. Cuerpo del trabajo	1
1.1. Generalidades del proyecto.....	1
1.1.1. Solución.....	2
1.1.2. Diseño o Modelo en 3D	2
1.1.3. Oportunidad en el Mercado	3
1.1.4. Propuesta de valor.....	3
1.1.4.1. La novedad de mi proyecto desde la base de la Propiedad Intelectual	4
4	
1.1.5. Ciclo del Proyecto.....	5
1.1.6. Presupuesto	5
1.1.6.1. Compra de materiales (insumos y herramientas).....	5
1.1.6.2. Contratación de Servicios (si es necesario)	6
1.1.6.3. Viáticos (alimentación, transporte y alojamientos)	6
1.1.6.4. Visibilidad del Proyecto (banner, poster y brochure).....	7
1.1.7. Marco Lógico	7
2. Plan de Negocios.....	10
2.1. Plan de Marketing	13
2.2. Plan Logístico.....	27
2.3. Plan de Organización	35
2.4. Plan Financiero	40
2.5. Cronograma de Actividades	43
Bibliografía.....	44

1. Cuerpo del trabajo

1.1. Generalidades del proyecto

• Misión

Es un circuito atractivo, acogedor y accesible para los turistas nacionales como extranjeros procurando así el turismo tenga un mayor impacto en zonas verdes, conectándolos con la naturaleza.

• Visión

Llegar a ser un circuito turístico bastante reconocido tanto nacional como internacional, donde puedan tener una buena experiencia dentro del circuito turístico.

• Valores:

- **Pasión:** Siempre se da lo mejor de sí mismos poniendo alma y corazón en el proyecto.
- **Integridad:** la ética, honestidad y el respeto hacia todos los elementos que nos rodean es la marca del día a día.
- **Sostenibilidad y respeto ecológico:** la naturaleza y la preservación del medio ambiente es fundamental para un buen equipo, ya que se quiere dejar un legado de cuidado y preservación de nuestra madre tierra.
- **Excelencia y trabajo en equipo:** consideramos que el trabajo en equipo y excelentes profesionales son fundamentales para cumplir cada objetivo, por ello estamos rodeados de las mejores personas que comparten nuestra misión, visión y valores con la naturaleza.

1.1.1. Solución

Una solución es un contenedor para organizar uno o más proyectos de código relacionados, como un proyecto de biblioteca de clases y un proyecto de prueba correspondiente. Como ejercicio educativo para comprender el concepto de proyecto, creará una solución y un proyecto desde cero. (j-martens, 2023) La solución según Martens, 2023. Se puede considerar la respuesta a una duda, también puede ser el resultado de un proceso y que por ende la solución es aquello que nos permite dar dicha respuesta de algo que queramos saber, ya sea desde la creación de iniciativas o proyectos que den respuestas a la comunidad bien sin fines de lucro o con enfoques de desarrollo económico.

Primeramente se haría un estudio para complementar los datos de turistas al que nos estaríamos dirigiendo, tanto para turistas locales y extranjeros donde se les identificaría, en que se estaba fallando y en lo que respecta que el turista le atrae ser tomado en cuenta en las actividades de los lugares que visita, es por ello que en lo que respecta Naturevibe tomaría en cuenta que la solución para escapar realizar actividades y mantenerse activo. Sería la creación de un circuito turístico, donde se añadan actividades tanto culturales, como también gastronómicas y se les involucre dentro de actividades que los destinos ofrecen. Para darle mayor protagonismo al municipio de El Tuma – La Dalia, de la ciudad de Matagalpa. Brindando oportunidades de empleo e incentivando a la creación de emprendimientos que aporten al desarrollo económico y turístico local.

1.1.2. Diseño o Modelo en 3D

Los modelos 3D se utilizan en diferentes ámbitos para visualizar, simular y renderizar diseños gráficos, con el desarrollo constante de la tecnología, el diseño 3D se ha convertido en una herramienta vital que ofrece nuevas posibilidades para enfrentar los desafíos actuales en la arquitectura, la ingeniería, la construcción, el diseño, la producción y el entretenimiento. El modelado 3D permite visualizar productos de manera precisa antes de fabricarlos. Es eficaz para simular procesos mecánicos, operaciones médicas,

y es muy usado en el cine, la televisión, los videojuegos y la publicidad. (Jose Saavedra, 2023)

Los modelos 3D, se utilizan en diferentes ámbitos para la mejora de los diseños de determinados productos, como en la construcción, Ingeniería etc. Con el objetivo de fortalecer de una forma creativa las técnicas de una empresa.

En la aplicación, se cuenta con un modelo 3D en una maqueta que representa la zona, el circuito con los destinos turísticos y señalizaciones donde se realizaran las actividades, en el municipio de el Tuma – La Dalia. Donde se muestra los lugares a visitar y el punto exacto en donde se realizaran actividades que añaden valor y sobre todo contribuyen al rescate de las raíces nicaragüenses, mostrándole a todo turista que además de vivir una experiencia única también serán parte de lo que identifica como zona norte del país, al departamento de Matagalpa. Ver anexo 1

1.1.3. Oportunidad en el Mercado

Una oportunidad de mercado es la necesidad potencial de un producto o servicio que puede servir a una empresa para emprender nuevos negocios, realizar ventas y conseguir nuevos clientes, y de esa manera crecer su capital y su posicionamiento de mercado. (Narvaez, 2023)

La oportunidad de mercado se puede llegar a dar por la necesidad potencial de un producto o servicio, que ayuda a la empresa a tener nuevos clientes potenciales y de esta manera poder obtener nuevas ganancias.

Donde unas de las principales oportunidades son las redes sociales o plataformas virtuales, donde hay un gran segmento de mercado a la cual dirigirse y poder obtener beneficio de ello.

1.1.4. Propuesta de valor

Un ejemplo de propuesta de valor sería aquel donde se parte de un título y un subtítulo. El primero para describir lo que haces y el segundo para explicar a quién se lo ofreces y si fuera preciso, por qué lo ofreces. Si fuera necesario, los beneficios o soluciones principales que aportas o resuelves. (mixideas, 2016)

Nos indica que es lo que hace la entidad o a que se dedica, por otro lado nos ayuda a preguntarnos a quienes se les ofrece, porque lo ofreces etc. nos ayuda a descubrir el porqué de nuestras propuestas.

La propuesta de valor para “Naturevibe”, es la creación de un circuito turístico “Naturevibe” en la ciudad den Matagalpa. El Tuma – La Dalia. Con un eje temático de naturaleza y cultura. Donde los recursos a sacar provecho son de origen natural, histórico – cultural y económico. (Ver anexo 2).

1.1.4.1. La novedad de mi proyecto desde la base de la Propiedad Intelectual

La Novedad de un proyecto se refiere a cómo de novedoso es el producto (o servicio) para el mercado, los clientes, y en cierta medida también para el propio equipo del proyecto.

Aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad y la competitividad. (Epiñoza, 2021)

La novedad de un proyecto tiene que ver mucho que tan novedoso es el producto o servicio, ya que este sirve al producto y la aplicación de concepto de ideas, conceptos que ayudan al crecimiento de un determinado proyecto.

En lo que respecta la novedad del proyecto va en que al investigar a la competencia o en si las actividades que llevan a cabo, en ninguna incluyen al turista a ser parte de la cultura nicaragüense, es por ello que Naturevibe toma como parte fundamental el de inmiscuir al turista en actividades tales como artesanía en barro y en cerámica. También preparándoles talleres de danza enfocado polcas y mazurcas, así también como un taller de elaboración de rosquillas tradicionales.

1.1.5. Ciclo del Proyecto

El ciclo de vida de la gestión de proyectos suele desglosarse en cuatro fases: iniciación, planificación, ejecución y cierre. Estas fases conforman el recorrido de tu proyecto de principio a fin. (Lucidchart, 2023)

El ciclo de vida de proyecto suele constar de cuatro fases: iniciación, planificación, ejecución y cierre. Estas fases conforman el recorrido general de un determinado proyecto con el objetivo de experimentar estas fases de la mejor manera posible, según el resultado de dicho proyecto.

El proyecto se encuentra en la etapa de pre – inversión donde se presentan cada estructura tanto de plan de negocios, financiero, organizacional y logística, para así demostrar lo que se espera lograr con el lanzamiento de este proyecto. Logrando con ello obtener inversionistas, y reconocimiento en el mercado turístico nicaragüense.

1.1.6. Presupuesto

Un presupuesto es un plan de las operaciones y recursos de una empresa, que se formula para lograr en un cierto periodo los objetivos propuestos y se expresa en términos monetarios. (Financiera, 2004)

Son los recursos con los que cuenta una empresa de manera que se formula para lograr en un cierto periodo los objetivos presupuestarios y expresarlos en términos monetarios y que fomente de manera positiva la toma de decisiones organizacionales.

El monto presupuestado a utilizarse de todos los recursos es de C\$ 565,364.000. los cuales se dividen en el total de operaciones a realizarse en el lapso de un año y el buen funcionamiento de este proyecto, para brindar todas las comodidades que el turista nacional y extranjero requieren.

1.1.6.1. Compra de materiales (insumos y herramientas)

Materiales: Conjunto de objetos de cualquier clase, necesarios para el desarrollo de una actividad.

Insumos: Se definen como todos aquellos elementos de consumo que son necesarios para la prestación de un servicio. (Miguel, 2017)

Son aquellos objetos que se obtienen para la elaboración de productos de manera que este puede poner en marcha dicha actividad para la elaboración de productos y la entrega a los clientes potenciales.

La compra de materiales se distribuirá en insumos de oficina, actividades, publicidad, estadía y suvenires con la marca del proyecto. También insumos de salud o supositorios para botiquines de emergencia.

1.1.6.2. Contratación de Servicios (si es necesario)

Un contrato de prestación de servicios establece las condiciones por medio de las cuales un profesional se compromete a aportar sus servicios en calidad de proveedor, a cambio de un monto y en un plazo previamente acordado entre las partes. (docisign, 2022)

Son aquellas condiciones por la cuales un profesional se compromete por el cumplimiento de la misma en calidad del proveedor, a cambio de un monto en un plazo acordado entre las partes. Este se hace valido mediante firma.

La contratación de servicios a agentes o profesionales independientes para transporte, gastronomía, cultura e historia, así como también agentes de seguridad turística para la realización de actividades de aventura que tengan conocimientos básicos de primeros auxilios.

1.1.6.3. Viáticos (alimentación, transporte y alojamientos)

El viático es la suma de dinero, de monto razonable y prudente, que los empleadores pagan a los trabajadores a fin de que éstos solventen los gastos de alimentación, alojamiento o traslado en que incurran con motivo del desempeño de sus labores, siempre que para dicho efecto deban ausentarse del lugar de su residencia (Dirección del trabajo, 2021)

El viatico es la suma de dinero que los empleadores pagan a los trabajadores con el fin de que este pueda solventar estos gastos alimenticios.

Alojamiento: El empleador también paga este gasto ya que este beneficia al trabajador para su respectivo descanso.

