



**FACULTAD DE POSTGRADO
TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN**

**PREFACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA DE
CAPACITACIONES EN LA CIUDAD DE LA CEIBA**

SUSTENTADO POR:

**AMY NICOLLE CRUZ DOBLADO
ROSA DARIELA HIDALGO ERAZO**

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE

**MÁSTER EN
DIRECCIÓN EMPRESARIAL**

LA CEIBA, ATLANTIDA, HONDURAS, C.A.

SEPTIEMBRE, 2023

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC**

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTORA

ROSALPINA RODRÍGUEZ

VICERRECTOR ACADÉMICO NACIONAL

JAVIER ABRAHAM SALGADO LEZAMA

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

DIRECTORA NACIONAL DE POSTGRADO

ANA DEL CARMEN RETTALLY VARGAS

**PREFACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA DE
CAPACITACIONES EN LA CIUDAD DE LA CEIBA**

**TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE**

MÁSTER EN

DIRECCIÓN EMPRESARIAL

ASESOR METODOLÓGICO

Ms. MIRNA ISABEL RIVERA

ASESOR TEMÁTICO

Ms. MAURICIO JAVIER MELGAR

MIEMBROS DE LA TERNA:

NOMBRE COMPLETO EVALUADOR 1

NOMBRE COMPLETO EVALUADOR 2

NOMBRE COMPLETO EVALUADOR 3

DERECHOS DE AUTOR

© Copyright 2023
Amy Nicolle Cruz Doblado
Rosa Dariela Hidalgo Erazo

Todos los derechos son reservados.



FACULTAD DE POSTGRADO

PREFACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA DE CAPACITACIONES EN LA CIUDAD DE LA CEIBA

**Amy Nicolle Cruz Doblado
Rosa Dariela Hidalgo Erazo**

Resumen

En el presente informe de investigación tiene como objetivo mostrar los resultados de prefactibilidad económica para la creación de una empresa de capacitaciones empresariales de La Ceiba, debido a que actualmente no se cuenta con una empresa de este rubro en la ciudad, teniendo como planteamiento de problema se definió así: ¿Es viable económicamente la creación de una empresa de capacitación empresarial en la Ceiba?

Como objetivo general se estableció determinar la factibilidad de demanda de mercado, requisitos técnicos y de evaluación financiera para la implementación de la empresa de capacitaciones en La Ceiba. Para cumplir con dicho objetivo esta investigación se manejó bajo un enfoque mixto, no experimental, transversal, descriptivo y no probabilístico, también se realizó tres estudios para conocer si es o no rentable el proyecto, el estudio de mercado, técnico y financiero. Según los resultados se aceptó la hipótesis de la investigación ya que la TIR es mayor a la tasa de costo de capital promedio ponderado. Gracias al estudio técnico se localizó el local en Plaza Santa Mónica. La inversión para este proyecto se planificó con fondos propios y financiamiento con un 40% y 60% su estructura de capital respectivamente.

Palabras claves: (Capacitaciones, Empresa, Mercado, Estados Financieros, Viabilidad)



GRADUATE SCHOOL

PREFEASIBILITY OF A TRAINING COMPANY IN THE CITY OF LA CEIBA

Amy Nicolle Cruz Doblado
Rosa Dariela Hidalgo Erazo

Abstract

The objective of this research report is to show the prefeasibility results for the creation of a business training company in La Ceiba, because there is currently no company in this field in the city, with the problem statement being: defined as follows: Is the creation of a business training company in La Ceiba economically viable?

The general objective was established to determine the feasibility of market demand, technical requirements, and financial evaluation for the implementation of the training company in La Ceiba. To meet this objective, this research was handled under a mixed, non-experimental, transversal, descriptive and non-probabilistic approach. Three studies were also carried out to find out whether the project is profitable or not, the market, technical and financial study. According to the results, the alternative hypothesis was accepted since the IRR is greater than the weighted average capital cost rate. Thanks to the technical study, the premises were located in Plaza Santa Mónica. The investment for this project was planned with own funds and financing with 40% and 60% of its capital structure, respectively.

Keywords: (Training, Company, Market, Financial Statements, Viability)

DEDICATORIA

Dedico mi Tesis en primera instancia a Dios nuestro padre Celestial, quien me ha brindado la fuerzas y entendimiento para culminar este proyecto, a mi Familia que de manera económica y motivadora me ha impulsado a seguir estudiando y son el motivo por el cual quiero seguir adquiriendo nuevos conocimientos a fines a mi carrera como profesional, para finalizar la Maestría en Dirección Empresarial orientado a las Finanzas.

AMY NICOLLE CRUZ DOBLADO

Dedico el resultado de este proyecto en primer lugar a Dios por darme la sabiduría y conocimiento para poder culminar esta etapa profesional, por poner en mi camino a las personas indicadas en el momento preciso. Agradezco a mi madre que me ha apoyado durante todo este proceso de aprendizaje, gracias por enseñarme afrontar las dificultades y a nunca rendirme.

ROSA DARIELA HIDALGO ERAZO

AGRADECIMIENTO

A la universidad Tecnológica de Centroamericana por ofrecernos la oportunidad de una especialización en una institución de prestigio.

A cada uno del catedrático que formaron parte de durante todo este proceso de enseñanza-aprendizaje, por compartir sus conocimientos en cada uno de los espacios formativos.

A nuestros asesores, metodológico y temático quienes pacientemente invirtieron de su valioso tiempo para que pudiéramos finalizar con éxito este proyecto.

A cada una de las empresas de la ciudad de La Ceiba por habernos colaborado con las diferentes entrevistas y así poder darnos cuenta de que tan aceptable seria nuestro proyecto en la ciudad.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	vii
AGRADECIMIENTO	viii
ÍNDICE DE CONTENIDO	ix
ÍNDICE DE TABLA.....	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xvi
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1 INTRODUCCIÓN	1
1.2. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	2
1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	3
1.3.1. ENUNCIADO DEL PROBLEMA.....	3
1.3.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	4
1.3.3. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	4
1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	4
1.4.1. OBJETIVO GENERAL	4
1.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	5
1.5 JUSTIFICACIÓN.....	5
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	7
2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	7
2.1.1 ANÁLISIS DE MACROENTORNO	7
2.1.2 ANÁLISIS DE MICROENTORNO.....	8
2.1.3 ANÁLISIS INTERNO	9
2.2 CONCEPTUALIZACIÓN.....	9
2.3 TEORÍAS DE SUSTENTO	13
2.3.1 BASES TEÓRICAS	13
2.3.2 METODOLOGÍAS DESARROLLADAS	16
2.3.3 INSTRUMENTOS UTILIZADOS.....	17

2.4	MARCO LEGAL	18
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA		19
3.1	CONGRUENCIA METODOLÓGICA.....	19
3.1.1	MATRIZ METODOLÓGICA.....	19
3.1.2	ESQUEMA DE VARIABLES DE ESTUDIO.....	21
3.1.3	OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	22
3.1.4	HIPÓTESIS	26
3.2	ENFOQUE Y MÉTODOS.....	27
3.2.1.	ENFOQUE MIXTO	27
3.2.2.	ESTUDIO NO EXPERIMENTAL	28
3.2.3.	DISEÑO TRASVERSAL	28
3.2.4.	ALCANCE DESCRIPTIVO	28
3.2.5.	MUESTRA NO PROBABILÍSTICA	28
3.3	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	29
3.3.1	POBLACIÓN	29
3.3.2	MUESTRA	30
3.3.3	TÉCNICAS DE MUESTREO.....	30
3.4	TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS APLICADOS	31
3.4.1	TÉCNICAS	31
3.3.1	ENCUESTA.....	31
3.3.2	ENTREVISTAS A EXPERTOS	32
3.4.2	INSTRUMENTOS.....	32
3.4.3	PROCEDIMIENTOS APLICADOS	33
3.5	FUENTES DE INFORMACIÓN.....	33
3.5.1	FUENTES PRIMARIAS	34
3.5.2	FUENTES SECUNDARIAS.....	34
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS.....		35
4.1	INFORME DE PROCESO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	35
4.2	RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LAS TÉCNICAS APLICADAS	35
4.2.1	RESULTADOS CUANTITATIVOS.....	35
4.2.1.1	CARGO DESEMPEÑADO DEL ENCUESTADO.....	36

4.2.1.2	GIRO PRODUCTIVO DE LA EMPRESA ENCUESTADA.....	37
4.2.1.3	CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN EL NUMERO DE COLABORADORES	38
4.2.1.3	EMPRESAS CON PROVEEDORES DE SERVICIOS DE CAPACITACIONES	
	39	
4.2.1.4	PROVEEDORES DE CAPACITACIONES	40
4.2.1.5	EMPRESAS DISPUESTAS A CONTRATAR EL SERVICIO DE CAPACITACIONES	41
4.2.1.6	ÁREAS DE CAPACITACIONES.....	42
4.2.1.7	MONTO A INVERTIR EN LAS CAPACITACIONES	44
4.2.1.8	CANALES PARA CONTACTAR A LAS EMPRESAS	45
4.2.1.9	FACTORES A TOMAR EN CUENTA AL MOMENTO DE CONTRATAR LOS SERVICIOS DE CAPACITACIONES	46
4.2.1.10	LUGARES DONDE LAS EMPRESAS LES GUSTARÍA RECIBIR LAS CAPACITACIONES	47
4.2.2	ANÁLISIS CUALITATIVO	48
4.3	ESTUDIO DE MERCADO	49
4.3.1	FUERZAS DE PORTER	49
4.3.2	ESTRATEGIAS COMERCIALES	51
4.4.2.1	ESTRATEGIAS DE SERVICIO O PRODUCTO	51
4.4.2.2	ESTRATEGIAS DE PRECIO	53
4.4.2.3	PLAZA O LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO	54
4.4.2.4	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN “PUBLICIDAD”	55
4.4.2.5	ESTRATEGIAS DE VENTA DEL SERVICIO.....	56
4.4.5.6	DISTRIBUCIÓN DEL SERVICIO	57
4.4.5.7	ESTRATEGIAS DE POST VENTA.....	57
4.3.3	MODELO CANVAS	58
4.3.4	PRONÓSTICOS DE PRECIO Y VENTA	59
4.4	ESTUDIO TÉCNICO	59
4.4.1	TAMAÑO ÓPTIMO Y LOCALIZACIÓN	60
4.4.1.1	Factores de localización del proyecto	61

4.5.1.1 DISTRIBUCIÓN DEL LOCAL	61
4.4.2 REQUERIMIENTOS TÉCNICOS DE EQUIPO	64
4.5.2.1 INSUMOS VARIOS.....	66
4.4.3 ORGANIZACIÓN.....	68
4.4.4 ADMINISTRACIÓN.....	70
4.4.4.1 LICENCIAS Y PERMISOS PARA LA CONSTITUCIÓN.....	70
4.5 ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO	71
4.5.1 INVERSION INICIAL.....	71
4.5.2 PLAN DE FINANCIAMIENTO.....	72
4.5.3 DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIONES	74
4.5.4 GASTOS DE OPERACIÓN	76
4.5.5 PROYECCIÓN DE COSTOS Y VENTAS	77
4.5.6 PUNTO DE EQUILIBRIO	77
4.5.7 ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO	79
4.5.8 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO (MÉTODO DIRECTO)	80
4.5.9 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	81
4.5.10 ANÁLISIS FINANCIEROS	82
4.5.10.1 FLUJOS DE EFECTIVO.....	82
4.5.10.2 TÉCNICAS DE EVALUACIÓN FINANCIERA	83
4.5.10.3 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DE LAS TÉCNICAS DE EVALUACIÓN FINANCIERA	85
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	86
5.1 CONCLUSIONES	86
5.2 RECOMENDACIONES	87
CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD	88
6.1 NOMBRE DE LA PROPUESTA	88
6.2 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA	88
6.3 ALCANCE DE LA PROPUESTA	88
6.3.1 OBJETIVO GENERAL DE LA PROPUESTA.....	88
6.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA PROPUESTA	89
6.4 DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO	89

6.4.1	DESCRIPCIÓN	89
6.4.2	DESARROLLO.....	94
6.4.2.1	PROPUESTA DEL NOMBRE.....	94
6.4.2.2	PROPUESTA DEL SLOGAN.....	94
6.4.2.3	PROPUESTA DE LOGOTIPO	95
6.4.2.4	PROPUESTA DE LA MISIÓN, VISIÓN Y VALORES	96
6.5	MEDIDAS DE CONTROL	96
6.6	CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN Y PRESUPUESTO	97
6.7	CONCORDANCIA DE LOS SEGMENTOS DE LA TESIS CON LA PROPUESTA	98
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		101
ANEXOS.....		105
	Anexo 1 Leyes Nacionales por las Cuales se Regirá la Empresa	105
	Anexo 2 Número de empresas en la ciudad de La Ceiba.....	109
	Anexo 3 Expertos y Resultados de Validación de Encuesta.....	110
	Anexo 4 Encuesta.....	110
	Anexo 5 Entrevistas a Expertos	113
	Anexo 6 Carta de compromiso para asesoría temática	117

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1	Matriz Metodológica.....	20
Tabla 2	Operacionalización de la variable de mercado	23
Tabla 3	Operacionalización de la variable del estudio técnico.....	24
Tabla 4	Operacionalización de la variable del estudio financiero	26
Tabla 5	Cargo Desempeñado	36
Tabla 6	Giro Productivo de la Empresa.....	37
Tabla 7	Clasificación de las Empresas según el número de colaboradores	38
Tabla 8	Empresas con proveedores de servicios de capacitaciones	39
Tabla 9	Proveedores de Capacitaciones que brindan el servicio a las empresas de la ciudad de La Ceiba	40