1.1.6.4. Visibilidad del Proyecto (banner, poster y brochure)

La visibilidad del proyecto es una forma eficaz para que las empresas puedan crear transparencia y responsabilidad, además de propiciar el intercambio de información en los flujos de trabajo de sus proyectos.

La visibilidad del proyecto puede mejorar el modo en que los equipos se comunican, optimizar procesos y gestionar recursos. Para los equipos de servicios profesionales, la visibilidad es fundamental porque respalda actividades importantes como la planificación de la capacidad y la gestión de relaciones con los clientes. (Wrike, 2023)

Es una forma bastante adecuada para que la empresa pueda darse a conocer de manera transparente hacia los consumidores como el uso de banner, poster, brochare etc. También ayuda a las organizaciones a mejorar la forma de comunicación optimizando los procesos y poder ayudar al gestionamiento de los recursos.

1.1.7. Marco Lógico

El Marco Lógico es una técnica para la conceptualización, diseño, ejecución y evaluación. Es un sistema estructurado en una tabla, para la planificación y comunicación de la información más importante sobre un proyecto o programa. (Ortegón, 2005)

Es donde se puede plasmar un proyecto o trabajo con el cual un evaluador o inversor puede examinar el desempeño de un programa en todas sus etapas. Permitiendo así mostrar de forma sistemática los objetivos, metas y riesgos en que este pueda presentar.

Matriz de Marco Lógico			
Resumen del proyecto	Indicadores de desempeño	Sistema de evaluación y monitoreo	Suposiciones Importantes
Fin Fomentar el contacto y relación con el medio ambiente. Orientándolo al desarrollo turístico sostenible.	Se logra en un 70% el desarrollo del turismo sostenible	<ul style="list-style-type: none"> - Opiniones de experiencia vividas. - Entrevistas. - puntuación en redes 	
Propósito <ul style="list-style-type: none"> - Brindar oportunidades - Cautivar a inversionistas - Incentivar la creación de emprendimientos. - Favorecer el encadenamiento entre empresas. 	Se logra un 60% de satisfacción favoreciendo las alianzas entre empresas e inversionistas.	<ul style="list-style-type: none"> - Selección de documento del personal - Entrevistas. - Encuestas. - Datos estadísticos. - Redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> - Se apertura puestos laborales, se logra captar a inversionistas. - Población se interesa por la creación de nuevos emprendimientos y logran alianzas con empresas.
Resultado Propuesta de pre – inversión de circuito turístico “Naturevibe Tour” en el municipio Tuma – La Dalia, departamento de Matagalpa.	Un 70% de los turistas nacionales tanto como extranjeros participaron en la apertura del circuito turístico Naturevibe Tour, en los 4 días y se estableció un convenio con los destinos.	<ul style="list-style-type: none"> - Registro de participantes. - Encuestas. - Entrevistas. - Galería de fotos 	Turistas satisfechos con la experiencia brindada durante el circuito turístico
Actividades <ul style="list-style-type: none"> - Alquiler de local. - Compra de útiles y maquinaria - Contratación y capacitación de personal. - Alianza con los destinos turísticos. - Implementación de plan promocional y estrategias de marketing. - Talleres de culturales, gastronómicos. 	Un estimado de inversión de C\$184,500.00.	<ul style="list-style-type: none"> - Facturas y recibos. - Documentos y planilla. - Comprobantes de pago de plan promocional y estrategias publicitarias. - control de ventas. - Estados financieros con relación a naturevibe tour. 	Participación de turistas nacionales y extranjeros. con una condición climática favorable para realización de las actividades.

Tabla 1 Matriz de Marco lógico

Fuente: Elaborado por investigadores estudiantes de la carrera de Mercadotecnia.

Integración de Marco Lógico Naturevibe Tours

Resumen narrativo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
<p align="center">Fin</p> <p>Fomentar el contacto y relación con el medio ambiente. Orientándolo al desarrollo turístico sostenible, a través de los diferentes destinos turísticos en el municipio del Tuma – la Dalia, ciudad de Matagalpa.</p>	<p>Se logra en un 70% el desarrollo del turismo sostenible del municipio del Tuma la dalia - ciudad de Matagalpa en el inicio del 2do semestre del año 2024.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Opiniones de experiencia vividas. - Entrevistas. - puntuación en redes. 	
<p>Propósito</p> <ul style="list-style-type: none"> - Brindar oportunidades de empleo. - Cautivar a inversionistas nacionales y extranjeros. - Incentivar la creación de emprendimientos que ayuden al desarrollo turístico local. - Favorecer el encadenamiento entre empresas proveedoras de destinos, el trabajo en, conjunto con varias entidades, cámaras, asociaciones, gabinetes etc. 	<p>A través de las observaciones se logra un 60% de satisfacción favoreciendo las alianzas entre empresas e inversionistas con respecto al circuito turístico en el primer semestre del año 2024.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Selección de documento del personal - Entrevistas. - Encuestas. - Datos estadísticos. - Redes sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se apertura puestos laborales. se logra captar atención de inversionistas. - Población se interesa por la creación de nuevos emprendimientos. - Se logran alianzas. -
<p>Resultados</p> <p>Propuesta de pre – inversión de circuito turístico “Naturevibe Tour” en el municipio Tuma – La Dalia, departamento de Matagalpa. Con un eje temático de naturaleza y cultura. Recursos de origen natural, histórico – cultural y económico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Un 70% de los turistas nacionales tanto como extranjeros participaron en la apertura del circuito turístico Naturevibe Tour, en los 4 días que abarca el circuito. se estableció un convenio con los lugares a visitar - 	<ul style="list-style-type: none"> - Registro de participantes. - Encuestas. - Entrevistas. - Fotos de actividades con participantes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Turistas satisfechos con la experiencia brindada durante el circuito turístico.
<p>Actividades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alquiler de local. - Compra de útiles y maquinaria de oficina. - Contratación y capacitación de personal. - Alianza con los destinos turísticos. - Implementación de plan promocional y estrategias de marketing. - Taller de artesanías en barro y cerámica negra. - Taller de elaboración de rosquillas. - Clases de danza. - 	<ul style="list-style-type: none"> - \$5,000.00 dólares financieros. 9 computadoras, escritorios y sillas, mesa de recepción y sillas de espera. - 9 paquetes de papelería y útiles de oficina. - 5 sacos de materia prima un saco por taller. 	<ul style="list-style-type: none"> - Facturas de compra. - Recibos de alquiler. - Documentos de trabajadores. - Planilla de pago a personal. - Comprobantes de pago de plan promocional y estrategias publicitarias. - control de ventas. - Estados financieros en relación a naturevibe tour. 	<ul style="list-style-type: none"> - Participación de turistas nacionales y extranjeros. - Condición climática favorable para realización de las actividades.

Tabla 2 integración de Marco Lógico

Fuente: Elaborado por investigadores estudiantes de la carrera de Mercadotecnia.

2. Plan de Negocios

Descripción del producto turístico

El Tuma – La Dalia fue poblado antiguamente por pueblos aborígenes de los cuales dan fe los vestigios y sitios arqueológicos descubiertos recientemente en varias comunidades, no se puede datar con exactitud la fecha en que fue poblado, sin embargo, los estudios arqueológicos actuales nos dan una idea acerca del periodo en que vivieron los pueblos originarios de estas tierras.

Se ha encontrado cerámica y restos arqueológicos con influencias diversas que datan de acuerdo a su tipología y características- a tiempos precolombinos. El territorio es atravesado por una antigua ruta que comunica el Pacífico con el Atlántico nicaragüense, La prosperidad que ha alcanzado y el potencial que posee se puede ver en sus instalaciones turísticas, el comercio, su sistema productivo, la infraestructura vial y su cobertura hacia casi el total de sus comunidades.

Además de la infraestructura y oferta turística, en la actualidad el municipio cuenta con una impresionante variedad de potenciales turísticos diversos, que van desde encantador paisaje que existe en la zona, una de las máximas alturas del país y testimonio vivo del nacimiento de Centroamérica con una inigualable biodiversidad, da cuentas de la última era glacial de nuestro planeta; fincas con potencial agro – turístico, ríos, lagunas, cañones impresionantes, sitios arqueológicos, aguas termales, parques acuáticos, hoteles para todos los gustos y comodidades y gastronomía tradicional.

Nombre del circuito



“Recorrido por la Naturaleza”

Ilustración 1 Logo/nombre del circuito

Fuente: Elaborado por investigadores estudiantes de la carrera de Mercadotecnia.



Ilustración 2 Descripción del Circuito.

Fuente: Elaborado por investigadores estudiantes de la carrera de Mercadotecnia.

Al momento de hacer contacto directo con los turistas, se les brindara suvenir para que se acogidos a la experiencia que vivirán en sus días de estadía, tales como: su brazalete distintivo según el paquete contratado, gorras, camisetas donde irán representada el logo de nuestro Tours. Para el circuito turístico se tomará en cuenta distintos puntos del territorio del municipio de la Dalia, en los cuales se puede observar y disfrutar la experiencia de la vida silvestre y natural, como primera parada se hará una visita a la cascada la luna, que se encuentra ubicada a 40km de la ciudad de Matagalpa, donde se realizarán canopy, rapel y servicio de kayak, propios del destino. Como diferenciación se propone en el lugar llevar acabo como circuito lo que sería el taller de elaboración de artesanía en barro de la mano con personal capacitado independiente y también un taller donde se podrá tanto elaborar rosquillas a base de maíz y degustarlas, por la tarde con un tradicional café cultivado en el lugar.

Para luego llegar a la reserva natural La Sombra, donde también está el hotel Eco – Lodge que tiene el mismo nombre de la reserva, este está ubicado en la comarca San Luis, municipio de La Dalia 3.5km al norte y 4.2km al oeste.

Donde Se logra conectar con la naturaleza de montañas, flora y fauna. Naturaleza silvestre y la actividad del campo son la atmosfera de lugar, goza de un clima fresco de montaña. También se puede visitar el mariposario, el ranario, el criadero de gusanos de seda y el avistamiento de aves. También un poco más lejos se encuentra una cascada, a la que se puede llegar por medio de cualquiera de los tres senderos que existen, se encuentra ubicada en medio del bosque, fogata nocturna, donde se contratara a cantantes locales. También se les dará charla sobre los cultivos de café y frambuesa (en temporada).

Dentro de las actividades a realizarse además de las establecidas en los destinos, al tercer día de la estadía se llevará a cabo un taller de artesanía en barro, el cual lo impartirá una persona experta en ello, donde también se les dará la oportunidad de elección si llevárselo como recuerdo o dejarlo para sentirse parte del lugar que ha visitado. Por otra parte, también al cuarto día, se impartirá el taller de elaboración de rosquillas,

donde trabajaremos de la mano con las personas locales que ya tienen la experiencia y han heredado los negocios de elaboración de las tradicionales rosquillas, luego de observar y participar de la realización de ellas las podrán degustar con café extraído del Tuma – La Dalia, Este se realizaría por la tarde.

Y para concluir como última actividad, se brindarán clases de folklore enfocado en las danzas del norte, las cuales son polkas y mazurcas con profesores de Danza del departamento de Matagalpa. Donde realizara alianza con el Ballet Folclórico Guardabarranco.



Ilustración 3 Descripción del recorrido del circuito turístico

Fuente: Elaborado por investigadores estudiantes de la carrera de Mercadotecnia.

2.1. Plan de Marketing

El Plan de Marketing es el documento que resume la planificación de las estrategias de Marketing para un período determinado, incluyendo objetivos, indicadores, análisis, entre otra información importante para orientar a la empresa.

Donde tendremos plasmado cada indicador por realizar y así contribuir al desarrollo turístico local sostenible de la zona norte de Nicaragua, enfocándonos en los atractivos que nos ofrece el municipio de el Tuma – La Dalia, en el departamento de Matagalpa.

Comparación del circuito turístico.

Evaluación de Producto Turístico	
Nombre: Reserva Miraflores Estelí	
Herramienta 6	
Que Vende?	Actividad Turismo sostenible y eco-turismo
# de productos	Senderismo, paseo a caballo, cultivos de café
Tipo de productos	intangibles
	Cabalgata, excursiones.
A quien lo vende?	..
Mercado nacional o internacional	Ambos
Por zonas demográficas	..
Por motivaciones de turistas	Amantes de aventura, Naturaleza, relajación y bienestar
Cómo lo venden?	..
Tienen marcas de productos?	Galería de fotos
Hacen publicidad?	..
Marketing electrónico	Página web
Distribución	a través de las tour operadoras, que ofertan este producto
Tipo de material promocional	Brochures, impresos
Viajes de prensa	..
Descripción de la experiencia	a través de la página Web y la experiencia de los turistas
Cómo miden su resultado?	..
Indicadores que aplican	reseñas a través de puntuaciones

Tabla 3 comparación de producto turístico.

Fuente: Elaborado por investigadores estudiantes de la carrera de Mercadotecnia.

El termino competencia, es usado también para referirse a ciertos contextos e los que dos personas, equipos o empresas se relacionan en un medio e intentan superar una a la otra. En comparación encontramos un lugar en la zona norte de Nicaragua ubicada en la ciudad de Estelí, en el cual se encuentra una

reserva natural llamada **Mira flor** con características similares a las reservas naturales que se encuentran ubicadas en el Tuma la dalia.

Mira flor es una reserva natural única, ubicada a 30 kilómetros de la ciudad de Estelí aproximadamente. El parque mide 254km y en él se aprecian tres tipos de climas distintos: seco en la zona baja, intermedia y húmeda, así como un bosque nebliselva predominante. Además de zonas de naturaleza intacta, Mira flor esta también habitada por finqueros que cultivan granos y crían ganado.

El parque alberga nueve comunidades, las cuales viven de la agricultura. La fundación UCA (que no tiene nada que ver con Universidad Centro Americana, que también se abrevia UCA) trabaja para mejorar la finca ecológica en el área y tiene otros programas que ayudan a las comunidades a producir productos ecológicos, siendo el café uno de los más importantes.

Ellos también han organizado alojamientos en la finca, los cuales, son muy simples y básicos pero que brinda una buena manera de observar cómo viven los de Mirafior. Además, cuentan con guías turísticos que los ayudaran a conocer sobre la flora y fauna del lugar. Todas las fincas están localizadas dentro del parque, lo que también significa que estará cerca de la naturaleza. Cuando se levanten con el alba y cantos de los pájaros, experimentara la diferencia entre las áreas urbanas y el rústico campo de Mira flor. El clima también es un poco diferente, por la altitud se puede poner un poco frio por las noches y la temperatura sube rápidamente durante el día.

Además de las iniciativas comunitarias, dentro de Mirafior también existen iniciativas privadas con distintas opciones de alojamiento, ubicadas en la zona de nebliselva. Se pueden encontrar hoteles, fincas y hospedajes con mayores comodidades para el visitante.

Las actividades que realizan en la reserva natural Mirafior, son las cabalgatas, senderismo, cultivo y a producir productos ecológicos, siendo así un producto intangible que se vende al mercado nacional e internacional, por motivaciones turísticas ya sea de

aventura, relajación, bienestar.que lo venden por medio de sitio web, a través de turoperadoras que ofertan este producto, con galería de fotos, Boucher, impresos. Describen la experiencia a través de páginas web y experiencia de los turistas, que aplican reseñas por medio de puntuaciones.

Zonificación del producto turístico.

La zonificación toma en cuenta los aspectos que condicionan los procesos de transformación y articulación del turismo en el territorio, desde el papel de los recursos naturales para la implantación turística y la influencia de la estructura territorial y socioeconómica sobre la que se organiza el turismo.

El circuito que se brindará se encuentra ubicado a 170 km desde Managua en el municipio del Tuma La Dalia, en la ciudad de Matagalpa con un tiempo estimado de 1 hora en vehículo, Cascada la Luna, carretera Tuma la dalia desde la ciudad de Matagalpa en donde va encontrar una hermosa cascada de más de 50 metros de altura, una excelente oferta de turismo de montaña como es; realizar actividades como Kayak, Bote pedal, un chapuzón en la represa, realizar rapel, hacer caminatas por los senderos y lo que provoca más adrenalina es utilizar el Canopy.

Luego de experimentar estas actividades se viene a continuación se avanzará en el circuito a la reserva natural La Sombra, donde también está el hotel eco – lodge que tiene el mismo nombre de la reserva la cual está ubicada en el corredor biológico frente al Macizo de Peñas Blancas, zona de amortiguamiento de la reserva de biósfera BOSAWAS. La naturaleza silvestre y la actividad productiva del campo, son la atmósfera del lugar, que goza de un clima fresco de montaña y diferentes actividades y sitios para disfrutar la estancia, este está ubicado en la comarca San Luis, municipio de La Dalia, que fácilmente en vehículo aproximadamente a 1 hora y 28 minutos(53.1 km), se llega pasando por el pueblo de La Dalia, y se continúa por la ruta asfaltada hacia Waslala por unos 3.5 kilómetros, hasta llegar hasta la hacienda La Estrella (rótulos indicadores en el camino). Al llegar acá, se gira a la izquierda y se

continúa por 4.2 kilómetros hasta La Sombra Eco – Lodge, que será nuestra última parada.

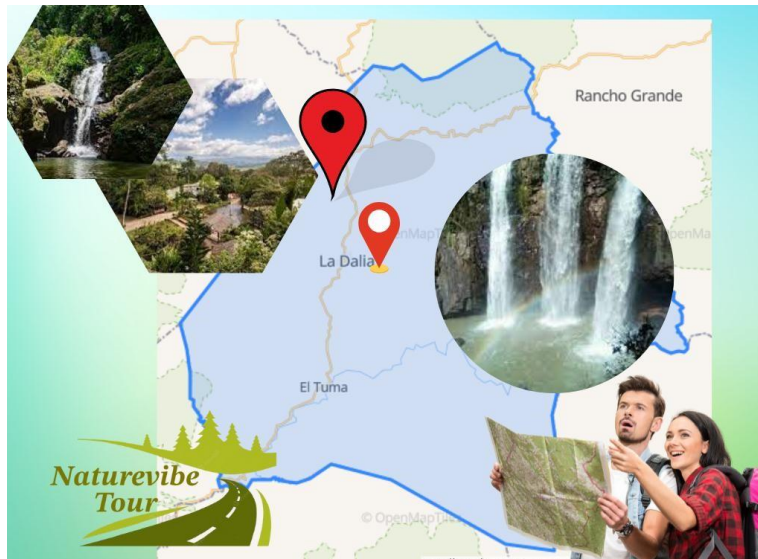


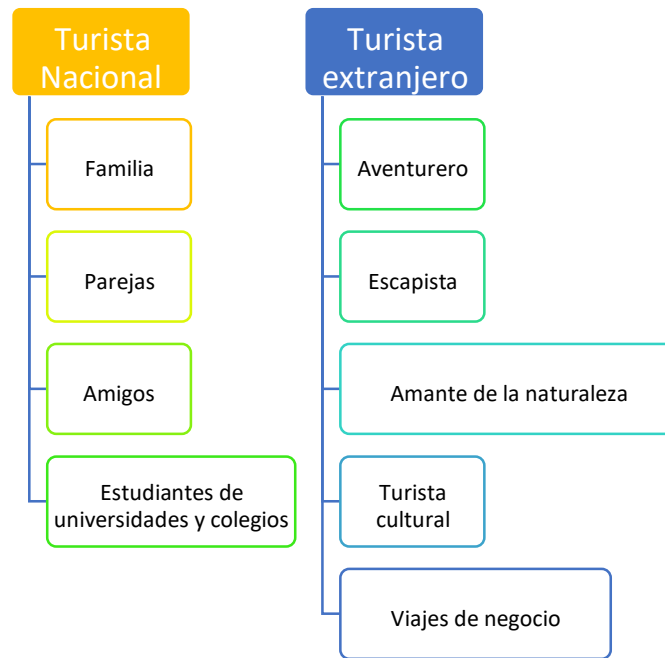
Ilustración 4 Zonificación del circuito. En Matagalpa, El Tuma – La Dalia.

Fuente: Elaborado por investigadores estudiantes de la carrera de Mercadotecnia.

Mercado / zona comercial

Se comprende por mercado comercial al conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos, que llegan a un acuerdo por el producto o servicio y el precio que se paga por este.

El mercado comercial del circuito turístico que se oferta, lo contribuyen los consumidores, de manera más precisa los turistas nacionales y extranjeros Viajero aventurero, Turista escapista, Viajero cultural, Turista de negocios, Viajero apasionado, Turista de fiesta y ocio nocturno que deseen vivir la experiencia en las distintas actividades que se ofertan, de igual manera los diferentes senderismos, caminatas, restaurantes y hoteles.



Esquema 1 Mercado/zona comercial de la oferta turística.

Fuente: Elaborado por investigadores estudiantes de la carrera de Mercadotecnia.