Tabla 10 Empresas dispuestas a contratar el servicio de capacitaciones	41
Tabla 11 Áreas de Capacitaciones	42
Tabla 12 Monto que las empresas están dispuestas a invertir en capacitaciones	44
Tabla 13 Canales para contactar a las empresas	45
Tabla 14 Factores que las empresas toman en cuenta al momento de contratar los servicios de capacitaciones	46
Tabla 15 Lugares donde las empresas les gustaría recibir las capacitaciones	47
Tabla 16 Conclusiones de las entrevistas a expertos	48
Tabla 17 Servicios de la empresa de capacitaciones	51
Tabla 18 Precios por capacitaciones Tipo Conferencia.....	54
Tabla 19 Precios por capacitaciones Tipo Taller.....	54
Tabla 20 Herramientas digitales a utilizar	55
Tabla 21 Proyección de Costos y Precio por servicio.....	59
Tabla 22 Descripción por área de la distribución del local de la empresa.....	63
Tabla 23 Mobiliario y Equipo.....	65
Tabla 24 Insumos Varios	66
Tabla 25 Sueldos y Salarios de los trabajadores Mensuales.....	70
Tabla 26 Licencias y permisos para la constitución	70
Tabla 27 Costos de Constitución	71
Tabla 28 Plan de Inversión Inicial	72
Tabla 29 Capital de Trabajo.....	72
Tabla 30 Tabla de Amortización de préstamo	73
Tabla 31 Cuadro Resumen de Depreciaciones de Mobiliario y Equipo.....	75
Tabla 32 Amortización de Gastos de Constitución.....	76
Tabla 33 Planilla Resumen de sueldos a pagar al Año	76
Tabla 34 Gastos Operativos Proyectados de la Empresa de Capacitaciones Empresariales	77
Tabla 35 Proyección de Costos y Ventas.....	77
Tabla 36 Estado de Resultado Proyectado.....	80
Tabla 37 Flujo de Efectivo Proyectado.....	81
Tabla 38 Estado de Situación Financiera Proyectado.....	82
Tabla 39 Flujos netos de caja.....	83

Tabla 40 Técnicas de evaluación financiera	83
Tabla 41 Cálculo de costos de fondos propios.....	84
Tabla 42 Costo de capital promedio ponderado	84
Tabla 43 Análisis de Sensibilidad de las técnicas de evaluación financiera.....	85
Tabla 44 Proceso de Constitución.....	89
Tabla 45 Cronograma de implementación	97
Tabla 46 Presupuesto de Lanzamiento	98
Tabla 47 Matriz de Concordancia.....	98
Tabla 48 Leyes Nacionales	105
Tabla 49 Expertos en la validación de encuesta	110
Tabla 50 Resultados de Validación de Encuesta	110
Tabla 51 Entrevista 1 a un instructor de INFOP.....	113
Tabla 52 Entrevista Experto 2.....	114
Tabla 53 Entrevista del experto 3	115

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Esquema de Análisis de Mercado.....	13
Figura 2 5 Fuerzas de Porter	14
Figura 3 Estructuración del análisis económico	16
Figura 4 Esquema de Variables de Estudio	22
Figura 5 Enfoque de la Investigación	27
Figura 6 Técnicas a Utilizar.....	31
Figura 7 Procedimientos Aplicados.....	33
Figura 8 5 Fuerzas de Porter de la empresa de Capacitaciones	50
Figura 9 Canales de Distribución.....	57
Figura 10 Estrategias de Post Venta	57
Figura 11 Modelo Canvas.....	58
Figura 12 Factores relevantes que determinan la adquisición del equipo	64
Figura 13 Estructura Organizacional	68
Figura 14 Descripción de la estructura organizacional.....	69

Figura 15 Misión, Visión y Valores.....	96
---	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 % de Empresas Manufactureras que Ofrecen Capacitación Formal	7
Gráfico 2 Cargo Desempeñado del Encuestado.....	36
Gráfico 3 Giro Productivo de la Empresa.....	37
Gráfico 4 Clasificación de las Empresas según el número de colaborador	38
Gráfico 5 Porcentaje de Empresas que cuentan con un Servicio de Capacitaciones	39
Gráfico 6 Empresas que brindan capacitaciones a las empresas de la ciudad de La Ceiba.....	41
Gráfico 7 Empresas dispuestas a contratar los servicios de Capacitaciones	42
Gráfico 8 Áreas de Capacitaciones	43
Gráfico 9 Monto que las empresas están dispuestas a invertir en capacitaciones	44
Gráfico 10 Canales para contactar a las empresas	45
Gráfico 11 Factores que las empresas toman en cuenta al momento de contratar los servicios de capacitaciones	46
Gráfico 12 Lugares donde las empresas les gustaría recibir las capacitaciones	47
Gráfico 13 Punto de equilibrio de los servicios tipo conferencia	78
Gráfico 14 Punto de equilibrio de los servicios tipo talleres	79

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Ubicación de Oficinas.....	60
Ilustración 2 Planta inferior del edificio (recepción, sala de espera, proveeduría y baño).....	62
Ilustración 3 Planta superior del edificio (oficinas, salones, cocina y comedor).....	62
Ilustración 4 Logotipo Propuesto.....	95

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

Este capítulo explica detalladamente la estructura del documento, los antecedentes que fundamentan el estudio, la importancia teórica y práctica, se define el problema planteado, es decir el objetivo general de este proyecto, los objetivos específicos de la misma y las tareas realizadas para obtener los resultados.

1.1 INTRODUCCIÓN

Este estudio se enfoca en la concepción y viabilidad de una empresa dedicada a brindar capacitación empresarial en La Ceiba. La motivación detrás de esta iniciativa radica en la necesidad evidente de fortalecer a las empresas de La Ceiba y sus alrededores a través de programas de capacitación en diversas áreas.

Esta investigación se centra en un tema fundamental de la gestión empresarial al promover la formación y actualización permanente de los colaboradores dentro de las empresas, con base en los requerimientos detectados por nivel de ocupación. A través de la recolección y el análisis de datos, se identificarán las carencias en capacitación en las diferentes áreas de las empresas, las cuales formarán parte clientes potenciales. Este proyecto se llevará a cabo como parte del proyecto de graduación, con la iniciativa de poder ejecutarlo en tiempo futuro.

El propósito central de implementar una empresa de capacitaciones empresariales es mejorar el capital humano en la región de La Ceiba, en respuesta a una necesidad que presenta el mercado laboral actual, según los datos que se abordaran a través de la encuesta, se debe fortalecer a las empresas para que preparen adecuadamente a los trabajadores en La Ceiba y ciudades aledañas.

A través de este estudio se busca determinar la oferta y demanda para crear una empresa orientada a capacitar a las empresas en La Ceiba, determinando la viabilidad económica y financiera de este proyecto.

1.2. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Según Deming (1989) la capacitación nace por la reacción en cadena de calidad, ya que las empresas prefieren capacitar a los trabajadores para que no cometan errores durante sus labores y así tener productividad y competitividad empresarial.

Momentos clave que permiten reconocer cambios sustantivos de las prácticas de capacitación en los que hoy son países desarrollados y cambios conceptuales vinculados con ellas. Dichos momentos son: la Antigüedad (capacitación en el trabajo); la Edad Media (los talleres de aprendices); la Revolución Industrial (la aparición del aula); la producción en serie (capacitación cerca del trabajo), las guerras mundiales (inicio de la capacitación sistemática y masiva); el período de posguerra (la capacitación individualizada que se expande a partir de la incorporación de la computadora) y, en el fin de siglo, la capacitación “como parte de un proceso destinado a expandir y acelerar el aprendizaje y mejorar el desempeño de los individuos dentro de las organizaciones (Mitnik & Coria, 2004).

En Honduras la evidencia reciente sugiere que los recursos humanos constituyen un reto importante para el crecimiento del país. Un estudio muestra que más de la mitad de los trabajadores hondureños se encuentran insuficientemente calificados. Incluso el nivel de preparación de la fuerza de trabajo en Honduras es considerado deficiente en 11 de las 12 habilidades y competencias básicas consideradas muy importante por los empleadores del país (Banco Interamericano de Desarrollo, 2019)

Origen de la idea

La idea de este proyecto surge a raíz de la notable necesidad de programas de capacitación en diferentes áreas, que tienen en su mayoría las empresas de la ciudad de La Ceiba y sus alrededores. Implementar programas de capacitación al interior de las empresas es importante al promover la formación y actualización permanente de sus colaboradores con base en los requerimientos detectados por nivel de ocupación. La finalidad es desarrollar conocimientos, habilidades y actitudes en el personal para mejorar su desempeño en la organización.

Invertir en programas de capacitación y desarrollo del personal trae ventajas a la empresa

e incluso a la comunidad en general, implementar dichos programas en las empresas es realizar una acertada inversión que contribuye a cumplir metas a corto y largo plazo, por lo que no se debe considerar un gasto.

Entre los beneficios que recibe la empresa están: el fortalecimiento en la relación, mejora de comunicación entre los colaboradores y la empresa generando utilidades para el negocio. Debido a esta situación se pretende la constitución de una empresa la cual consistirá en la prestación de servicio de programas de capacitación en áreas que en el mundo empresarial están en constante cambio, y permiten el buen funcionamiento de una empresa, específicamente en la parte administrativa, contable, tributaria, financiera, talento humano, calidad, marketing, atención al cliente y costos de producción entre otras.

1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Este apartado es muy importancia debido que en él se define la problemática abordada en la investigación, para así poder brindar una solución significativa, junto a esto será necesario plantear objetivos claros, tanto generales como específicos, acompañados de variables, las cuales permitirán la medición y la consecuente obtención o determinación de conclusiones y soluciones.

1.3.1. ENUNCIADO DEL PROBLEMA

El mercado laboral actual está cambiando constantemente, con las tecnologías emergentes y las empresas globales, las compañías deben estar al día con sus sistemas de información y talento humano. Los programas de capacitación ayudan a los empleados a adquirir nuevas habilidades y mejorar las que ya tienen. Esto es crucial para que las empresas sigan siendo competitivas en un panorama empresarial en rápida evolución. Al invertir en la capacitación de los empleados, las empresas pueden asegurarse de que su fuerza laboral esté equipada con los conocimientos y habilidades necesarios para satisfacer las demandas laborales actuales y futuras.

Las empresas de capacitación deben tomar en cuenta que las tecnologías están en constante evolución y estas deben estar a la vanguardia y actualizadas. Deben mantener la credibilidad y reputación para entregar información veraz y competente al mercado. Muchas industrias tienen regulaciones específicas y estándares de cumplimiento que deben cumplir los programas de capacitación. Mantenerse al día con estos requisitos garantiza que las empresas de capacitación

puedan diseñar y ofrecer programas que cumplan con los estándares necesarios. Esto es particularmente importante para las empresas que brindan capacitación en campos como la atención médica, las finanzas y la seguridad, donde el cumplimiento es fundamental.

1.3.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

De acuerdo con lo anterior, la siguiente investigación se orienta a determinar la prefactibilidad de una empresa de capacitaciones empresariales en la ciudad de La Ceiba, por lo que el estudio busca responder las siguientes preguntas:

¿Es viable económicamente la creación de una empresa de capacitación empresarial en la Ceiba?

1.3.3. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- ¿Cuáles son los elementos más importantes del estudio de mercado para poder entender las necesidades y comportamientos de la demanda para una Empresa de Capacitaciones Empresariales?
- ¿Cuáles son los requerimientos técnicos para tener en cuenta en la creación de la empresa?
- ¿Qué indicadores económicos se deben de tener en cuenta para calcular la rentabilidad del proyecto?
- ¿Cuál es la propuesta a presentar para la ejecución de la empresa de capacitaciones según los resultados obtenidos?

1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad de demanda de mercado, requisitos técnicos y de evaluación financiera para la implementación de la empresa de capacitaciones en La Ceiba.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar los elementos importantes del estudio de mercado para entender las necesidades y comportamientos de la demanda para una Empresa de Capacitaciones Empresariales.
- Conocer los requerimientos técnicos para tener en cuenta en la creación de la empresa.
- Calcular desde el punto de vista financiero los diferentes criterios de inversión que demuestre la rentabilidad del proyecto.
- Presentar una propuesta para la ejecución de la empresa de capacitaciones según los resultados obtenidos.

1.5 JUSTIFICACIÓN

(Baptista & Lima, 2019) en su estudio afirma que en Honduras un poco más de la mitad de los establecimientos capacitan a sus trabajadores. Sin embargo, la proporción de trabajadores que se capacita es baja, solo 2 de cada 10 directivos, 1 4 de cada 10 trabajadores calificados y menos de 2 de cada 10 no calificados, además es más frecuente que se capaciten en habilidades técnicas específicas requeridas por el puesto que ya desempeñan; se invierte menos en habilidades transversales que mejorarían el desempeño de los trabajadores en cualquier puesto y en cualquier establecimiento, por lo que no existe un gran incentivo a invertir en estas habilidades, aunque sean muy valoradas por los propios empresarios. Asimismo, los establecimientos que capacitan utilizan principalmente agentes externos privados, Aunque en menor proporción, también utilizan agentes internos, pero la mitad de los establecimientos utiliza colegas de trabajo y no instructores como capacitadores. El financiamiento de la capacitación proviene, principalmente, de los propios establecimientos, la participación de fuentes públicas es muy baja, incluido el Instituto Nacional de Formación Profesional (INFOP). (p.9)

Según los datos brindados por el Departamento de Investigación y Estadísticas de la Municipal de La Ceiba (DIEM-LC) hay al redor de 1,544 empresas de diferentes rubros según la información actualizada hasta el año 2022. (Ver **anexo 2**)

Según los datos brindados no se tiene registro de alguna empresa privada dedicada a brindar capacitaciones los encargados de la formación y capacitación laboral en la ciudad son el INFOP o los Institutos técnico del nivel medio. Debido a la necesidad de capacitación laboral que se ha visualizado en la ciudad de La Ceiba de ahí surge la utilidad de ejecutar este proyecto de prefactibilidad para una empresa dedicad al rubro de capacitaciones empresariales, que permita el desarrollo integral de las empresas al poder capacitar a los gerentes, supervisores, jefes de área, ejecutivos y colaboradores, y que esta se vea reflejada en la productividad de la empresa, y por consecuencia en las utilidades de esta.