Principales clientes:

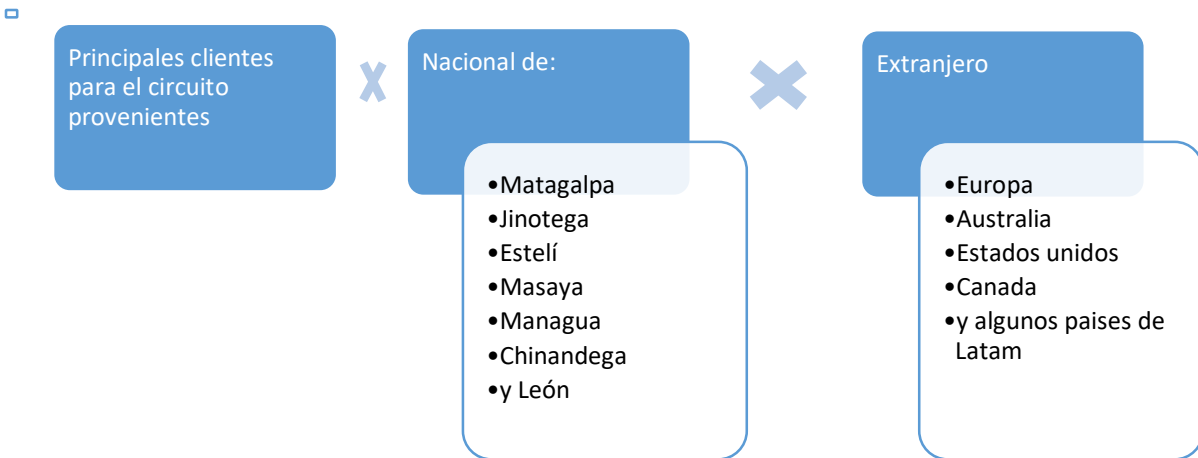
Los principales clientes que atrae la reserva natural Eco – Lodge serán todas aquellas personas que quieren vivir una experiencia inigualable, que les permita experimentar y conectar con la naturaleza.

En este sentido de senderismo se apuesta por el turista nacional, provenientes de los departamentos de Matagalpa, Jinotega, Estelí, Managua, Chinandega, León, Masaya y por extranjeros de los países de España y Estados Unidos.

Este segmento de mercado va dirigido también para los extranjeros ya por su nivel adquisitivo, el amor hacia la naturaleza y también por el clima cálido que caracteriza al país. Ya que en sus países no cuentan con lugares así para salir de la rutina y des – estresarse.

Una de las políticas de las rutas turísticas es ofrecer es un paquete de manera grupal de los participantes. Con una capacidad de atender a grupos de 15 a 20

personas por grupo. Algo que identifica a los turistas será la curiosidad de descubrir algo nuevo, relajarse y disfrutar del aire fresco y puro.



Esquema 2 Principales clientes.

Fuente: Elaborado por investigadores estudiantes de la carrera de Mercadotecnia.

• **Demanda total**

Los turistas que ya sea que estén motivado de forma grupal o individual están motivado por un determinado producto o servicio turístico con el principal objetivo de adquirirlo en un momento dado un precio establecido. En este caso este circuito va dirigido tanto como para niños, jóvenes, adultos y personas mayores. Desde los 8 años hasta los 65 y este tiene una aceptación adecuada ya que a través de las encuestas se concluyó que.

El 60% de las personas están dispuestas a vivir la experiencia de un circuito turístico que para ello sería algo nuevo, está formado por un conjunto de sensaciones y emociones interpretadas por los turistas. Por medio de una serie de estímulos durante toda la fase de este circuito turístico. Tomando como principal una experiencia vivida y con ganas de volver a vivir esa experiencia.

- **Participación del mercado**

La participación del mercado en Matagalpa, Jinotega, Estelí, Managua, Chinandega, Masaya y sus alrededores es extenso, así como también de los turistas extranjeros, de los cuales se estima que un porcentaje del 60% se interesa por vivir la experiencia de realizar un circuito turístico, el cual va de la mano el poder alojarse y hacer uso de sus prestaciones como las piscinas naturales, Mariposario, puente colgante, cascadas entre otros, donde igual manera tendrá una participación dentro de la localidad.

A demás de las actividades que se realizaran para aumentar su estadía en el lugar, los destinos turísticos de la zona del Tuma – La Dalia, siempre son buena opción para turistas nacionales y extranjeros, así como también visitantes.

Precio de venta

Naturevibe Tours Matagalpa - Nicaragua			
Número de personas por grupo	10	20	30
Transporte total	C\$ 6,300.00	C\$ 6,300.00	C\$ 6,300.00
Guía	C\$ 3,285.00	C\$ 3,285.00	C\$ 3,285.00
Valores por personas			
Costo del transporte C/U	C\$ 630.00	C\$ 315.00	C\$ 210.00
Costo del Guía C/U	C\$ 328.50	C\$ 164.25	C\$ 109.50
Souvenirs con publicidad del circuito P/persona	C\$ 800.00	C\$ 800.00	C\$ 800.00
Entrada a la cascada la Luna C/U	C\$ 252.00	C\$ 252.00	C\$ 252.00
Entrada a la reserva ecolodge la sombra C/U	C\$ 548.00	C\$ 548.00	C\$ 548.00
Hospedaje por noche, incluye alimentación	C\$ 1,825.00	C\$ 1,825.00	C\$ 1,825.00
Taller de artesanía	C\$ 360.00	C\$ 360.00	C\$ 360.00
Taller de elaboración de rosquillas	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00
Clases de Danza del norte (Polkas y Mazurcas) C\$200.00 P/H.	C\$ 400.00	C\$ 400.00	C\$ 400.00
Costo total por personas	C\$ 5,343.50	C\$ 4,864.25	C\$ 4,704.50
Margen de ganancia	15%	15%	15%
Valor al público	C\$ 6,145.00	C\$ 5,593.88	C\$ 5,410.17
Utilidad por persona	C\$ 801.50	C\$ 729.63	C\$ 705.67
Utilidad total	C\$ 6,946.50	C\$ 6,323.51	C\$ 6,115.84
IVA 15%	C\$ 1,041.98	C\$ 948.53	C\$ 917.38
Precio de venta C\$ por persona	C\$ 7,988.48	C\$ 4,686.93	C\$ 4,470.79
Precio de venta U\$ por persona	\$ 217.08	\$ 127.36	\$ 121.49

Tabla 4 Precio de venta.

Fuente: Elaborado por investigadores estudiantes de la carrera de Mercadotecnia.

Los precios que se brindarán al público serán tres tipos entre ellos tenemos; todo incluido pero, varia únicamente por la cantidad de personas que vivirán la experiencia en la cual, hay tres ofertas: una en la que el grupo sea de 10 personas que tendrá un valor de \$217.10 dólares por persona, en el segundo grupo que se conformara por 20 personas tendrá un valor de \$127.36 dólares, y el último paquete conformado por 30 personas tendrá un costo por persona de \$121.49 dólares. Tomando en cuenta todas las actividades a realizar, alimentación, alojamiento, guías turísticos y material de apoyo para la publicidad en el momento de estar viviendo el circuito turístico Naturevibe.

- **Paquetes Turísticos**

Precio paquetes turisticos				
costos/nombre del paquete	Naturevibe solitario	Naturevibe parejas	Naturevibe familia (4 personas)	Naturevibe estudiante
Transporte	C\$630.00	C\$1,200.00	C\$1,000.00	C\$500.00
Guia turístico	328	500	800	200
Souvenirs	300	600	1000	200
Entrada a cascada la luna	252	350	500	150
Almuerzo en cascada la luna	100	200	400	100
Taller de artesanias en barro	180	200	300	150
Taller de elaboración de rosquillas	200	400	700	180
aloj/alimentación en hotel la sombra	2373	3,500.00	6000	2,000
camping y fogata nocturna	100	100	200	100
taller de artesanias en ceramica negra	180	360	780	150
taller de danza (polkas y Mazurcas) 200 p/h	400	400	800	360
costo total de cada paquete	C\$5,043.00	C\$7,810.00	C\$12,480.00	C\$4,090.00
Margen de ganacia 15%	756.45	1,171.50	1,872.00	613.50
Valor al público	C\$5,799.45	C\$8,981.50	C\$14,352.00	C\$4,703.50
utilidad por paquete	C\$756.45	C\$1,171.50	C\$1,872.00	C\$613.50
utilidad total	C\$6,555.90	C\$10,153.00	C\$16,224.00	C\$5,317.00
IVA 10%	655.59	1015.3	1622.4	531.7
precio por paquete en C\$	C\$7,211.49	C\$11,168.30	C\$17,846.40	C\$5,848.70
precio por paquete en \$	C\$195.96	C\$303.49	C\$484.96	C\$158.93

Tabla 5 paquete turísticos.

Fuente: Elaborado por investigadores estudiantes de la carrera de Mercadotecnia.

- **Estimado de ventas**

Conforme el pronóstico de volumen de visitas que tendremos en el circuito turístico, se estima que en el primer año de proyección de 2023 tendremos alrededor de 30 grupos de personas interesadas en el circuito.

Para el año 2024 en año futuro se pretende de alrededor de 55 grupos de personas.

Para el año 2025 se estima aproximadamente 70 grupos de personas interesadas en el circuito turístico.

Para el año 2026 se estima un grupo de 90 personas que estarían visitando y haciendo uso del servicio y prestaciones del circuito turístico.

- **Medidas promocionales para el circuito turístico**

En un libro de “Introducción al estudio de turismo” se define como promoción turística o como una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico.

Nadie puede consumir lo que no conoce por eso no será necesario dar a conocer los atractivos y servicios al mayor número de personas posibles, que tengan las posibilidades de adquirirlo utilizando los medios adecuados para ello en el circuito turístico “Naturevibe tours” se tomará en cuenta publicidad, materiales de apoyo y relaciones públicas. Para ello se describe lo siguiente:

- Elaboración de artesanías en barro y en cerámica negra, así como también, de las tradicionales rosquillas (degustación y adquisición de productos):

Podrán elaborar su artesanía a su gusto utilizando los métodos adecuados y con guía de un experto en ello, también podrán vivir la experiencia de la elaboración de rosquillas como parte del circuito que se les estará ofreciendo, de esta manera promoveremos el turismo cultural y gastronómico nacional.

- Clases de danza de la zona norte del país (polkas y mazurcas), se les brindara una camisa cómoda, con el logo del tour o paquete turístico para que reciban las clases de danza:

Nos asociaremos con el Ballet Folclórico Guardabarranco de la ciudad de Matagalpa, para brindar las clases de danza del norte. De la mano con su directora la maestra Elsanía Álvarez Castillo.

Nos daremos a conocer a través de los siguientes recursos:

- De forma televisiva.

Haciendo uso de spots publicitarios donde se dé a conocer televisiva – mente en reportajes especiales y noticias de interés general de los canales más vistos en la nación. Dentro de Matagalpa en a través de Yes TV y Notimat, también en otros como canal 10, canal 2 y canal 13 que cuentan con mayor audiencia incluso de nacionales residentes en otros continentes, estos también tienen segmentos donde anuncian los distintos lugares turísticos y los visitan con tal de dar a conocer la oferta de la zona donde se estará realizando el circuito.

- Video marketing (Instagram IGTVs, reels y Facebook reels)

Ya que el contenido audio visual vende por sí solo, una de las funciones actuales que tiene Instagram son los IGTVs, son una especie de canal de TV integrado en la red social donde nos permitirá compartir videos de más de 15 Segundos, son videos cortos en los que se pueden incluir audios de artistas que están en tendencia en el año, posicionarse también dentro de YouTube donde cada vez más se encuentran potenciales turistas extranjeros.