El apoyo a la solución en este aspecto es potenciar el capital humano de forma intelectual apoyándonos en la importancia que posee el conocimiento en el desarrollo y crecimiento tanto de la economía del mundo empresarial, como de quienes lo forman como ser el capital humano de las empresas, el cual forma parte de los activos intangibles de la misma.

Al implementar parámetros que desarrollen e incrementen la capacidad intelectual en los colaboradores de las empresas, se podrán cumplir las expectativas de sus clientes y mantenerse a la altura de la competencia, modificando formas de trabajar y conductas internas, que permitan llegar a la satisfacción plena del cliente. Esta empresa busca responder interrogantes con respecto al tema de la capacitación basada en la administración de las relaciones humanas; ya que pretende generar un cambio positivo en los colaboradores; el lado más efectivo es la sensibilidad, las empresas no se mueven sino es con personas, que prestan sus servicios en una organización y cumplen objetivos planeados y funciones, también tienen intereses, necesidades, creencias y valores propios, dirigiéndolos no sólo a satisfacer necesidades de la empresa, sino también de los individuos dentro y fuera de ella.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

Según Hernández Sampieri et al. (2010) el marco teórico en una investigación es un compendio escrito de artículos, libros y otros documentos que describen el estado pasado y actual del conocimiento sobre el problema de estudio. Nos ayuda a documentar como nuestra investigación agrega valor a la literatura reciente (p 58).

2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

2.1.1 ANÁLISIS DE MACROENTORNO

En América Latina actualmente se ha observado la gran preocupación que tienen las empresas por alcanzar la calidad de servicios o productos y para ello se han valido de las capacitaciones laborales, y los gobiernos en los últimos años también han incrementado niveles de escolarización de la población.

Las empresas latinoamericanas hacen importantes inversiones en el desarrollo de habilidades de sus trabajadores. De acuerdo a las Encuestas a Empresas realizadas por el Banco Mundial en 2006 y 2010, América Latina, junto a Asia Oriental y el Pacífico (la región con mayor dinamismo económico en el mundo durante ese período), sobresalen como las regiones del mundo en desarrollo y emergente en las que más del 40% de las empresas manufactureras ofrecen capacitación a empleados (Fiszbein et al., 2016, pg. 8).

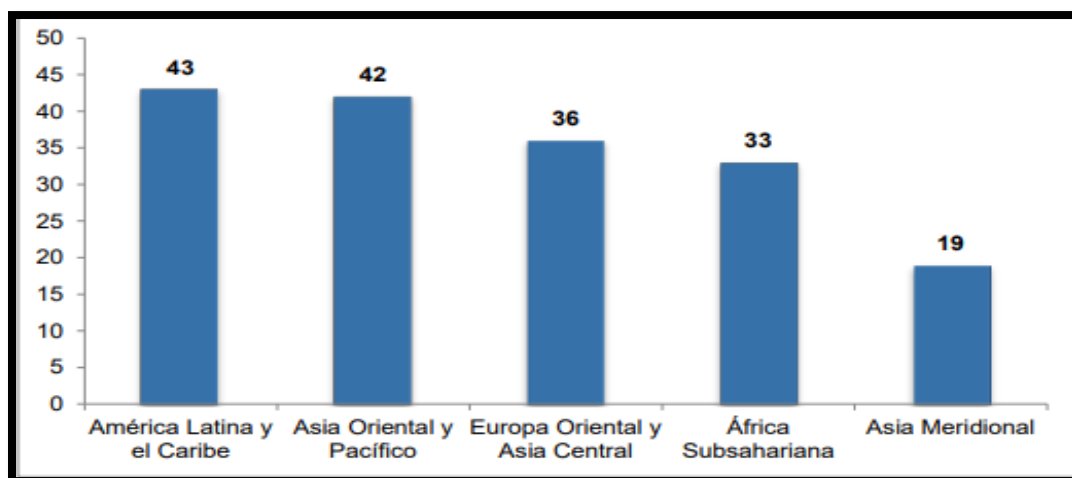


Gráfico 1 % de Empresas Manufactureras que Ofrecen Capacitación Formal

Fuente:(Fiszbein et al., 2016)

Los centros de desarrollo empresarial (CDE) nacen, tanto en Europa, como en América Latina y Estados Unidos, como una componente de las políticas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES). La importancia de estas empresas es la principal justificación que motiva la institucionalidad de fomento a promover estas políticas (Dini, 2019).

En América Latina, el cuadro general, confirmado por investigaciones desarrolladas por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) a lo largo de los últimos 15 años, puede resumirse en cuatro elementos principales: las MiPymes representan aproximadamente el 99% de los establecimientos; son responsables de alrededor del 61% del empleo formal y del 25% del valor añadido; y su aporte a las exportaciones se coloca, generalmente, entre el 2 y el 10% (CEPAL, 2010, 2012; Dini & Stumpo, 2018; Ferraro & Stumpo, 2010, 2010; Pérez & Stumpo, 2002). Hay, obviamente, variaciones importantes por país y por sector, pero en términos generales la contribución de las MiPymes a la economía regional en estas cuatro variables se ha mantenido en los rangos mencionados, en el periodo analizado (Dini, 2019, p. 10)

2.1.2 ANÁLISIS DE MICROENTORNO

En Honduras el ente público que se dedica a la capacitación profesional es el Instituto Nacional de Formación Profesional (INFOP), por el cual las empresas pagan un porcentaje del 1% sobre el total de la planilla, el cual es pagado por el patrono, pero aun así las empresas prefieren contratar servicios privados para las capacitaciones.

Es posible que elementos como la cobertura y la calidad de la capacitación que proporciona el INFOP influyan en su baja utilización, sin embargo, no existen estudios de evaluación que permitan respaldar que estas sean las principales causas. No obstante, se sabe que el INFOP tiene baja cobertura. La institución atiende aproximadamente 6% de la PEA en Honduras, cifra muy por debajo de lo que generalmente se considera adecuado capacitar (Banco Interamericano de Desarrollo, 2019, p. 15)

Honduras cuenta con varias empresas de capacitación, entre las cuales podemos mencionar el Centro de Crecimiento de Recursos Humanos (CRECERH), Capacitaciones Profesionales de Honduras (CAPH), Profesionales en Capacitaciones Empresariales (PROCAE) y Dale Carnegie

entre otras.

2.1.3 ANÁLISIS INTERNO

Actualmente en la ciudad de La Ceiba no se cuenta con una empresa con fines de lucro que brinde capacitaciones empresariales de acuerdo con los registros de la Cámara de Comercio e Industrias del Atlántico (CCIA), sólo cuenta con instituciones del estado como ser el INFOP quien brinda capacitaciones y talleres a la población en general.

2.2 CONCEPTUALIZACIÓN

El marco conceptual es un compendio escrito de artículos, libros y otros documentos que describen el estado pasado y actual del conocimiento sobre el problema de estudio. Nos ayuda a documentar como nuestra investigación agrega valor a la literatura reciente. (Hernández Sampieri & Fernández-Collado, 2014)

El contexto de rentabilidad en una empresa dedicada a brindar capacitaciones empresariales a nivel de la ciudad de La Ceiba se basa en la calidad de servicio que se brinde y el precio establecido por dicho bien, además de considerar factores económicos, ambientales y sociales que puedan afectar al servicio que se ofrece.

La rentabilidad económica o de la inversión es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de estos. (De La Hoz Suárez et al., 2008).

Para (Kotler & Armstrong, 2013) la rentabilidad es el resultado de la relación entre los ingresos generados por una empresa y los costos necesarios para poder producir y vender sus productos o servicios. En el caso de la empresa de capacitaciones empresariales los costos incluyen los costos de mano de obra. Costos de marketing, entre otros.

Las capacitaciones en las empresas, Chiavenato (2011) menciona que la capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos (p. 386).

Con el trascurso del tiempo las capacitaciones se ha vuelto una herramienta necesaria para

los colaboradores de las empresas, el recurso humano es una parte esencial para el funcionamiento de la empresa por tal motivo trabajar para el desarrollo del recurso humano es vital por medio de este se puedan lograr los objetivos establecidos por las organizaciones, los colaboradores deben de estar bien preparado y capacitado para poder desarrollarse de manera correcta en su área de trabajo.

(Mondy & Mondy, 2010) menciona la existencia de factores que influyen en la capacitación, el primero dice que para que los programas de capacitación y desarrollo tengan éxito, se requiere del apoyo de la alta administración; sin éste, un programa de capacitación y desarrollo fracasará. El segundo menciona que los avances tecnológicos son el factor más importante dado a que avanza muy rápidamente y se debe mantener al día al personal. Los estilos de aprendizaje son otro factor, la investigación indica que un sujeto aprenderá sólo si hay relevancia, significado y emoción asociados con el material que se enseña, las personas aprenden de distintas formas como lo es visual, práctico, escrito, etc., por lo que se debe implementar varias formas de brindar capacitación para que los participantes aprendan el tema (págs. 198-199).

A raíz de la importancia de las capacitaciones en las organizaciones, se ve la necesidad de implementar una empresa que brinde el servicio de capacitaciones en las diferentes áreas de las empresas de la ciudad de La Ceiba y sus alrededores.

Así mismo un concepto importante en esta investigación es el capital humano que según (CHIAVENATO, 2011) asegura que, a los individuos que colaboran en las organizaciones también se les suele llamar recursos humanos, cuando se les considera como tal. A estos recursos humanos se les califica también como capital humano o intelectual, siempre y cuando las empresas les consideren de gran valor.

Fue Adam Smith quien implementó el concepto de capital humano en la riqueza de las naciones, obra en la que propuso la similitud entre los hombres y las máquinas productoras.

(Acevedo, 2007, p. 9) hace referencia en su artículo de investigación que el siglo XX Gary Becker y Theodore Schultz crearon y publicaron la Teoría del Capital Humano. En esta obra se aportó la teoría económica sobre cómo el Capital Humano se basaba en los años de experiencia profesional y escolaridad.

Se puede considerar el capital humano como uno de los elementos con mayor relevancia

dentro de las organizaciones y hace referencia a la productividad de los trabajadores dependiendo de la experiencia, sin el capital humano no es posible realizar nada, así que, si se quiere tener un mejor nivel empresarial y como consecuencia un mayor nivel económico y cultural en el país, se debe invertir en preparar y desarrollar las capacidades de estos.

Para poder dar a conocer el servicio que se pretende brindar es muy importante contar con un plan de marketing, según (Kotler & Armstrong, 2013) “Un plan de marketing es un documento escrito en el que se escogen los objetivos, las estrategias y los planes de acción relativos a los elementos del marketing Mix que facilitarán y posibilitarán el cumplimiento de la estrategia a nivel corporativo, año a año, paso a paso”.

El marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes" (p.156).

Día tras día se visualiza como el mundo tiende a una globalización que es clave para poder sobrevivir en el mercado por lo que el marketing se ha convertido en una herramienta que toda organización debe de conocer debido a que permite encontrar las necesidades del mercado meta o los clientes potenciales, con un plan bien establecido toda empresa puede conocer los canales por los cuales se introducirá en el mercado.

Tener un plan de marketing es muy importante porque radica en la capacidad y eficiencia para llevar el negocio al mercado, donde los clientes buscan y analizan las oportunidades de compra, además con este permite ser más competitiva y así lograr ventajas diferenciales que le permitan enfrentarse a su competencia con éxito.

(Ferrell & Hartline, 2012) mencionan que “La estrategia de marketing es un tipo de estrategia con el que cada unidad de negocios espera lograr sus objetivos de marketing mediante: 1) La selección del mercado meta al que desea llegar 2) la definición del posicionamiento que intentará conseguir en la mente de los clientes meta, 3) la elección de la combinación o mezcla de marketing (producto, plaza, precio y promoción) con el que pretenderá satisfacer las necesidades o deseos del mercado meta y 4) la determinación de los niveles de gastos en marketing”(p. 234).

A continuación, se explica la mezcla de marketing, también reconocida como marketing mix

- **Producto:** este hace referencia al producto o servicio que se la organización ofrece a su mercado meta. Según (Kotler & Armstrong, 2013) el producto “es cualquier cosa que se ofrece en un mercado para la atención, adquisición, uso o consumo capaces de satisfacer una necesidad o un deseo” (p. 194).
- **Plaza:** esta se refiere a como se va a distribuir el producto o servicio, es decir de qué manera va a llegar el producto o servicio a los clientes. Kotler & Armstrong (2013) nos dicen de lo que es la plaza o distribución física dentro de la compañía, “Incluye las actividades de la compañía que ponen el producto a la disposición de los consumidores meta” (p. 290).
- **Precio:** se refiere al precio al cual se vende el producto o servicio. Garzón et al (2012) menciona que al igual que el producto, la plaza o distribución y la promoción, el precio es una herramienta del mercadeo que permite alcanzar los objetivos de la organización; de esta manera, el objetivo para la fijación de precios debe estar fuertemente ligado con los objetivos de la organización.

Antes de establecer un precio es necesario determinar el mercado al cual estará dirigido el producto que va a comercializarse, así como definir el mercado relevante de la compañía, es decir, aquel límite en el cual la empresa objeto de estudio va a comercializar sus productos y la competencia que tendrá dentro del mismo, punto que se tratará más adelante. (p. 13)

- **Promoción:** hace referencia a las actividades de promoción y comunicación que se realizan para dar a conocer el producto o servicio que se está ofreciendo. Para Kotler & Armstrong (2013) la promoción “consiste en un conjunto de herramientas de incentivos a corto plazo, diseñadas para estimular rápidas y grandes compras de un producto particular por el consumidor o por el mercado” (p. 357).

Con ayuda de la mezcla de marketing se da a conocer al público objetivo el producto o servicio que se está ofreciendo y así poder incrementar las ventas, obtener la fidelización de los clientes y posicionar la marca o el nombre de la empresa.

2.3 TEORÍAS DE SUSTENTO

2.3.1 BASES TEÓRICAS

Las bases teóricas ayudan a sustentar teóricamente la investigación, es necesario recolectar teorías que sirvan como sustento de los argumentos que se utilizan en una investigación, a continuación, se muestran las teorías de sustento relacionadas con factibilidad y mercadeo.

Viabilidad de Un proyecto de Inversión:

Baca Urbina (2013) afirma que el proyecto de inversión es un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad. La evaluación de un proyecto de inversión tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social de tal manera que se asegura de resolver una necesidad humana (p.2).

Análisis de Mercado:

El análisis del mercado implica la cuantificación de la demanda potencial insatisfecha del producto en estudio, sin importar si hay datos estadísticos disponibles sobre el mismo. La necesidad de esta cuantificación lleva necesariamente a la aplicación de la metodología de investigación, ya que, al momento de seleccionar cualquier producto para cuantificar su demanda potencial, por lo general se sabe muy poco de ella y hay que realizar una verdadera investigación para determinarla. (Baca Urbina, 2013, p. 23)

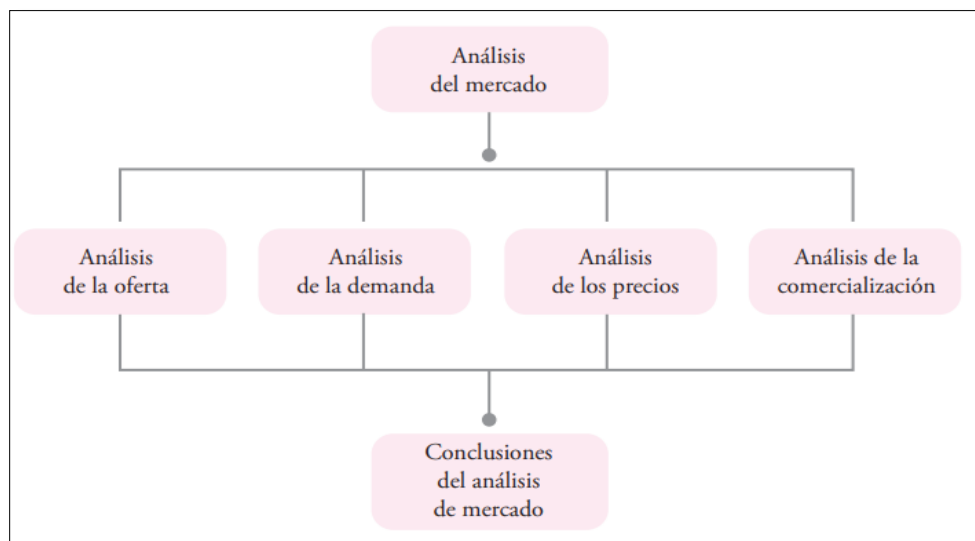


Figura 1 Esquema de Análisis de Mercado

Fuente: (Baca Urbina, 2013, p. 24)

El estudio de mercado es el primer paso en la evaluación de un proyecto, además de identificar oferta y demanda, el resultado del estudio le permite al investigador identificar riesgos, definir políticas de precios y la mejor manera de comercializar este producto.

Dentro del estudio de mercado también puede análisis como teoría de sustento en esta investigación las 5 fuerzas de Porter.

Análisis de las 5 Fuerzas de Porter:

(José Ángel Hernández Pérez, 2023) afirma: “propuesto por Michael Porter en 1979, este modelo perfila un esquema simple y práctico para poder formular un análisis de cada sector industrial. A partir del mismo la empresa puede determinar su posición actual para seleccionar las estrategias a seguir. Según este enfoque sería ideal competir en un mercado atractivo, con altas barreras de entrada, proveedores débiles, clientes atomizados, pocos competidores y sin sustitutos importantes” (p 3).

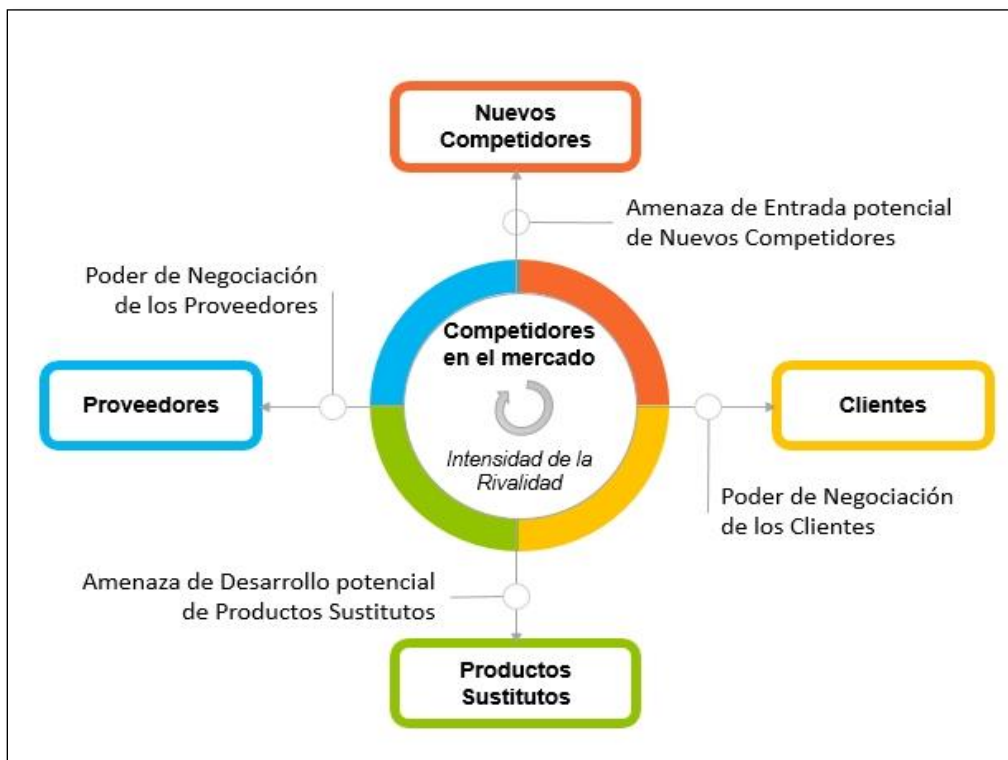


Figura 2 5 Fuerzas de Porter

Fuente: (Márquez, 2022)

Análisis Técnico:

El estudio técnico o ingeniería del proyecto determina toda la estructura de la empresa, tanto física como administrativa, y cuando se habla de administración, también se habla de la administración en su sentido más amplio, esto es, administración de inventarios, de sistemas productivos, de finanzas, etc. El nuevo empresario debe estar consciente de que va a entrar a una “guerra” en el mercado, en el sentido de que si los adversarios, las otras empresas que son su competencia directa, pueden acabar con la nueva empresa, seguramente lo harán, así como si la nueva empresa puede debilitar o acabar con algún competidor, seguro lo hará. (Baca Urbina, 2013, p. 97)

Análisis Económico-Financiero:

El estudio o análisis económicos dentro de la metodología de evaluación de proyectos, consiste en expresar en términos monetarios todas las determinaciones hechas en el estudio técnico. Las decisiones que se hayan tomado en el estudio técnico en términos de cantidad de materia prima necesaria y cantidad de desechos del proceso, cantidad de mano de obra directa e indirecta, cantidad de personal administrativo, número y capacidad de equipo y maquinaria necesarios para el proceso, etc. (Baca Urbina, 2013, p. 170)

Este análisis se basa en la interpretación de los sucesos financieros ocurridos en el desarrollo de la actividad empresarial, para lo cual utiliza técnicas que una vez aplicadas llevan a una toma de decisiones acertadas; aunado a que contribuye a examinar la capacidad de endeudamiento e inversión de la empresa, tomando como punto de inicio la información aportada por los estados financieros.

La siguiente figura muestra la estructuración general del análisis económico. Las flechas indican dónde se utiliza la información obtenida en ese cuadro. Por ejemplo, los datos de la inversión fija y diferida son la base para calcular el monto de las depreciaciones y amortizaciones anuales, el cual, a su vez, es un dato que se utiliza tanto en el balance general como en el punto de equilibrio y en el estado de resultados.

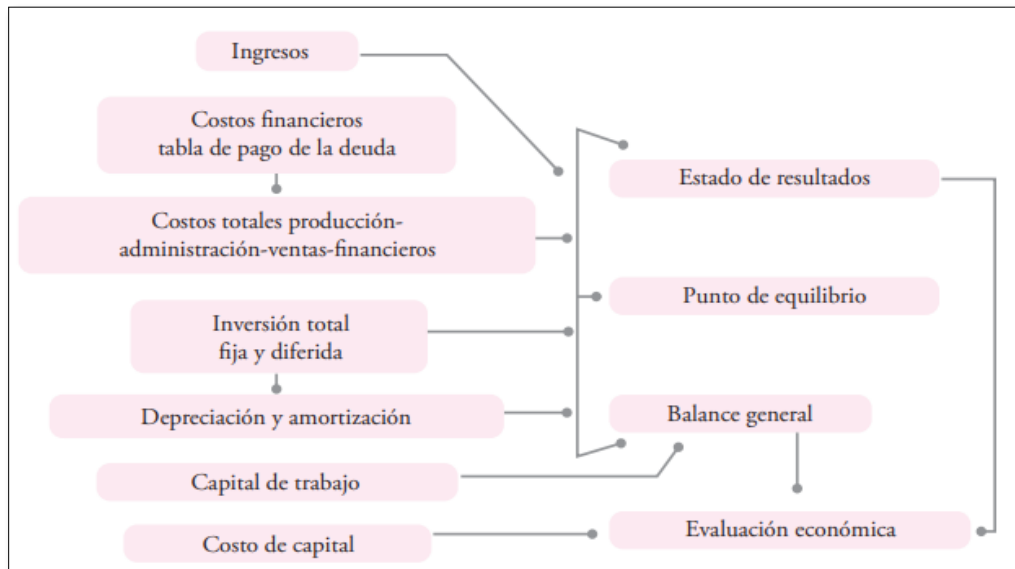


Figura 3 Estructuración del análisis económico

Fuente: (Baca Urbina, 2013, p. 171)

2.3.2 METODOLOGÍAS DESARROLLADAS

Según (Hernández Sampieri & Fernández-Collado, 2014) la metodología de la investigación son los diferentes pasos o etapas que son realizados para llevar a cabo una investigación social y científica.

La metodología aplicada permite sistematizar los procedimientos que existen en cuanto a los procedimientos a seguir en la presente investigación, se analizaron diferentes Tesis para conocer la metodología que utilizaron en sus proyectos los cuales servirán como fuente de información para luego ser analizada y tomadas en cuenta.

(Pozas, 2022) en su tesis de investigación titulado “Prefactibilidad De La Creación De Una Empresa De Mentoría Para Estudiantes Del Instituto Técnico San Ignacio De Loyola, Del Municipio De San Ignacio En Francisco Morazán” aplicaron la metodología con un enfoque mixto, teniendo un alcance descriptivo, un tipo de estudio no experimental, con un diseño trasversal,

teniendo una muestra probabilística y utilizaron la encuesta como instrumento para la recopilación de los datos.

Angélica Cárdenas (2021), en su tesis de investigación titulado “Estudio de factibilidad económica y financiera para la implementación y funcionamiento de una Hostería Ecológica, en la Isla San Cristóbal, provincia de Galápagos”, aplicaron la metodología con un enfoque mixto, teniendo un alcance descriptivo, un tipo de estudio no experimental, con un diseño trasversal, la investigación es considerada como una investigación aplicada, teniendo una muestra probabilística y utilizaron la observación y la encuesta como instrumentos para la recopilación de los datos.

2.3.3 INSTRUMENTOS UTILIZADOS

Hernández Sampieri & Fernández-Collado (2014) define el instrumento como “aquel que registra datos observables que representan verdaderamente a los conceptos o variables que el investigador tiene en mente” (p. 242). Se infiere que, el instrumento debe acercarse más al investigador a la realidad de los sujetos; es decir, aporta la mayor posibilidad a la representación fiel de las variables a estudiar.

En la revisión bibliográfica de estudios realizados sobre Prefactibilidad de los autores antes mencionados se encontraron los siguientes instrumentos como método de recolección de datos para sus investigaciones:

- **La encuesta:** es una técnica que permite el acercamiento directo con los clientes finales, a fin de investigar mediante preguntas y respuestas que les permitió recopilar toda la información útil para la investigación. Es necesario que el entrevistado comprenda el motivo de esta, los clientes finales obtendrán lo que buscan mediante sus respuestas en la encuesta.
- **Cuestionarios:** Este instrumento de recolección de datos permitió a los investigadores abordar a expertos en el tema y conocer sobre experiencias en el área requerida. Al aplicar esta metodología se pretende conocer más sobre las experiencias y poder aplicarlas en el caso investigado.
- **La observación:** con esta técnica de recopilación los investigadores lograron saber cómo funcionan y cuáles son las características de los diferentes establecimientos de alojamiento en la Isla San Cristóbal.

2.4 MARCO LEGAL

El marco legal es un compendio escrito de artículos, libros y otros documentos que describen el estado pasado y actual del conocimiento sobre el problema de estudio (Hernández Sampieri & Fernández-Collado, 2014).

Es fundamental identificar las principales leyes que intervienen en la creación y operatividad de la empresa de capacitaciones, así como las obligaciones que la empresa adquiere en el desarrollo de sus actividades, tanto para sus empleados, clientes y finalmente con el Estado.