- Colaboración con influencers o youtubers temáticos nacionales

Los ideales para la colaboración, nos comunicáramos con los jóvenes de **mochileros nicas, chico reyes rosas y pasaje en mano**, que son youtubers que se dedican en sus videos a viajar y dar a conocer lugares

turísticos impulsando así aún más el auge de visitas de nacionales y extranjeros. También la contratación de jóvenes matagalpinos que cuenten con una cantidad considerable de seguidores y que se expresen bien.

- **Redes sociales:**

Más del 90% de los clientes potenciales están en las redes sociales y no estar en ella es perder una de las oportunidades que más rentabilidad pueden dar. A través de la creación de perfiles propios de “Otro Mate

Tours” en Instagram, Facebook y WhatsApp. Para la comunicación directa con nuestro público potencial.

- Participación en ferias y exposiciones turísticas de la mano con el Intur (Instituto Nicaragüense de Turismo), para impulsar e incentivar a nuestros potenciales clientes.
- Asociaciones empresariales con hoteles, y administradores de destinos turísticos.
- Como materiales de apoyo se utilizarán folletos informativos de los lugares de destino y banner empresariales y publicitarios, suvenires que aportarán a la publicidad de Naturevibe tour como ya antes se menciona, durante y después del recorrido. Dentro del casco urbano de puntos céntricos en la ciudad de Matagalpa.

- **Estrategias de Marketing:**

El turismo es el sector económico más importante en el país, siendo una de las principales fuentes de ingresos. Lograremos nuestros objetivos como tour con las siguientes estrategias.

- Optimizando la notoriedad en la web y posicionamiento en Google.

Es necesario y de vital importancia dedicar esfuerzos en conocer todas las variables para lograr tener una buena presencia en Google.

- Dedicando recursos a canales sociales.

Teniendo un mayor compromiso de interacción a través de redes sociales, ya que muchos de los turistas planifican sus salidas de vacaciones en base a los impactos visuales y aceptaciones sociales que tienen en las redes.

- Colaborando con influencers o marketing de influencers.

Los influencers se han convertido en referentes sociales para un gran número de personas, los que se dedican a videos de turismo se han convertido en los mejores guías. Actualizándonos en las nuevas tendencias de actitudes sociales.

- Facilitando la toma de contacto a los turistas.

Ya que las personas extranjeras están optando más para realizar su auto gestión para búsquedas de cualquier duda o inconveniente que puedan tener. Además de páginas web y sociales, se requiere de una extensión de contacto rápido para estar siempre disponible mediante todo tipo de contactos.

- Brindando distintos métodos de pago:

El cliente de hoy en día busca tener a su alcance distintos métodos o modalidades de pago, por ello se les dará la opción de pago por deposito, transferencia, billetera móvil, o bien en efectivo en lugares autorizados. Donde para validar su compra del paquete turístico se tomará en cuenta sus datos tales como cedula de identidad, pasaporte, licencia de conducir para poder entregar los brazaletes de acceso o bien. Enviarlos para impresión de la persona en si donde se aplicaría un lector de código Qr para validar que sea originalmente enviado por nosotros y que no sea una réplica y como bien sabemos cada cliente tendrá un código de acceso.

- **Presupuesto de marketing**

Un presupuesto de marketing es un tipo de presupuesto que delimita el gasto de una empresa en el área del marketing durante un período de tiempo determinado. Debe ser asignado en función de la capacidad económica de la empresa y del retorno que se estime. Ya que este presupuesto está destinado a analizar a los consumidores y a diseñar acciones para incrementar el número de clientes de nuestro circuito turístico. Ya que todo el presupuesto de marketing va enfocado a adquirir una imagen bien posicionada o comunicarle a nuestro segmento sobre la experiencia que podrá vivir dentro de la oferta turística “Naturevibe Tours”.

Presupuesto de Marketing – Naturevibe Tours			
Estrategias	Actividades	Costo de cada actividad	Costo total Anual
Optimizar notoriedad en la Web y posicionamiento en Google.	Publicidad orgánica con 4 horas diarias.	C\$ 5,600.00	C\$ 67,200.00
Dedicar recursos a canales sociales	Videos promocionales cada 2 meses en Facebook e Instagram.	C\$ 7,728.00 córdobas	C\$ 46,368.00
Marketing de influencers o you tubers	Se contratara influencer 2 veces al año. Se contratara una vez al año a un youtubers.	\$160.00 dólares total en córdobas C\$5,888.00	Total anual en córdobas C\$11,776.00
Elaboración de Video Marketing	1 vez al mes.	\$200.00/C\$7,360.00	C\$88,320.00
Inversión en medios de comunicación (televisiva).	2 veces al año una en canales locales y otra en un canal departamental	C\$500.00 * 2 = C\$1,000.00	C\$2,000.00
Suvenires (brazaletes distintivos, camisas y gorras)	120 brazaletes mensuales, 120 camisas tallas variadas, 120 gorras, 4 veces al año.	C\$ 6000.00 córdobas brazaletes, C\$ 18,000.00 Camisas, C\$ 12,000 gorras. Total, C\$ 36,000.00	C\$ 144,000.00
Total presupuesto de marketing:			C\$ 359,664.00

Tabla 6 Presupuesto de Marketing

Fuente: Elaborado por investigadores estudiantes de la carrera de Mercadotecnia.

2.2. Plan Logístico

Descripción del proceso/operaciones

Para llevar un buen control y funcionamiento, primero se hará la contratación del personal cumpliendo así con uno de los objetivos el cual es brindar empleos a personas con o sin experiencia para que la adquieran de la mano con nosotros luego del proceso de reclutamiento, calificando que cumpla con los valores y estándares propuestos para brindar un buen servicio. Se trabajara de la mano con transporte Arauz para traer a los turistas al destino desde el punto de reunión.

Ya dentro del proceso para la realización de circuito a continuación el itinerario de los 4 días de estadía en Naturevibe:

Día 1 Naturevibe Tour		
Hora	Actividad	Tiempo
8:00 a.m. – 8:30 a.m.	Recepción de Turistas y entrega de Suvenires	30 minutos.
8:30 a.m. – 11:30 a.m.	Traslado al primer destino, con transportes Arauz.	3 hrs y 30 minutos.
11:30 p.m. – 12:30	Tiempo libre	30 minutos.
12:00 m.d. – 01:30 p.m.	Almuerzo en Cascada La Luna	1 hrs y 30 minutos.
1:30 p.m. – 3:30 p.m.	Taller Artesanía en barro	2 horas.
3:30 p.m. – 5:00 p.m.	Taller de elaboración de rosquillas.	1 hrs y 30 minutos.
5:00 p.m. – 5:40 p.m.	Degustación de rosquillas con café de cosecha propia del lugar.	40 minutos.
5:40 p.m. – 6:00 p.m.	Tiempo libre	20 minutos.
6:00 p.m. – 6:30 p.m.	Traslado a la reserva natural La Sombra Eco – Lodge y hotel del mismo nombre.	30 minutos.
6:30 p.m. – 7:00 p.m.	Instalación de los turistas en el hotel.	30 minutos.
7:00 p.m. – 8:30 p.m.	Cena	1 hrs y 30 minuto.
8:30 p.m. – 00.00 a.m.	Fogata y camping	4 hrs y 30 minutos

Tabla 7 Itinerario Circuito turístico Naturevibe Tour día 1.

Fuente: Elaborado por investigadores estudiantes de la carrera de Mercadotecnia.

Día 2 Naturevibe Tour		
Hora	Actividad	Tiempo
6:00 a.m. – 7:00 a.m.	Desayuno	1 hora
7:00 a.m. – 9:00 a.m.	Descanso (para realizar actividades del destino u ocio personal).	2 horas
9:00 a.m. – 12:00 m.d.	Senderismo y visita a cascada el Edén.	3 horas.
12:00 m.d. – 1:30 p.m.	Almuerzo	1 hora y 30 minutos
1:30 p.m. – 4:00 p.m.	Taller de Cerámica Negra	2 horas y 30 minutos
4:00 p.m. – 5:00 p.m.	Visita a los diferentes cultivos	1 hora
5:00 p.m. – 6:30 p.m.	Libre	1 hora y 30 minutos.
6:30 p.m. a 8:00 p.m.	Cena	1 hora y 30 minutos.
8:00 p.m. – 6:00 a.m.	Descanso	10 horas

Tabla 8 Itinerario Circuito turístico Naturevibe Tour día 2.

Fuente: Elaborado por investigadores estudiantes de la carrera de Mercadotecnia.

Día 3 Nature vibe Tour		
Hora	Actividad	Tiempo
6:00 a.m. – 7:00 a.m.	Desayuno	1 hora.
7:00 a.m. – 10:00 a.m.	Visita y uso de las piscinas ecológicas (opcional)	3 horas
10:00 a.m. – 12:00 m.d.	Clases de danza (polkas y mazurcas propias del norte)	2 horas
12:00 m.d – 2:00 p.m.	Almuerzo	2 horas
2:00 p.m. – 3:00 p.m.	Avistamiento de aves.	1 hora
3:00 p.m. – 5:00 p.m.	Visita al ranario y criadero de gusanos de seda	2 horas
5:00 p.m. – 6:00 p.m.	Libre	1 hora
6:00 p.m. – 7:30 p.m.	Cena	1 hora y 30 minutos
7:30 p.m. – 6:00 a.m.	Descanso (tiempo libre)	11 horas y 30 minutos

Tabla 9 Itinerario Naturevibe Tour día 3.

Fuente: Elaborado por investigadores estudiantes de la carrera de Mercadotecnia.

Día 4 Naturevibe Tour		
Hora	Actividad	Tiempo
6:00 a.m. – 7:00 a.m.	Desayuno/refrigerio (opcional).	1 hora
7:00 a.m. – 8:30 a.m.	Preparación para partir	1 hora y 30 minutos
8:30 a.m. – 9:00 a.m.	Entrega de recuerdos a turistas mientras se suben al Transporte.	30 minutos
9:00 a.m. – 12:00 m.d.	Regreso al punto de reunión	3 horas

Tabla 10 Itinerario Naturevibe Tour día 4

Fuente: Elaborado por investigadores estudiantes de la carrera de Mercadotecnia.

Este itinerario representa las actividades tanto de los turistas, como también el del personal encargado del circuito, alojamiento, alimentación y transporte.

- **Localización del negocio**

Estar mejor localizado que nuestra competencia, una mejor infraestructura y tener una mayor cercanía al mercado, genera ventajas competitivas que deben ser aprovechadas por las diferentes empresas.

Para llevar a cabo la recepción y ventas de cupos para vivir la experiencia se necesita un local, para brindar mejor confiabilidad al turista extranjero y local. Por lo tanto se llegó a la decisión de alquilar un módulo en la calle central de la ciudad de Matagalpa, la cual se encuentra del parque Rubén Darío 2 cuadras y media al norte, en la primera planta contigua a farmacia Oziris central. Donde también a continuación se encuentra la ubicación geográfica del circuito.