A continuación, se detallan las leyes Nacionales por las cuales se pretende regir la empresa de Capacitaciones:

En base al Código de Comercio de Honduras se establecerá una sociedad de Responsabilidad Limitada de Capital Variable en cumplimiento con los requisitos que la Ley establece como ser:

- Escritura pública
- Inscripción en el registro mercantil
- Solicitud del RTN
- Registro en la Cámara de Comercio
- Permiso de operación
- Autorización de los libros contables

Así mismos se regirá bajo la ley del impuesto sobre venta e impuesto sobre la renta en Honduras, cumplirá con lo establecido en la Ley del Código de Trabajo y con el Reglamento del Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental (SINEIA). (Ver **anexo 1**)

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

En este capítulo se dará a conocer la metodología, variables, enfoque, diseño de investigación, técnicas de instrumento y procedimiento aplicados y las fuentes de información que se utilizará para el estudio de prefactibilidad de una empresa de capacitaciones en la ciudad de La Ceiba.

3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA

La congruencia metodológica permite una secuencia lógica, de manera que hila cada elemento investigativo para que el tema a investigar, problema, objetivos, categorías de análisis, análisis de los datos, conclusiones y recomendaciones mantengan correlación y realmente den un aporte científico valioso, pertinente y viable a la investigación

3.1.1 MATRIZ METODOLÓGICA

La matriz metodológica permite consolidar los elementos claves de todo el proceso de investigación, además posibilita evaluar el grado de coherencia y conexión lógica entre el título, el problema, la hipótesis, los objetivos, las variables, el diseño de investigación seleccionado, los instrumentos de investigación, así como la población y la muestra del estudio, facilita tener una visión general del trabajo. Y esto es a razón de ver si estamos siendo congruentes con nuestro problema, objetivos, hipótesis y variables (Pérez & Ortiz, 2016).

La tabla No. 1 presenta la matriz metodológica del proyecto de prefactibilidad de una empresa de capacitaciones en la ciudad de La Ceiba, en la cual se puede observar de manera ordenada los siguientes elementos de la investigación como ser el título, problema, preguntas de investigación, objetivos generales y específicos.

Tabla 1 Matriz Metodológica

Título de la Investigación	Objetivos de la Investigación		Variables	Dimensiones	Ítems
	General	Específico			
Prefactibilidad de una empresa de Capacitaciones en la ciudad de La Ceiba	Determinar la factibilidad de demanda de mercado, requisitos técnicos y de evaluación financiera para la implementación de la empresa de capacitaciones en La Ceiba.	Identificar los elementos importantes del estudio de mercado para entender las necesidades y comportamientos de la demanda para una Empresa de Capacitaciones Empresariales.	Mercado	Demanda	¿Cuenta su empresa con un proveedor de servicios de capacitación?
					¿Estaría dispuesta la empresa que usted representa en contratar los servicios de capacitación?
					¿En que área estaría dispuesta a recibir capacitación según el interés de la empresa que representa?
					¿Cómo se clasifica la empresa que usted representa?
					¿Cuál es el giro productivo o comercial de la empresa que usted representa?
				Producto	¿Qué factores considera importante al escoger un proveedor de servicios de capacitación?
				Precio	¿Qué monto considera razonable para invertir en un servicio de capacitaciones?
	Publicidad	¿Cuál cree usted que serían los canales más eficaces para contactar a su empresa y ofrecerle el catálogo de servicio?			
	Personal	¿Qué factores tomaría en cuenta para contratar los servicios de capacitaciones?			
	Plaza	¿En qué lugar le gustaría poder recibir el servicio de capacitación?			
	Conocer los requerimientos técnicos a tener en cuenta en la creación de la empresa.	Técnico	Tamaño Óptimo	¿Cuál sería el mobiliario y equipo adecuado para el desarrollo de las capacitaciones?	
				¿Qué áreas físicas demanda la empresa y su acondicionamiento?	
			Determinación de Localización	¿Qué costo tiene un local que cumple con los requerimientos de dimensión, seguridad y parqueo?	
			Requerimientos Técnicos de Equipo	¿Cuándo debe proyectarse el remplazo de equipos? Considerar en los flujos	
Organización	¿Cuáles son los puestos claves para desarrollar las capacitaciones y dar una correcta atención al cliente?				
	¿Cuáles son los alcances de puestos y sus competencias?				

Fuente: Elaboración propia (2023)

Segunda parte de la Matriz Metodológica

		Calcular desde el punto de vista financiero los diferentes criterios de inversión que demuestre la rentabilidad del proyecto.	Financiero	Administrativa	¿Cuáles son los compromisos laborales con los trabajadores?
				Marco Legal	Identificación del marco legal pertinente para valorar deberes, derechos, restricciones entre otros
				Inversión Inicial	Inversión Fija
					Inversión Diferida
					Capital de trabajo
				Flujo de Efectivo	Ingresos Proyectados
					Egresos
					Efectivo Disponible
				C.C.P.P. (WACC)	Fondos Propios
					Fuentes de financiamiento
Indicadores Financieros	VAN				
	TIR				
	Periodo de Retorno				

Fuente: Elaboración propia (2023)

3.1.2 ESQUEMA DE VARIABLES DE ESTUDIO

En este apartado se presenta un esquema en donde se muestra la estrategia metodológica que se utilizar para el desarrollo en la investigación, en este se valora la relación de cada elemento con afinidad a los demás, de manera que garantice coherencia entre cada uno de ellos y cumplir las expectativas de un buen aporte de investigación, una vez terminadas todas las fases.

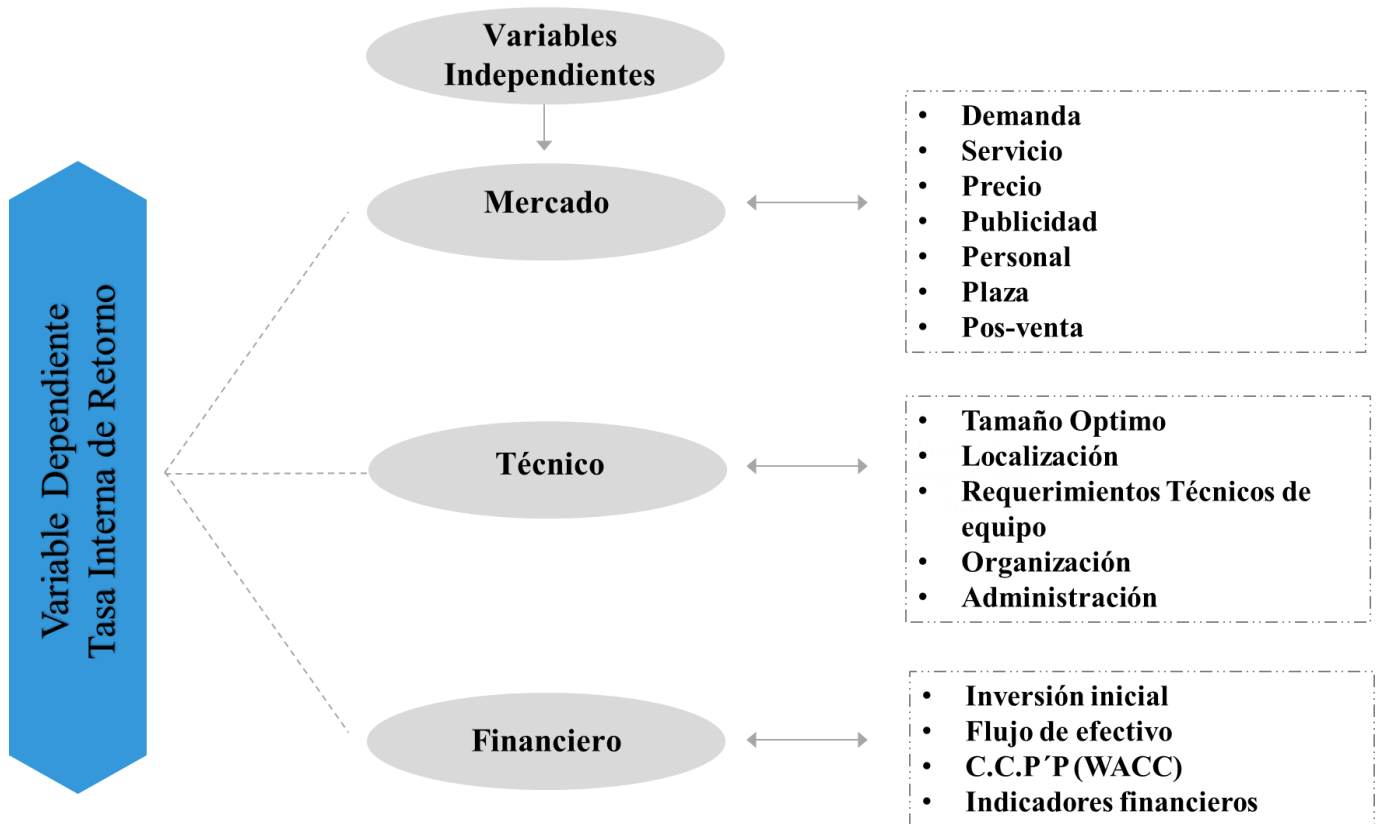


Figura 4 Esquema de Variables de Estudio

Fuente: Elaboración propia (2023)

3.1.3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Según Sampieri et al., 2010 como se citó en (Pineda & Pinel, 2020) “Una variable es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse”

En las siguientes tablas se describen cada una de las variables dependientes e independientes de la investigación, para un buen desarrollo se realizará la operacionalización de las variables independientes, las cuales son mercado, técnico y financiero, identificando las técnicas a usar para indagar la información pertinente y así conocer la viabilidad del proyecto.

A continuación, en la tabla 2 se observa la operacionalización de la variable de mercado la cual nos ayudara para realizar el instrumento que se utilizara para recolección de datos de los potenciales consumidores, la cual se dividen en dimensiones como ser: demanda, producto, precio, promoción, plaza y personal.

Tabla 2 Operacionalización de la variable de mercado

Definición		Dimensiones	Indicador	Pregunta	Respuesta	Técnica
Conceptual	Operacional					
El estudio de mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización .	Recolección de información para poder conocer la demanda, las preferencias y exigencias de los potenciales clientes y los posibles beneficios.	Demanda	Consumidor Potencial	¿Cuenta su empresa con un proveedor de servicios de capacitación?	Si No	Encuesta
			Consumidor Potencial	¿Estaría dispuesta la empresa que usted representa en contratar los servicios de capacitación?	Si No	
			Consumo	¿En que área estaría dispuesta a recibir capacitación según el interés de la empresa que representa?	Área de desarrollo de talento humano	Encuesta
					Área de gestión del conocimiento y aprendizaje organizacional.	
		Área de desarrollo de habilidades ejecutivas				
		Área de gestión de crédito y cobranza				
		Área de gestión estratégica de atención al cliente				
		Área de inteligencia contable y financiera				
		Otras _____				
		Conocimiento	¿Cómo se clasifica la empresa que usted representa?	Microempresa (1-10 empleados)	Encuesta	
Pequeña Empresa (11-50)						
Mediana Empresa (51-150)						
Gran Empresa (151o mas)						
Conocimiento	¿Cuál es el giro productivo o comercial de la empresa que usted representa?	Comercialización	Encuesta			
		Sector alimentos				
		Sector de Manufactura				
		Almacenes				
		Sector de Salud				
		Sector Hotelero				
		Sector Construcción				
		Instituciones financieras				
Producto/ Servicio	Criterios de Selección	¿Qué factores considera importante al escoger un proveedor de servicios de capacitación?	Precio	Encuesta		
		Certificaciones del personal				
		Experiencia del personal				
		Forma de Pago				
		Tiempo del servicio				

	Precio	Valoración del Servicio	¿Qué monto considera razonable para invertir en un servicio de capacitaciones?	L. 15,000.00 a L.20,000.00	Encuesta
				L. 20,001.00 a L.25,000.00	
				L. 25,001.00 a L.30,000.00	
				L.30,001.00 en adelante	
	Promoción	Publicidad	¿Cuál cree usted que serian los canales mas eficaces para contactar a su empresa y ofrecerle el catalogo de servicio?	Correo Electrónico	Encuesta
				Redes sociales	
				Radio	
				Periódico	
				Televisión	
	Personal	Formación profesional	¿Qué factores tomaría en cuenta para contratar los servicios de capacitaciones ?	Certificaciones Internacionales	Encuesta
				capacitar	
				Formación Académica	
				Grado Académico	
	Plaza	Canal de Distribución	¿En qué lugar le gustaría poder recibir el servicio de capacitación?	Dentro de la empresa	Encuesta
				Fuera de la empresa	
				Indistinto	

Fuente: Elaboración propia (2023)

En la tabla 3 se presenta la operacionalización del estudio técnico el cual se divide en las siguientes dimensiones: tamaño óptico, determinación de localización, requerimientos técnicos de equipo, organización, administrativa y marco legal.

Tabla 3 Operacionalización de la variable del estudio técnico

Variables Independientes	Definición		Dimensiones	Indicador	Aspectos a Considerar	Técnicas
	Conceptual	Operacional				
Técnico	Parámetros de calidad, cantidad, y costo para lo cual se identific	Permitirá analizar las opciones tecnológicas que se requieren para	Tamaño Óptimo	Local	¿Qué áreas físicas demanda la empresa y su acondicionamiento?	Consulta y Cotización
				Mobiliario y Equipo	¿Cuál sería el mobiliario y equipo adecuado para el desarrollo de las capacitaciones?	Consulta y Cotización

a las diferentes necesidades de recursos en todos sus matices.	brindar el servicio de capacitaciones y establecer la factibilidad de los equipos, mobiliario e instalaciones necesarias para la investigación.	Localización	Especificaciones del local	¿Qué costo tiene un local que cumple con los requerimientos de dimensión, seguridad y parqueo?	Cotización
		Requerimientos Técnicos de Equipo	Mobiliario y Equipo	¿Qué mobiliario y equipo se necesita para iniciar operaciones?	Consulta y cotización
			Depreciación	Considerar en los flujos	Consulta
		Organización	Estructura Organizativa	¿Cuáles son los puestos claves para desarrollar las capacitaciones y dar una correcta atención al cliente?	Consulta a Textos de Recursos Humanos
			Perfiles de Puestos	Descripción de puestos	Consulta a Recursos Humanos
		Administrativa	Salarios y otras remuneraciones	¿Cuáles son los compromisos laborales con los trabajadores?	Consulta sobre la legislación local
		Marco Legal	Requisitos Relevantes	Identificación del marco legal pertinente para valorar deberes, derechos, restricciones entre otros	Consulta sobre la legislación local

Fuente: Elaboración propia (2023)

En esta última parte tenemos la operacionalización del estudio financiero en esta las dimensiones son las siguientes inversiones inicial, flujo de efectivo, costo de capital promedio ponderado e indicadores financieros los cuales nos ayudaran a evaluar la viabilidad de la creación de una empresa de capacitan en la ciudad de La Ceiba.