- **Distribución física del negocio**

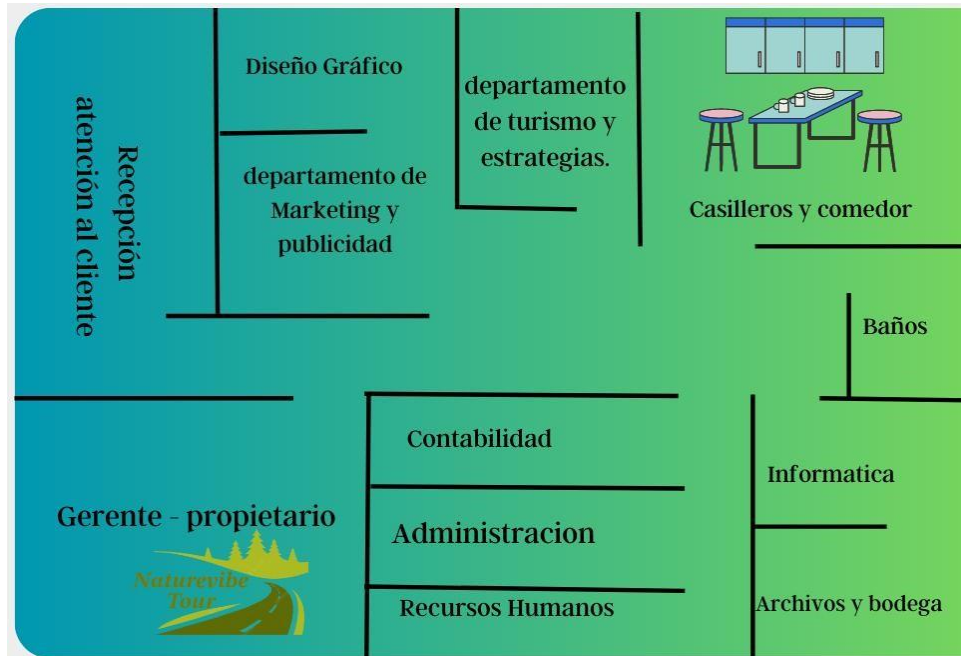


Ilustración 5 distribución física del negocio con sus departamentos administrativos.

Fuente: Elaborado por investigadores estudiantes de la carrera de Mercadotecnia.

Esta distribución física es la actividad de la organización, encargada de realizar el desplazamiento material de los productos por los canales de distribución para ser entregados al consumidor o en este caso ofertar el circuito turístico ubicado en el Tuma – La Dalia, con la oferta de los destinos turísticos.

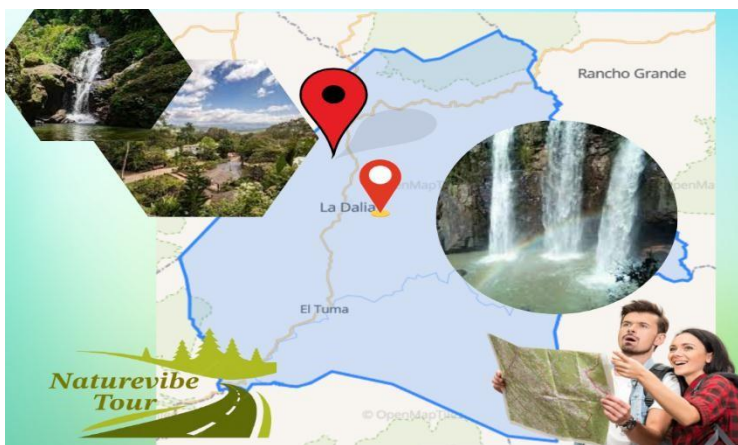


Ilustración 6 oferta turística del Tuma - La Dalia.

Fuente: Elaborado por investigadores estudiantes de la carrera de Mercadotecnia.

En el cual si visitaran estos dos destinos ricos en naturaleza, cultura y economía sostenible de esta ubicación. Con una oferta turística, natural, de aventura, cultural y sobre todo con un clima espectacular, en cuales el turista podrá tener una actividad sensorial de excelencia.

Recursos Materiales: materia prima, materiales e insumos.

Dentro de los recursos humanos, que se requieren para poner en marcha el negocio, es personal administrativo como lo serian gerente de recursos humanos, reclutamiento de nuevo personal o capacitación. Administrador general graduado de esa carrera o de otra ciencia económica y un asistente. Un departamento de contabilidad, con licenciados con enfoque en contabilidad o carreras afines.

Departamento de marketing y publicidad, perfil de graduado en mercadotecnia. Técnico o licenciado en diseño gráfico. Oficina de turismo con un graduado de la carrera de turismo sostenible o un técnico con experiencia mínima de un año. Departamento de informática, con un ingeniero en informática para seguimientos y actualizaciones de nuevos software, recepción y atención al cliente (técnico o pasante). Ya en la realización del circuito, también se incluye un guía turístico contratado independiente. 2 personas expertas en artesanías en barro y en cerámica negra, también con la alianza de la directora del ballet folclórico Guardabarranco Matagalpa, para impartir el taller de danza (polkas y mazurcas).

Los recursos financieros con los que se contarán es con una sociedad conformada por 4 cuatro personas las cuales con capital propio cada uno pondrá un 25% por ciento para trabajar por acciones, se contará una línea de crédito y también con un sistema abierto para inversionistas.

Dentro de los recursos materiales que se requieren son: papelería y útiles de oficina, escritorios y sillas de escritorio, casilleros, sillas de espera, archiveros, camisas de uniformes, vitrinas para el almacenamiento de suvenires etc.

Como material o recurso tecnológico, se ocuparan 9 computadoras, 3 impresoras, 9 teléfonos convencionales, 1 Smartphone corporativo para atención al cliente, Impresora de Boucher, 2 modem wifi, auto corporativo, abanicos etc.

- **Equipos maquinaria**

Los equipos o maquinaria que más se utilizarían son más que todo parte de las oficinas donde lleva a cabo todo el proceso logístico para, prospección, captación y retención para efectución de la compra de su cupo para el circuito turístico del turista ya sea nacional o extranjero.

Donde entran en juego las impresoras para poder hacer físicas las hojas donde se llenan las solicitudes o se comprueban y archivan los requisitos de los turistas para así llevar un orden y un registro viable para el buen funcionamiento organizacional en Naturevibe.

- **Instalaciones**

Ya en instalaciones para el almacenaje de los materiales, se contara con la entrega por parte de los proveedores dos días antes del viaje, en la que habrá una calendarización de entrega para el taller de artesanías en barro en cascada la luna, y cerámica para la sombra Eco - Lodge, y la masa para la elaboración de rosquillas en cascada la luna.

Así como también, el almacenaje de las tiendas de campaña para la actividad de camping en la reserva natural la sombra, fogata con pelusa para no contribuir a la tala de árboles y daño del medio ambiente.

- **Recursos humanos**

Dentro de los recursos humanos del circuito turístico Naturevibe, se conforma por:

Personal administrativo de recursos humanos: como lo serian gerente de recursos humanos, para reclutamiento de nuevo personal, capacitación y sus diferentes funciones.

Administrador: Administrador general graduado de esa carrera o de otra ciencia económica y un asistente de él.

Departamento de Marketing (perfil de graduado en mercadotecnia.): es el personal que realizara todos los procesos de relaciones públicas para el encadenamiento entre empresas que cuenten con un destino y con personas que ofrezcan servicios independientes, ejecutar el plan promocional e ir planteando estrategias para posicionarse, mantenerse y brindar un servicio variado según la temporada en circuito turístico “Naturevibe tour”.

Personal de contabilidad: Es el que se encargará de llevar el control de los bienes monetarios del equipo de trabajo.

Oficina de turismo: con un perfil de graduado de la carrera de turismo sostenible o un técnico con experiencia mínima de un año.

Departamento de informática: con un ingeniero en informática para seguimientos y actualizaciones de nuevos software

Técnico o licenciado en diseño gráfico: para la creación, e implementación de las ideas propuestas para llevar a cabo y llegarle al cliente a través de ello.

Recepcionista y atención al cliente: Es el encargado de la contratación del turista extranjero y locales para el aseguramiento de dicho circuito turístico. (Pasante de una carrera que tenga que ver con atención al cliente o curso de marketing con enfoque al cliente)

Personal de danza: El taller de danza se llevará a cabo de la mano con el Ballet Folklórico guardabarranco.

Personal de senderismo: Este personal se encargara de guiar al turista por la reserva La Sombra Ecolodge, hasta llegara a cascada el Edén donde se realizaran dos actividades.

Guía turístico local independiente: Es el personal encargado de realizar el recorrido desde su inicio de partida que será en el punto de reunión en el Aeropuerto Augusto Cesar Sandino hasta su retorno.

Personal de elaboración de las rosquillas: Para esta actividad el personal encargado llevará acabo la presentación de la elaboración de las rosquillas con el objetivo que el turista pueda apreciar cómo es su proceso y tenga la oportunidad de

poder elaborar y degustar las rosquillas acompañadas del café cosechado de la mano de las personas que cultivan y procesan el café cerca de cascada la luna.

Proveedores

Servicio/socios del circuito turístico	Alojamiento	Transporte	Alimentación
	Hotel La Sombra Eco – Lodge.	Transportes Arauz (Ida y Vuelta del destino).	Almuerzo en cascada la luna
			En hotel la Sombra 2 desayunos, 2 almuerzos, 3 cenas y un refrigerio.

Tabla 9 Socios del circuito turístico.

Fuente: Elaborado por investigadores estudiantes de la carrera de Mercadotecnia.

Para la movilización se crea convenio con transportes Arauz, el cual se hará el recorrido ida y vuelta hacia los destinos turísticos.

Hotel La Sombra Eco - Lodge: Se tendrá un acuerdo en la reserva natural la Sombra y el hotel del mismo nombre, para el alojamiento y alimentación de los turistas nacionales y extranjeros.

Operador Turístico: ya que operaríamos como operador o recepcionador, nos encargaremos de proporcionar, crear y mantener paquetes turísticos para nuestros clientes actuales y futuros.

Proveedor del Maíz: Se le comprara a un cultivador local se tendrá la adquisición del maíz, necesario para llevar a cabo así la actividad de la elaboración de las rosquillas.

Proveedor de barro y cerámica negra: Se adquirirá el barro por parte de una persona encargada de proporcionar la materia prima, para la elaboración de las artesanías y que los turistas puedan observar su proceso de creación con la

oportunidad de que ellos aprendan a moldear ciertos objetos en base a barro y cerámica negra.

Proveedor de trajes para danza de polkas y mazurcas: la academia Ballet Folklórico guardabarranco será quien proporcione la música, trajes y las clases de bailes que se van impartir para la actividad.