Tabla 4 Operacionalización de la variable del estudio financiero

variables Independientes	Definición		Dimensiones	Indicador
	Conceptual	Operacional		
Financiero	Tiene como objetivo ordenar y sintetizar la información de carácter monetario, obtenida de los estudios de mercado y técnico.	Elaboración y cálculos de herramientas e indicadores financieros para verificar la viabilidad del proyecto.	Inversión Inicial	Inversión Fija
				Inversión Diferida
				Capital de trabajo
			Flujo de Efectivo	Ingresos Proyectados
				Egresos
				Efectivo Disponible
			C.C.P.P. (WACC)	Fondos Propios
				Fuentes de financiamiento
			Indicadores Financieros	VAN
				TIR
Periodo de Retorno				

Fuente: Elaboración propia (2023)

3.1.4 HIPÓTESIS

Para poder llevar a cabo esta investigación es vital la formulación de hipótesis, la cual debe de ser confirmada y para eso es importante definir las variables de impacto directo a los objetivos de la investigación.

Según (Chirinos & Palacios, 2019) las hipótesis son explicaciones tentativas del fenómeno investigado y surgen del planteamiento del problema y la revisión bibliográfica con el propósito de pronosticar un hecho, se plantean las hipótesis de investigación y nula que serán sometidas a prueba.

1. Hi: La creación de una empresa de capacitaciones empresariales en La Ceiba es rentable. Generando una tasa interna de retorno mayor al x% del costo de capital del proyecto.
2. Ho: No es rentable la creación de una empresa de capacitaciones empresariales en La Ceiba. Generando una tasa interna de retorno igual o menor a x% del costo de capital del proyecto.

3.2 ENFOQUE Y MÉTODOS

En la siguiente figura se muestra detalladamente el enfoque y método utilizado en esta investigación

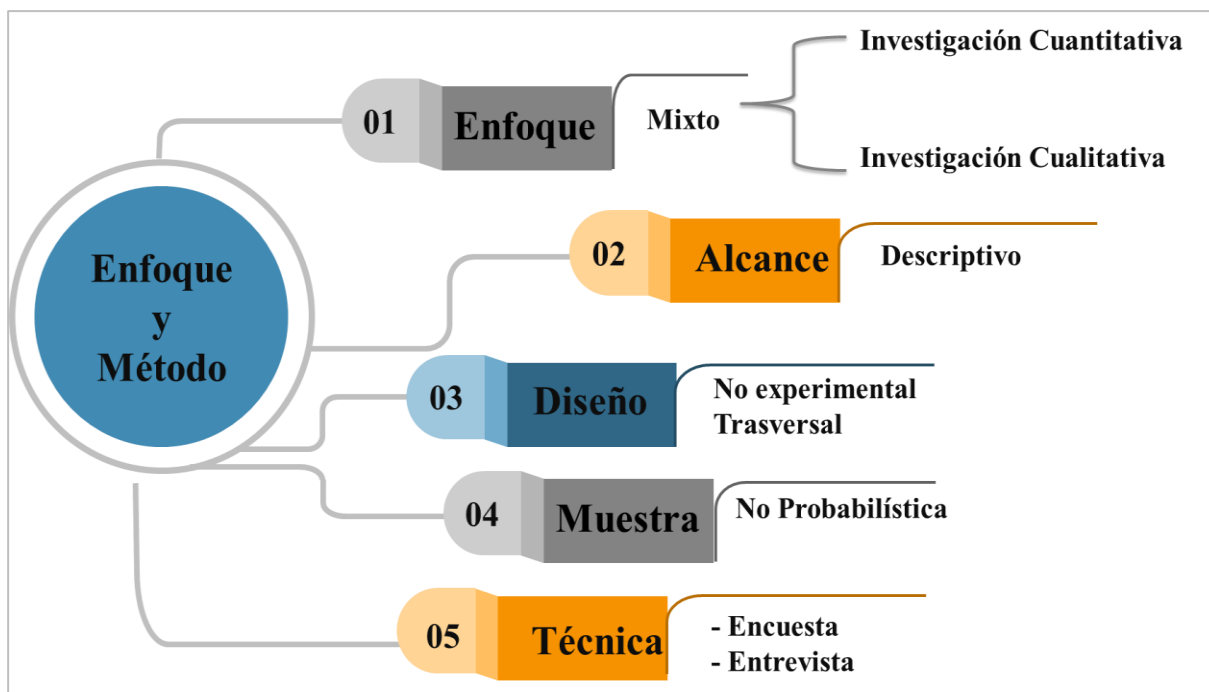


Figura 5 Enfoque de la Investigación

Fuente: Elaboración Propia

3.2.1. ENFOQUE MIXTO

Para abordar con el análisis de esta investigación que consiste en la prefactibilidad de una empresa de capacitaciones en la Ciudad de La Ceiba se utilizó un enfoque mixto que según (Hernández Sampieri & Fernández-Collado, 2014) los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (p. 546). Con la aplicación del instrumento se encontraron datos cuantificables, pero también datos cualitativos a través de las entrevistas realizadas a personas

expertas en el tema de capacitación.

3.2.2. ESTUDIO NO EXPERIMENTAL

Los datos se obtuvieron con la aplicación de la encuesta, se analizaron sin manipular las variables. Según (Hernández Sampieri & Fernández-Collado, 2014) el estudio no experimental consiste en estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos (p. 148).

3.2.3. DISEÑO TRASVERSAL

El instrumento de recolección de datos fue aplicado una vez a la muestra obtenida. La recolección de los datos se hace en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia en un momento dado (Hernández Sampieri & Fernández-Collado, 2014, p. 129).

3.2.4. ALCANCE DESCRIPTIVO

Se midieron los datos sin manipularlos, además se definieron las variables como se ve reflejado en el cuadro de matriz metodológica. Este alcance busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población (Hernández Sampieri & Fernández-Collado, 2014, p. 92).

3.2.5. MUESTRA NO PROBABILÍSTICA

También llamadas muestras dirigidas, suponen un procedimiento de selección orientado por las características de la investigación, más que por un criterio estadístico de generalización. En las muestras de este tipo, la elección de los casos no depende de que todos tengan la misma posibilidad de ser elegidos, sino de la decisión de un investigador o grupo de personas que recolectan los datos (Hernández Sampieri & Fernández-Collado, 2014, p. 189).

En este estudio se eligió este tipo de muestra debido a que no se contó con una población de empresas por su clasificación (micro, pequeñas, medianas y grandes empresas), solo fue posible obtener un número determinado de empresa vigentes en la ciudad de La Ceiba. Por tanto, toco

realizarlo de puerta en puerta para poder conocer la clasificación de las empresas debido a que las microempresas no forman parte de la investigación y así poder aplicar el instrumento de recolección de datos.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

(Hernández Sampieri & Fernández-Collado, 2014) menciona que el diseño de la investigación es un plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación y responder al planteamiento.

El diseño señala al investigador lo que debe hacer para alcanzar sus objetivos de estudio, contestar los interrogantes que se ha planteado y analizar la certeza de la(s) hipótesis formuladas en un contexto en particular”. (p. 128)

Basados en el esquema presentado por Sampieri en su libro “Metodología de la investigación” se realizó el diseño de la investigación. El tipo de estudio que se utilizara en este proyecto es no experimental, teniendo un diseño trasversal porque los datos solo serán recolectados una vez.

3.3.1 POBLACIÓN

Una vez definido el diseño de la investigación, se debe identificar la población con la que se realizará el estudio, y respecto a la cual, se busca generalizar los resultados obtenidos.

“Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (Hernández Sampieri & Fernández-Collado, 2014, p. 172).

Según la Ley Fomento Competitividad Pequeña y Mediana Empresa (2009) publicado en el Diario oficial La Gaceta en su decreto No. 135-2008, decreta que son consideradas microempresas todas aquellas que tienen de 1-10 colaboradores, las pequeñas empresas tienen de 11-50 colaboradores y las medianas empresas de 51-150 colaboradores.

Según los datos brindados por el Departamento de Investigación y Estadísticas de la Municipal de La Ceiba (DIEM-LC) hay al redor de “**1,544 empresas**” de diferentes rubros según la información actualizada hasta el año 2022.

La información brindada no está específica según la clasificación de las empresa por consiguiente se buscó información en línea, se realizó un estudio por la Secretaría de Trabajo y Seguridad Social (2010), donde hace mención que existen 5,425 microempresas en el municipio de La Ceiba. Hay 119 empresas pequeñas. En cuanto a las empresas medianas existen 78 empresas. En las empresas grandes hay alrededor de 9 en el Municipio de La Ceiba, haciendo un total de 5,621 empresas en el año 2010.

Según la información brindada por el (DIEM-LC) desde hace 9 años han venido disminuyendo el número de empresas en la ciudad, a raíz de la pandemia muchas empresas tuvieron que cerrar operaciones, las que pudieron mantenerse fueron las grandes empresas por su posicionamiento en el mercado.

3.3.2 MUESTRA

Por lo anterior expuesto y al no encontrar con cifras actualizadas del número de empresas según su calificación se prosiguió a realizar una muestra dirigida debido a que no se tomará en cuenta las microempresas que está conformada de 1-10 colaboradores ya que son inestables y no se encuentran bien posicionadas en el mercado y su ingreso por ventas son bajos.

Se realizo una cuidadosa y controlada elección debido a que se anduvo de puerta en puerta para conocer las pequeñas, medianas y grandes empresas en la ciudad de La Ceiba.

La muestra se clasificó de la siguiente manera teniendo un total de 61 empresas.

- 33 pequeñas empresas (11-50 colaboradores)
- 19 medianas empresas (51- 150 colaboradores)
- 9 grandes empresas (151 colaboradores en adelante)

3.3.3 TÉCNICAS DE MUESTREO

En esta investigación se utilizó el muestreo, bola de nieves debido a que se anduvo de puerta en puerta en las empresas para identificar las micros, pequeñas, medianas y grandes

empresas y así poder agregarlas a la muestra y esta mismas recomendaban a otra empresa.

Muestras en cadena o por redes ("bola de nieve"): se identifican participantes clave y se agregan a la muestra, se les pregunta si conocen a otras personas que puedan proporcionar datos más amplios, y una vez obtenidos sus datos, se incluyen también, Este tipo de técnica de muestreo ayuda a los investigadores a encontrar muestras cuando son difíciles de localizar (Hernández Sampieri & Fernández-Collado, 2014, p. 390).

3.4 TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS APLICADOS

Para la presente sección se enumerarán las técnicas y los procedimientos, al mismo tiempo que se desarrollarán los instrumentos e insumos utilizados para recopilar información útil para la investigación.

3.4.1 TÉCNICAS

“Las técnicas de investigación son el conjunto de herramientas y procedimientos disponibles para un investigador para obtener información y conocimiento. Se utilizan de acuerdo a los protocolos establecidos en cada metodología determinada”.(Hernández Sampieri & Fernández-Collado, 2014, p. 195)

Las técnicas de recolección de datos que se hará uso en esta investigación son las siguientes:

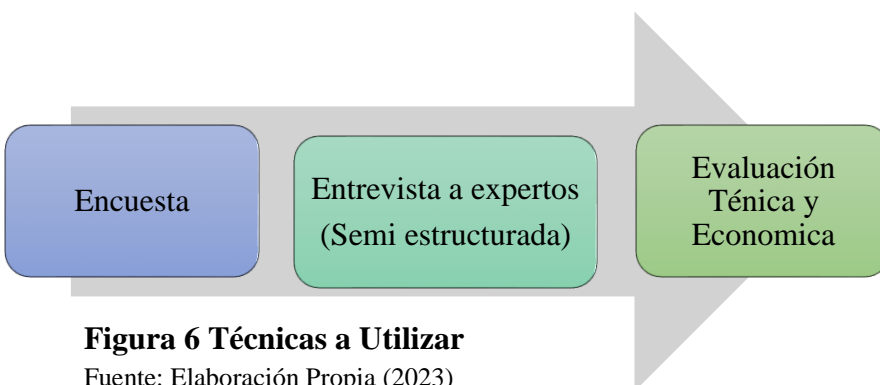


Figura 6 Técnicas a Utilizar

Fuente: Elaboración Propia (2023)

3.3.1 ENCUESTA

Hernández Sampieri & Fernández-Collado (2014) definen la encuesta como el instrumento más utilizado para recolectar datos, consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más

variables a medir (p. 210). Las encuestas serán aplicadas a las pequeñas empresas, medianas y grandes de la ciudad de La Ceiba.

3.3.2 ENTREVISTAS A EXPERTOS

Hernández Sampieri et al. (2010) define a la entrevista como “una conversación entre una persona (entrevistador) y otra (entrevistado) que se realiza con el fin de obtener respuestas sobre el tema” (p. 403). Las entrevistas se a personas expertas en el ámbito de las capacitaciones empresariales.

3.4.2 INSTRUMENTOS

Hernández Sampieri & Fernández-Collado (2014) Indica que un instrumento de medición es un “recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente” (p. 199).