2.3. Plan de Organización

Organigrama

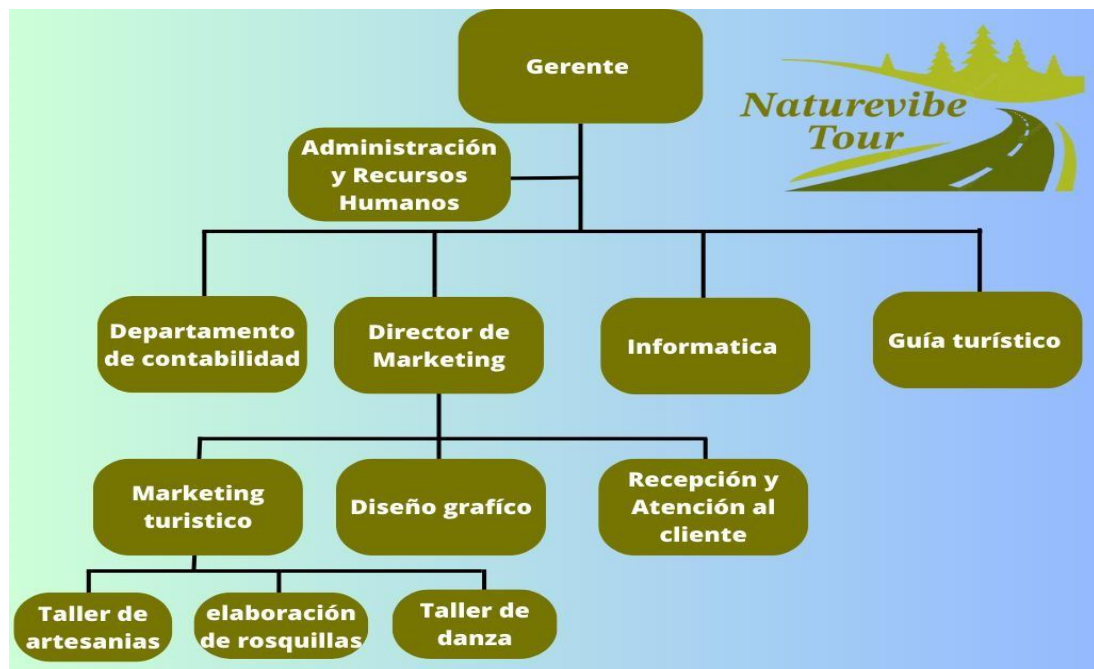


Ilustración 7 Estructura organizacional Naturevibe tour.

Fuente: Elaborado por investigadores estudiantes de la carrera de Mercadotecnia.

Cargos

- Gerente – propietario.
- Administrador
- Departamento de recursos humanos.
- Director contable.
- Director de marketing.
- Ejecutivo de marketing turístico.

- Encargado del taller de artesanías
- Encargado del taller de elaboración de rosquillas.
- Encargada de taller de danza
- Ejecutivo de diseño gráfico.
- Recepcionista
- Ing. Informático.
- Guía Turístico.

Funciones

Gerente – propietario:

Organizará los recursos de la sociedad. Definirá la misión y visión de donde se va a dirigir la organización en un corto, medio y largo plazo, entre otras muchas tareas.

También fijara una serie de objetivos que marcan el rumbo y el trabajo de esta.

Administración:

Este departamento se encargara de facilitar la gestión dentro de Naturevibe en cuanto a planificar movimientos, organizar y coordinar actividades en tiempo y forma, dirigirá al personal de cerca, también realizara informes y presupuesto conformes a cumplimientos o no de las metas y objetivos de la sociedad.

Departamento de recursos humanos:

Para alcanzar un desarrollo y cumplimientos de objetivos tiene que existir este departamento, ya que la gestión del personal cualificado tiene ventaja sobre la competencia. Por lo tanto para Naturevibe tour, deberá diseñar y elaborar nuevos perfiles de trabajo, contratara y seleccionara al colaborador adecuado, ayudara a la formación y desarrollo del personal a través de capacitaciones para que realicen sus tareas de maneras eficientes. Deberá diseñar beneficios para los colaboradores y

compensaciones sin afectar las finanzas de Naturevibe tour, ya que forman parte principal de gastos totales de la organización dedicada a ofrecer los destinos turísticos. Llevará también una gestión e informe del rendimiento de los colaboradores.

Director contable:

Gestionar y controlar operaciones diarias del departamento de contabilidad. Manejar y controlar los datos contables. Elaborar informes y estados financieros. Coordinar y llevar a cabo auditorias anuales. Establecer y mantener archivos y registros fiscales para documentar transacciones, cumplir objetivos de contabilidad financiera entre otros.

Director de marketing:

Las funciones a realizarse en este departamento se enfocan a “ganar mercado y generar riquezas”. Las cuáles son las siguientes: realizara investigaciones de mercado, donde analizara las necesidades de los potenciales turistas, preferencias, gustos, deseos, hábitos y costumbres. Evaluará constantemente el cómo nos encontramos frente a la competencia en cuanto a la participación en el mercado de las ofertas turísticas, realizara promoción de ventas, se comunicara con el mercado a través de los distintos canales que resulten efectivos para ese fin. Creará y planificara estrategias entorno a alcanzar los objetivos. Implementara dichas estrategias. Evaluación de recepción (Post – venta). Constantes adaptaciones a los cambios e innovaciones en ventas e impulsar interacción empresa – cliente.

Ejecutivo de Marketing turístico:

Planificar y supervisar el desarrollo, implementación y administración de los programas de mercadeo turístico. Mediante la coordinación de operaciones turísticas, gestionar la identidad de la marca, desarrollo y asociaciones/relaciones para promover los objetivos de marketing. Brindar apoyo y supervisión de eventos

especiales que promueven el turismo y una imagen de marca positiva, en este caso las actividades que se llevaran a cabo en el circuito Naturevibe, donde dirigirá e informara sobre el desarrollo de estas.

Encargado del taller de artesanía en barro y cerámica negra:

Durante la actividad que se realizara, le explicara y mostrara a los visitantes el proceso para la elaboración de estas bellas piezas en barro y cerámica negra propias de la historia y cultura nicaragüense.

Encargada de taller de elaboración de roquillas:

Les mostrara el proceso de maíz y el horno tradicional, les dará la clase paso a paso sobre la elaboración de esta gastronomía la cual también forma parte de la cultura de Nicaragua, para luego ser degustadas con café por la tarde.

Encargada del taller de danza:

La alianza con la directora del ballet folclórico guardabarranco Matagalpa. Nos brindara una mañana alegre y placentera en uno de los destinos turísticos donde estará situado el circuito. Mostrando paso a paso los bailes de polkas y mazurcas del norte del país, propias de Matagalpa.

Recepción y atención al cliente:

Proporcionará la bienvenida a los clientes turistas que visiten las instalaciones y atender consultas o quejas por llamadas.

También en atención al cliente habrá una persona encargada de darles seguimiento a los clientes a través de administración de redes y páginas web, brindarles un buen servicio y experiencia de compra será una prioridad, sin distinción tipológica.

Departamento de Diseño gráfico:

Parte fundamental de Naturevibe, está también en el área de diseño. A través de reuniones o solicitar reuniones con el departamento de marketing y publicidad, calendarizar el proceso creativo, diseñar bocetos y presentar bocetos en portafolio, seleccionar y coordinar a otros profesionales independientes de fotografía e imprentas, supervisar estos procesos. Poner en práctica las habilidades en el paquete de Adobe. Debe realizar un informe de presupuesto para cada proyecto.

Departamento de informática:

Gestionar los datos a través de software y notoriedad en respuesta rápida con automatización de procesos para que la tecnología se integre a las actividades del personal. Gestión y mantenimiento de sistemas informáticos. Planes de mitigación para la seguridad y datos tecnológicos de Naturevibe. Garantizar las relaciones con proveedores de tecnología externos y equipos de soporte.

Guía Turístico (independiente):

Ofrecerá a los turistas la información sobre las características culturales, naturales y de actividad económica donde se llevara a cabo el circuito, brindara guía a turistas locales y extranjeros que compren alguno de los paquetes turísticos, y debe ofrecer orientación en el idioma que predomine en los turistas para su mayor comprensión.

Selección del personal:

Según (Ortega, 2022) la selección de personal es el proceso que se sigue para la contratación de un empleado en una organización. Inicia desde que una persona se postula para una vacante o en el momento en el que el reclutador ha encontrado un perfil interesante y culmina con la contratación de un nuevo compañero de trabajo.

Momento en el que la empresa u organización busca un perfil adecuado, para la vacante dentro de esta para lo cual empieza el reclutamiento por medio de los

documentos con el que el postulante demuestre tener las cualidades que se requieren.

Se llevara a cabo el proceso de selección del personal, en base a su perfil académico y experiencia laboral. Así como también se permitirá el acompañamiento de pasantes en donde también podrán crecer en las distintas áreas administrativas dependiendo su curso y nivel de estudio.

Capacitación del personal:

El departamento de recursos humanos de la mano con los demás directivos serán los encargados de capacitar y brindar acompañamiento a nuevos colaboradores o bien actuales a los que se les retroalimentara las bases y enfoques de Naturevibe. De manera que el aprendizaje sea oportuno, claro y eficiente, sin afectar el funcionamiento laboral del día a día, mensual identificara a la persona adecuada para brindar las capacitaciones, determina el lapso de de tiempo estimado de 1 hora en un día poco concurrido. También será flexible con personal que por problemas justificables y verificables no puedan asistir.

2.4. Plan Financiero

• Plan de proyecciones

Plan de proyecciones del circuito turístico de Nature vibes tour			
	Abril 2023	Mayo 2023	Junio 2023
Alquiler de bus	3265.00	3,350.00	3,400.00
Sueldo al personal de marketing	4,600.00	4,600.00	4,600.00
Sueldo al personal de contabilidad	4,600.00	4,600.00	4,600.00
Taller de artesanía	1,825.00	1,825.00	1,825.00
Personal de danza	400.00	400.00	400.00
Elaboración de rosquilla	200.00	200.00	200.00
Entrada a la reserva Eco -Lodge La Sombra	548.00	548.00	548.00
Personal de camping	1,480.00	1,480.00	2,000.00
Personal de senderismo	1,480.00	1,480.00	2,000.00
Guía turístico independiente	2,285.00	2,285.00	2,500.00
+Entrada a cascada luna	252.00	252.00	252.00
Hospedaje por noche	1,825.00	1,825.00	1,825.00
Costo total por persona	4,704.50	4,704.50	4,704.50
Suvenires con publicidad del circuito	800.00	800.00	800.00
Total gastos financieros	28,264.00	28,349.50	29,654.50

Tabla 10 Plan de proyecciones Naturevibe Tour.

Fuente: Elaborado por investigadores estudiantes de la carrera de Mercadotecnia.

En esta tabla de plan de proyecciones del circuito turístico de Nature vibes tour, se puede observar todos los recursos financieros a usarse, por el plazo de tres meses en el que se promedia todos los sueldos de las personas que se están dentro del circuito por ende podemos demostrar el aumento de algunos de algunos alquileres de bus y sueldo del personal, ya que se toma en cuenta el cambio climático o condiciones que se presenten en dicho mes y la movilidad de las personas conforme al mes. Tomando en cuenta también los cambios en sus respectivos totales a la hora de hacer la sumatoria para cada mes que en este caso es abril con un total de gasto: 28, 264.00, Mayo: 28,349.50, Junio: 29,654.50.