Con el propósito de obtener los datos necesarios para medir financieramente la factibilidad de este proyecto, es muy importante definir un instrumento confiable que permita recopilar datos relativos en las unidades de análisis seleccionadas en la muestra. En consiguiente en esta investigación se utilizaron los siguientes instrumentos:

- Cuestionario para la encuesta: es uno de los instrumentos más utilizados para recopilar datos, debido a que consiste en una serie de preguntas ya sean de una o más variables aplicado a la población meta con fines de determinar qué tan demandante será el servicio a brindar.
- Cuestionario para la entrevista a expertos: se realizaron entrevistas semi estructuradas a personas expertas en el tema de capacitaciones empresariales. Según Bernal (2010) una entrevista semi estructurada “Es una entrevista con relativo grado de flexibilidad tanto en el formato como en el orden y los términos de realización de la misma para las diferentes personas a quienes está dirigida”. (p. 257)

3.4.3 PROCEDIMIENTOS APLICADOS

Cuando se determina la técnica e instrumento a utilizar se procede con el desarrollo e implementación de estos.

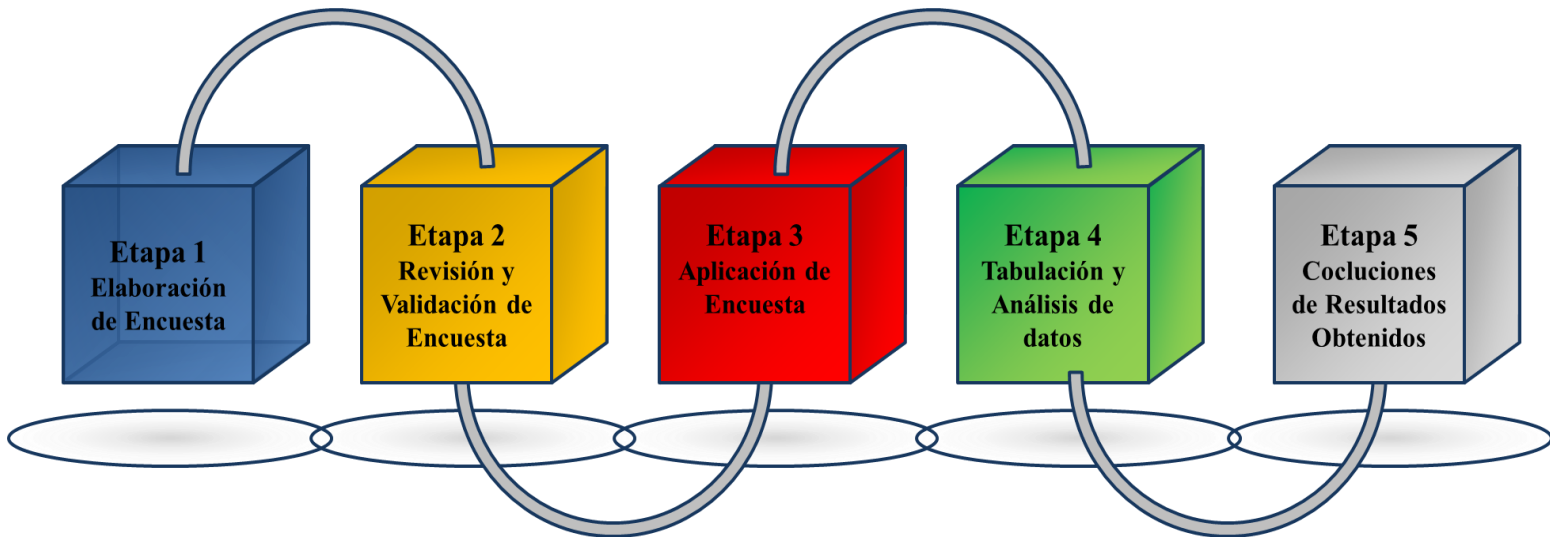


Figura 7 Procedimientos Aplicados

Fuente: Elaboración Propia (2023)

Como parte de la primera etapa de la primera etapa se elaborará la encuesta, que estará conformada por 10 preguntas que tienen como objetivo conocer que tan demandante será el servicio a brindar.

En la segunda etapa se llevará a revisión con el asesor metodológico y temático, luego se procederá a hacer validada. Luego en la tercera etapa se procederá a la aplicación de la encuesta a la muestra obtenida anteriormente, la encuesta se hará de llegar a la muestra de manera digital por medio de la herramienta Microsoft Form.

Posteriormente se prosigue con la cuarta etapa donde se hará la tabulación y el análisis de los datos obtenidos por la encuesta. Como última etapa se harán las conclusiones de los resultados obtenidos de la investigación.

3.5 FUENTES DE INFORMACIÓN

“Una fuente de información es una persona u objeto que provee datos para la

investigación”. (Hernández Sampieri et al., 2010, p. 26)

A continuación, se detallan las fuentes primarias y secundarias que se utilizaron en este proyecto de investigación

3.5.1 FUENTES PRIMARIAS

“Las fuentes primarias ofrecen un punto de vista desde adentro del fenómeno en particular que se está estudiando”.(Gallardo, 2003, p. 57)

En esta investigación se utilizaron como fuentes primarias de información las encuestas aplicadas, revisión documental, libros de metodología de la investigación y evaluaciones de proyectos.

3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS

Las fuentes secundarias son todas aquellas que ofrecen información sobre el tema por investigar, pero que no son las fuentes originales de los hechos y situaciones, sino que solo los referentes.

Según Hernández Sampieri et al.(2010) las fuentes de información secundaria son “listas, compilaciones y resúmenes de referencias o fuentes primarias publicadas en un área de conocimiento en particular, las cuales comentan artículos, libros, tesis, disertaciones y otros documentos especializados” (p. 66).

Como fuentes secundarias de información se hizo uso de documentos de páginas web, publicaciones sobre proyectos relacionados con el tema y se utilizaron datos brindados por la Alcaldía Municipal de la ciudad de La Ceba, departamento de Atlántida.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

En el presente capítulo se abordarán los resultados obtenidos para el logro de los objetivos de la investigación planteada donde se optó por utilizar herramientas cuantitativas y cualitativas como ser: encuestas aplicadas a las empresas de la ciudad de La Ceiba, así mismo se realizaron entrevistas a personas expertas en tema de capacitaciones, se hicieron cotizaciones a los posibles proveedores de mobiliario y equipo para las instalaciones de la empresa y se ejecutó la evaluación económica-financiera para saber si es factible una empresa de capacitaciones en dicha ciudad.

4.1 INFORME DE PROCESO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La aplicación de la encuesta se realizó en la ciudad de La Ceiba, se hicieron encuestas en físico y así también encuestas digitales con ayuda de Google Form.

El link del cuestionario fue compartido vía correo y WhatsApp a las empresas. El cuestionario aplicado contenía 10 preguntas entre preguntas abiertas y cerradas, preguntas de opción múltiple por medio de ello generar la obtención de los hallazgos más relevantes visualizando el comportamiento del cliente la oportunidad de mercado. Así mismo se entrevistaron a personas expertas en el área de capacitaciones empresariales las cuales fueron de gran importancia para la investigación.

En total se aplicaron 61 encuestas a las diferentes empresas de la ciudad, de igual forma se analizaron las respuestas de las entrevistas las cuales fueron de mucha relevancia para conocer el rubro de las capacitaciones empresariales.

4.2 RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LAS TÉCNICAS APLICADAS

A continuación, se muestran los resultados cuantitativos obtenidos por las empresas a las cuales se les aplicó la encuesta, así mismo se reflejan los resultados cualitativos que se obtuvieron de las entrevistas a los expertos en el área de capacitaciones empresariales.

4.2.1 RESULTADOS CUANTITATIVOS

En el capítulo anterior se estableció que la muestra era no probabilística para esta

investigación. Se encuestaron 61 empresa en la ciudad de La Ceiba entre pequeñas, medianas y grandes empresa.

En los siguientes apartados se presentan los resultados de cada uno de los ítems del instrumento y su respectivo análisis.

4.2.1.1 CARGO DESEMPEÑADO DEL ENCUESTADO

Nota tabla 5: La siguiente tabla muestra el cargo desempeñado en la empresa de las personas encuestadas, así mismo la cantidad que obtuvo cada uno de ellos y el porcentaje que representa.

Tabla 5 Cargo Desempeñado

¿Qué cargo desempeña en la empresa?	Cantidad	Porcentaje
Encargado de tienda	16	26%
Gerente de Recursos Humanos	10	16%
Gerente General	15	25%
Propietario de la empresa	20	33%
Total	61	100%

Fuente: Elaboración Propia (2023)

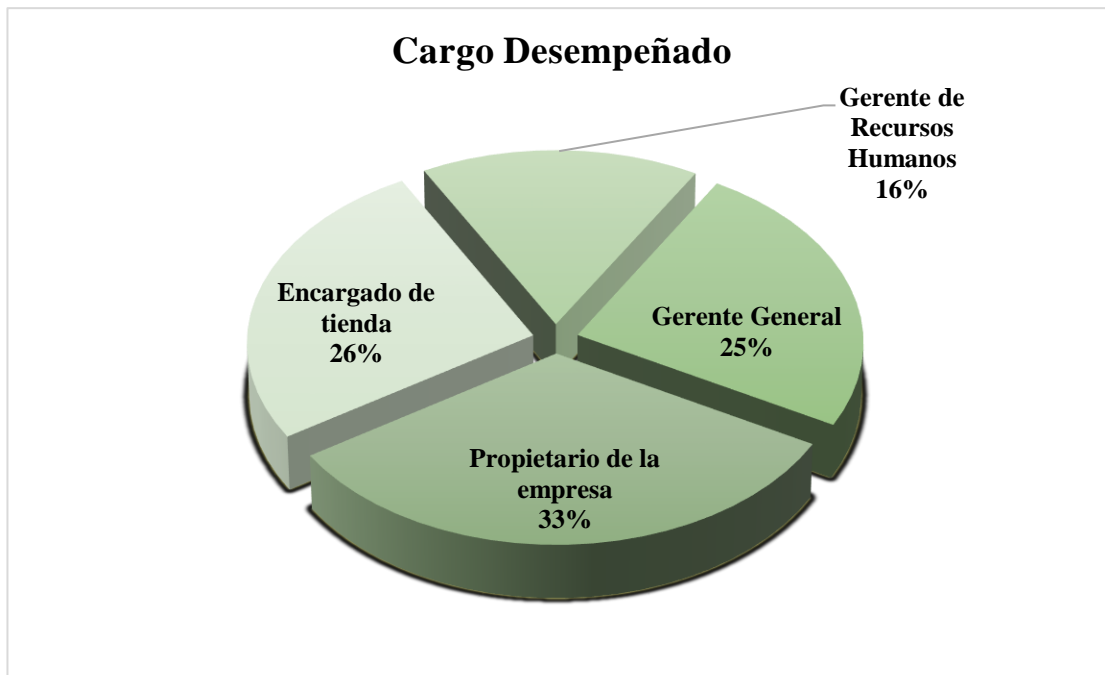


Gráfico 2 Cargo Desempeñado del Encuestado

Fuente: Elaboración Propia (2023)

Nota figura 8: Se elaboró una pregunta inicial sobre el cargo que desempeña la persona encuestada, el gráfico muestra que el 33% de los encuestados eran los propietarios de la empresa, el 26% eran el encargado de tienda, el 25% eran gerente general y el 16% pertenecen a gerentes de recursos humanos.

4.2.1.2 GIRO PRODUCTIVO DE LA EMPRESA ENCUESTADA

Nota tabla 6: La siguiente tabla muestra los diferentes giros productivos de las empresas encuestadas, así mismo la cantidad y el porcentaje resultante por cada giro productivo.

Tabla 6 Giro Productivo de la Empresa

¿Cuál es el giro productivo o comercial de la empresa que usted representa?	Cantidad	Porcentaje
Almacenes	9	14%
Comercialización	17	27%
Educación	1	2%
Gimnasio	1	2%
Instituciones financieras	5	8%
Sector de Limpieza	2	3%
Sector de alimentos	11	17%
Sector de Manufactura	4	6%
Sector de Salud	6	10%
Sector Hotelero	7	11%
Total	61	100%

Fuente: Elaboración Propia (2023)

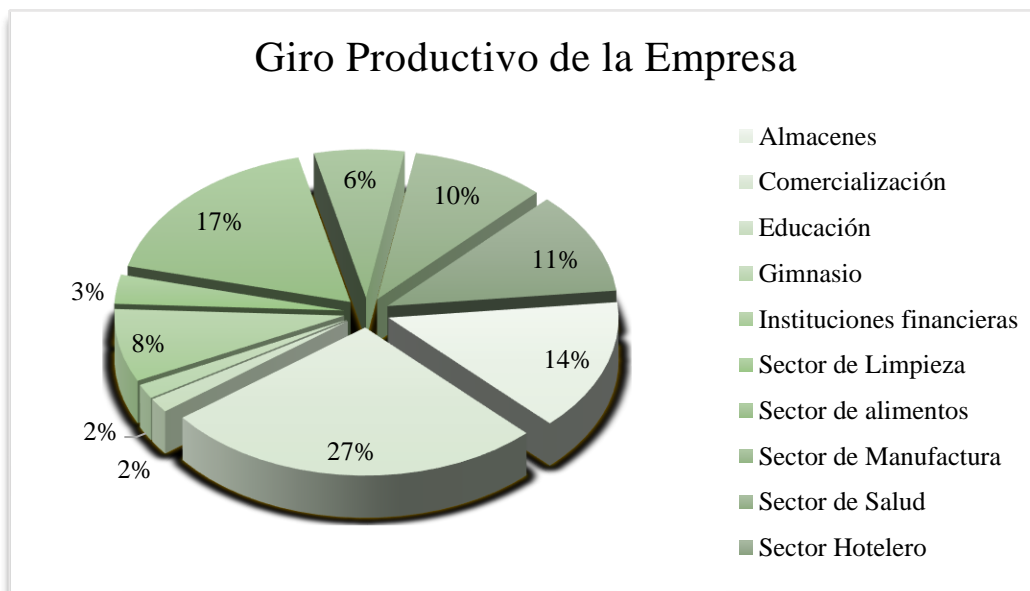


Gráfico 3 Giro Productivo de la Empresa

Fuente: Elaboración Propia (2023)

Nota figura 9: El gráfico muestra los porcentajes del total de empresas según el giro productivo al que se dedica, se puede observar que el porcentaje mayor lo tiene las empresas de comercialización con 27%, en segundo lugar, se encuentran las empresas del sector de alimentos con un 17% y en el tercer lugar se encuentra las empresas de almacenes con un 14%.