- **Plan de inversión**

Plan de inversión del Circuito Turístico Naturevibe Tours			
	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Gerente de RRHH	C\$ 14,580.00	C\$ 14,880.00	C\$ 15,000.00
Administrador general	10,000.00	10,500.00	10,800.00
Departamento de contabilidad	12,200.00	12,200.00	12,500.00
Departamento de marketing	14,500.00	14,500.00	15,500.00
Oficina de turismo	10,000.00	10,000.00	10,000.00
Departamento de informática	18,100.00	18,100.00	18,100.00
Programas de software	25,000.00	25,000.00	25,500.00
Área de recepción	9,500.00	9,500.00	9,500.00
Área de atención al cliente	9,850.00	9,850.00	9,850.00
Presupuesto anual de marketing	359,664.00	366,857.28	374,194.46
Maquinarias	38,240.00	38,240.00	38,240.00
Mobiliario	34,000.00	34,000.00	34,000.00
Total gastos inversión	555,634.00	563,627.28	573,184.46

Tabla 11 Plan de inversión Naturevibe

Fuente: Elaborado por investigadores estudiantes de la carrera de Mercadotecnia.

En la tabla del plan de inversión del Circuito Turístico Naturevibe Tours, se puede apreciar toda la inversión requerida a plazo de 3 años, con el objetivo de ampliar y mejorar dicho circuito turístico, donde esta inversión puede brindar un valor al circuito turístico que va más allá del dinero, dándose así la oportunidad de nuevos inversionistas y una marca reconocida, donde por otro lado nos dio una sumatoria total de inversiones en el año 2023: 555,634.00, en el año 2024: 563,627.28 y el último año nos dio una sumatoria de 573,184.46.

- **Flujo de efectivo**

Gastos/meses	Enero	Febrero	Marzo
Servicios básicos	C\$3,000.00	C\$ 2,900.00	C\$ 2,800.00
Costo de servicio	28,264.00	28,349.50	29,654.50
Gastos administrativos	20,000.00	20,000.00	20,000.00
Mantenimiento	10,000.00	10,000.00	10,000.00
CIF	9,000.00	8,500.00	8,000.00
	70,264.00	69,749.50	70,454.50
Total en ventas	134,123.70	136,050.00	136,900.00
Total efectivo	63,859.00	66,300.50	66,445.50

Tabla 12 Flujo efectivo de Naturevibe

Fuente: Elaborado por investigadores estudiantes de la carrera de Mercadotecnia.

Este es uno de los estados financieros básicos y fundamentales para el informe, análisis de las variaciones en los movimientos de efectivo y sus equivalentes en un periodo dado en Naturevibe. Con este elemento damos a conocer el aprovechamiento de los recursos, en las actividades operativas, administración y financiamiento de este.

2.5. Cronograma de Actividades
NATUREVIBE TOUR ACTIVIDADES

Cronograma de actividades																		
N°	Actividades	Enero				Febrero				Marzo				Abril				
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	
1	Estructuración del personal																	
2	Capacitación del personal																	
3	compra de materiales para actividades																	
4	Implementación de plan promocional																	
5	Implementación de estrategias de marketing																	
6	Asistencia a clientes																	
7	Preparación de los destinos turísticos																	
8	Reunion con los turistas para empezar el tour																	
9	Entrega de Souvenirs																	
10	Transporte Al primer destino Turístico																	
11	Taller de Artesanias en Barro																	
12	Taller de elaboración de rosquillas																	
13	Traslado al segundo destino Turistico																	
14	Realización de actividades del destino turístico																	
15	Taller de artesanía en cerámica negra																	
16	Taller de Danza (polkas y mazurcas)																	
17	Preparación para partir																	
18	Entrega de recuerdos a turistas																	
19	transporte de regreso al punto de reunión																	
20	Servicio post tour																	
21	Control y evaluación de resultados																	

Tabla 13 Cronograma Actividades

Fuente: Elaborado por investigadores estudiantes de la carrera de Mercadotecnia.

3. Material Complementario

3.1. Bibliografía

Bibliografía

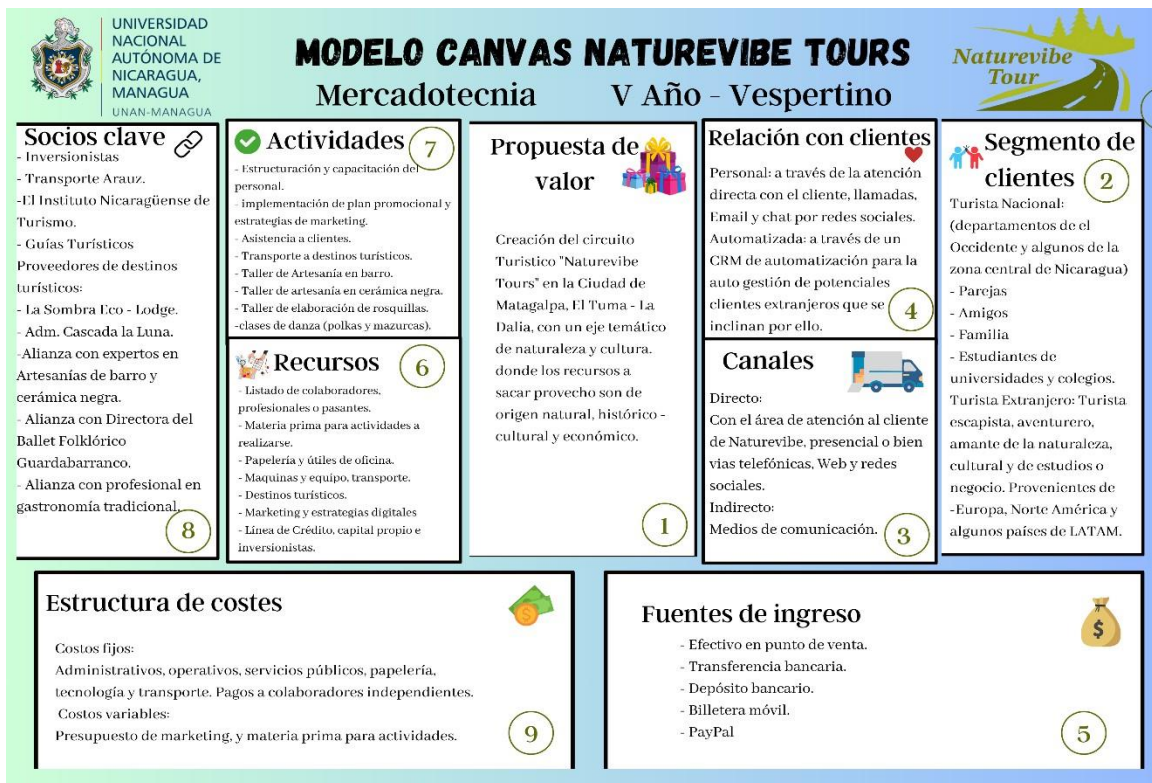
- Dirección del trabajo. (7 de octubre de 2021). *Dirección del trabajo*. Obtenido de Que es viatico: <https://www.dt.gob.cl/portal/1628/w3-article-60238.html>
- docisign, C. d. (30 de Marzo de 2022). *DocuSign*. Obtenido de Contratación de servicios: <https://www.docusign.mx/blog/contrato-de-prestacion-de-servicios>
- Epinoza, R. (6 de julio de 2021). *LinkedIn*. Obtenido de novedad de proyecto: <https://es.linkedin.com/pulse/recomendaciones-para-proyectos-dedesarrollo-manejar-la-epinoza>
- Financiera, N. (2004). *Fundamentos de negocio*. Obtenido de presupuesto: https://www.nafin.com/portalInf/files/secciones/capacitacion_asistencia/pdf/Fundamentos%20de%20negocio/Contabilidad/contabilidad3_1.pdf
- j-martens. (8 de marzo de 2023). *Microsoft*. Obtenido de Que es solución: <https://learn.microsoft.com/es-es/visualstudio/get-started/tutorial-projectssolutions?view=vs-2022>
- Jose Saavedra. (7 de agosto de 2023). *Escuela británica de artes creativas y tecnología*. Obtenido de ¿Qué es el modelado 3D y cómo funciona?: <https://ebac.mx/blog/que-es-el-modelado-3d#:~:text=Los%20modelos%203D%20se%20utilizan,pe%C3%ADculas%20y%20programas%20de%20televisi%C3%B3n>.
- Lopez Cano, R. (29 de enero de 2009). *tareas de investigacion*. Obtenido de actividades de un proyecto: <http://rlopezcano.blogspot.com/2021/01/tareasde-investigacion-la-metodologia.html#:~:text=Las%20tareas%20de%20investigaci%C3%B3n%20no,metodolog%C3%ADa%20de%20investigaci%C3%B3n%20reconocida%20acad%C3%A9micamente>.
- Lucidchart. (2023). *Lucidchart*. Obtenido de ciclo del proyecto: <https://www.lucidchart.com/blog/nailing-the-project-management-closureprocess>
- Miguel, R. (31 de enero de 2017). *GRUPO LEBBYAC*. Obtenido de Materiales y insumos: http://www.lebbyac.com/manual2/Procedimientos_generales/insumos.html
- mixideas. (30 de agosto de 2016). *El blog de mixideas*. Obtenido de Propuesta de valor: <https://www.mixideas.com/propuesta-de-valor-de-una-empresaejemplos/#:~:text=Un%20ejemplo%20de%20propuesta%20de,principales%20que%20aportas%20o%20resuelves>.
- Narvaez, M. (07 de Julio de 2023). *QuestionPro*. Obtenido de Oportunidades de mercado: <https://www.questionpro.com/blog/es/oportunidades-de-mercado/>
- Ortega, C. (17 de julio de 2022). *seleccion del personal*. Obtenido de Selección de personal. ¿que es y como hacerlo correctamente?: <https://www.questionpro.com/blog/es/seleccion-de-personal/>
- Ortegón, E. (2005). Metodología del marco lógico. En E. Ortegón, j. F. Pacheco , & A. Prieto. Wrike. (2023). *Wrike*. Obtenido de visibilidad: <https://www.wrike.com/es/professional-services-guide/visibilidad-de-unproyecto/>

3.2. Anexos (gráficos, tablas, esquemas, maquetas, galería de fotos y otros).



Anexo 1 Ilustración 8 1er Diseño 3D Circuito Turístico.

Fuente: Elaborado por investigadores estudiantes de la carrera de Mercadotecnia.



Anexo 2 Ilustración 9 Modelo Canvas NatureVibe Tour.

Fuente: Elaborado por investigadores estudiantes de la carrera de Mercadotecnia.



Anexo 3. *Ilustración 10 Primer destino turístico Cascada La Luna Fuente:*

tomada de la página de Facebook.



Anexo 4. *Ilustración 11 Segundo destino turístico La sombra Ecolodge*

Fuente: tomada de la página del INTUR