4.2.1.3 CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN EL NUMERO DE COLABORADORES

Nota tabla 7: La siguiente tabla muestra la clasificación de las empresas según el número de colaboradores, así mismo refleja las cantidades obtenidas en las encuestas aplicadas.

Tabla 7 Clasificación de las Empresas según el número de colaboradores

¿Cómo se clasifica la empresa que usted representa?	Cantidad	Porcentaje
Gran Empresa (151 o más Colaboradores)	9	15%
Mediana Empresa (51-150 Colaboradores)	19	31%
Pequeña Empresa (11-50 Colaboradores)	33	54%
Total	61	100%

Fuente: Elaboración Propia (2023)

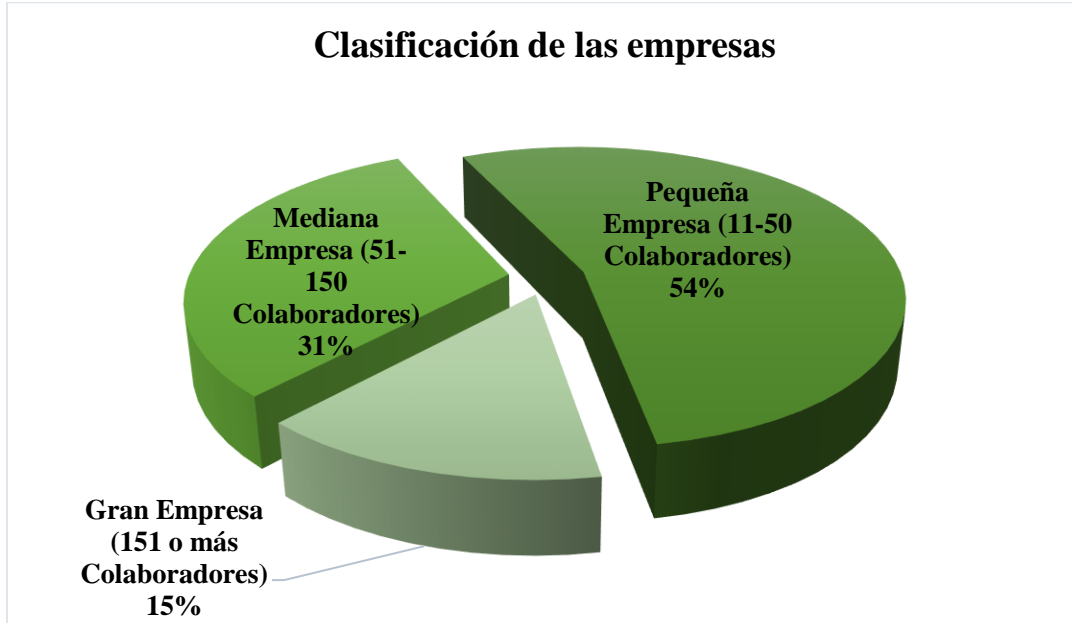


Gráfico 4 Clasificación de las Empresas según el número de colaborador

Fuente: Elaboración Propia (2023)

Nota figura 10: El gráfico muestra los resultados de la clasificación de las empresas según el número de colaboradores, se puede evidenciar que el mayor porcentaje lo representa la pequeña empresa con un 54%, luego se encuentra las medianas empresas con un 31% y por último tenemos las grandes empresas con un 15% según los resultados obtenidos por las encuestas.

4.2.1.3 EMPRESAS CON PROVEEDORES DE SERVICIOS DE CAPACITACIONES

Nota tabla 8: La siguiente tabla muestra el número de empresas que cuentan con un servicio de capacitaciones empresariales, así mismo el número de empresas que no cuentan con dicho servicio.

Tabla 8 Empresas con proveedores de servicios de capacitaciones

¿Cuenta su empresa con un proveedor de servicios de capacitación?	Cantidad	Porcentaje
Si	22	36%
No	39	64%
Total	61	100%

Fuente: Elaboración Propia (2023)

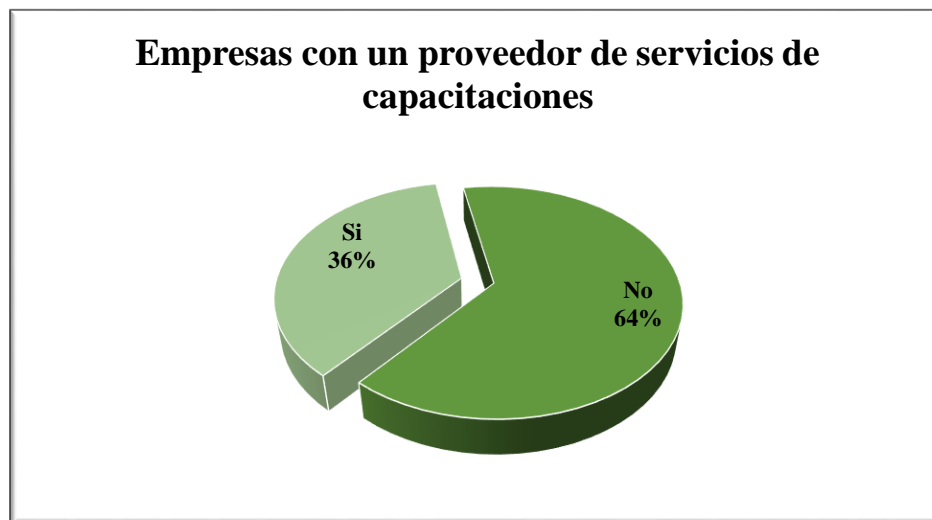


Gráfico 5 Porcentaje de Empresas que cuentan con un Servicio de Capacitaciones

Fuente: Elaboración Propia (2023)

Nota figura 11: el gráfico anterior representa el número de empresas que cuentan con un servicio de capacitaciones, así mismo el porcentaje de empresas que no tienen este servicio. En el gráfico se visualiza que 64% de las empresas de la ciudad de La Ceiba no cuentan con los servicios

de capacitaciones empresariales.

4.2.1.4 PROVEEDORES DE CAPACITACIONES

Nota tabla 9: La tabla anterior muestra las instituciones y empresas que brindan el servicio de capacitaciones en algunas empresas de la ciudad de La Ceiba

Tabla 9 Proveedores de Capacitaciones que brindan el servicio a las empresas de la ciudad de La Ceiba

Si ya cuenta con un proveedor de capacitaciones ¿Qué empresas le brindan este servicio?	Cantidad	Porcentaje
AUROS	1	6%
BCH	1	6%
CADERH	1	6%
Cesar Ferez	1	6%
CRECERH	1	6%
IMECAF	1	6%
INFOP	8	44%
PROCAE	1	6%
Procem Consultores	1	6%
RTM Calidad y Formación S.L.	1	6%
RRHH DE LA EMPRESA	1	6%
Total	18	100%

Fuente: Elaboración Propia (2023)

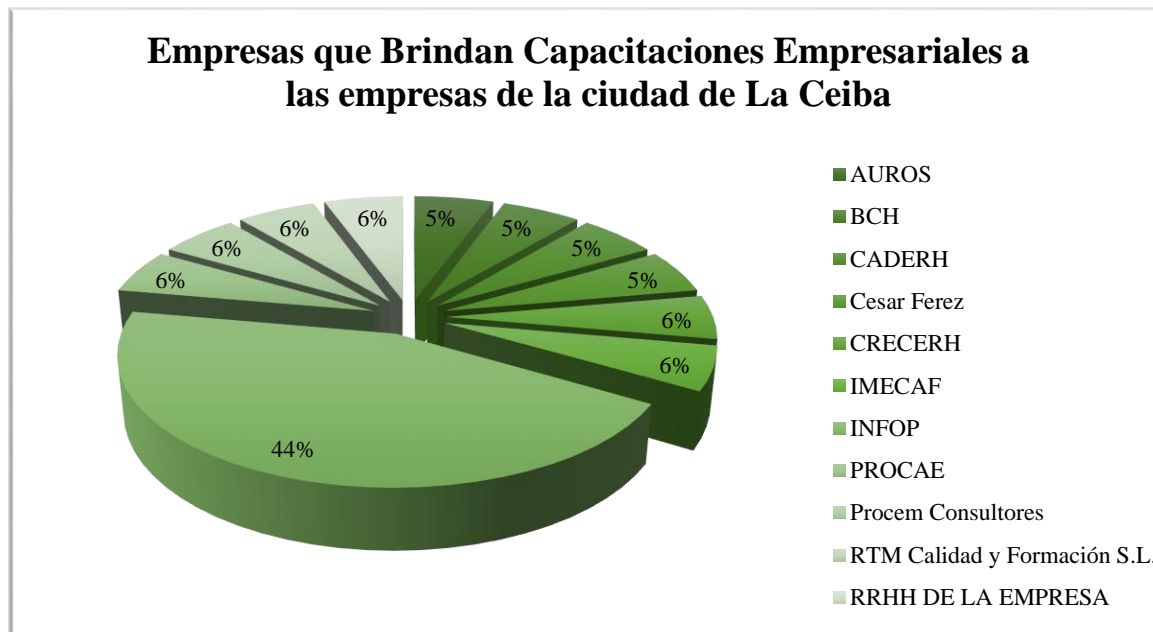


Gráfico 6 Empresas que brindan capacitaciones a las empresas de la ciudad de La Ceiba

Fuente: Elaboración Propia (2023)

Nota figura 12: El gráfico muestra la empresa que brindan capacitaciones empresariales a las empresas de la ciudad de La Ceiba, se puede visualizar que la institución con más demanda es INFOP con un 44%, según investigaciones en su mayoría de empresas que brindan este servicio no son hondureñas, por lo general las empresas buscan este servicio fuera del país.

4.2.1.5 EMPRESAS DISPUESTAS A CONTRATAR EL SERVICIO DE CAPACITACIONES

Nota tabla 10: La tabla siguiente muestra la cantidad de empresas que estarían dispuestas a contratar los servicios de capacitaciones, así mismo muestra la cantidad de las empresas que no contratarían los servicios.

Tabla 10 Empresas dispuestas a contratar el servicio de capacitaciones

¿Estaría dispuesta la empresa que usted representa en contratar los servicios de capacitación?	Cantidad	Porcentaje
Si	55	90
No	6	10
Total	61	100%

Fuente: Elaboración Propia (2023)

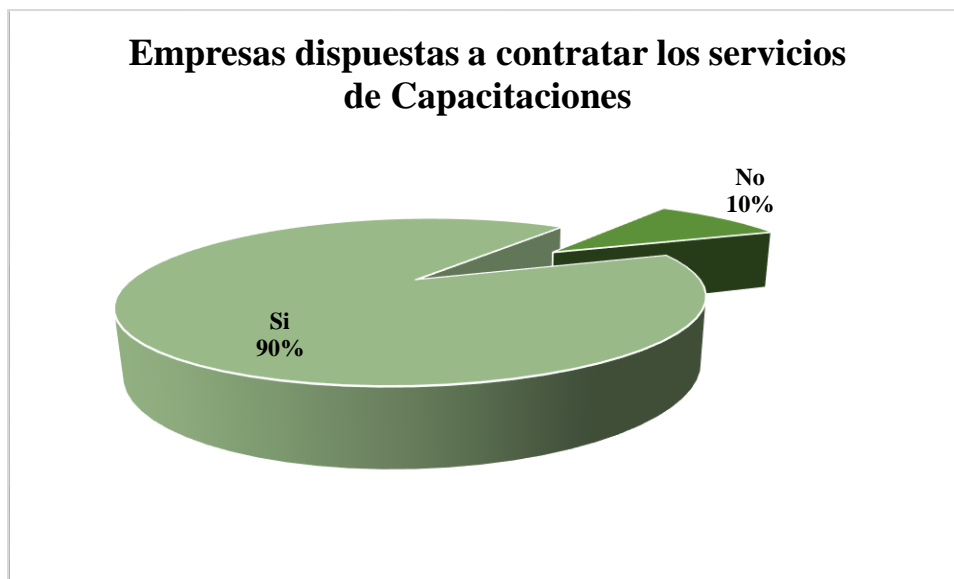


Gráfico 7 Empresas dispuestas a contratar los servicios de Capacitaciones

Fuente: Elaboración Propia (2023)

Nota figura 13: El gráfico muestra el porcentaje de las empresas que estarían dispuestas a contratar los servicios de capacitaciones como también muestras el porcentaje de las que no están dispuesta, se puede visualizar que el 90% de las empresas si están dispuestas a contratar los servicios de capacitaciones.

4.2.1.6 ÁREAS DE CAPACITACIONES

Nota tabla 11: La tabla siguiente muestra las diferentes áreas en las cuales las empresas de la ciudad de La Ceiba estarían dispuesta a recibir capacitaciones.

Tabla 11 Áreas de Capacitaciones

¿En qué área estaría dispuesta a recibir capacitación según el interés de la empresa que representa?	Cantidad	Porcentaje
Aprendizaje motriz	1	1%
Área de desarrollo de habilidades ejecutivas	15	12%
Área de desarrollo de talento humano	10	8%
Área de gestión de crédito y cobranza	3	2%
Área de gestión del conocimiento y aprendizaje organizacional	12	10%
Área de gestión estratégica de atención al cliente	50	40%
Área de inteligencia contable y financiera	20	16%
Empowerment	1	1%

Gestión efectiva del tiempo	1	1%
Habilidades Blandas	1	1%
Habilidades Tecnológicas	1	1%
Inteligencia Emocional	3	2%
Liderazgo	1	1%
Mercadotecnia Digital	2	2%
Motivación Laboral	3	2%
Total	124	100%

Fuente: Elaboración Propia (2023)

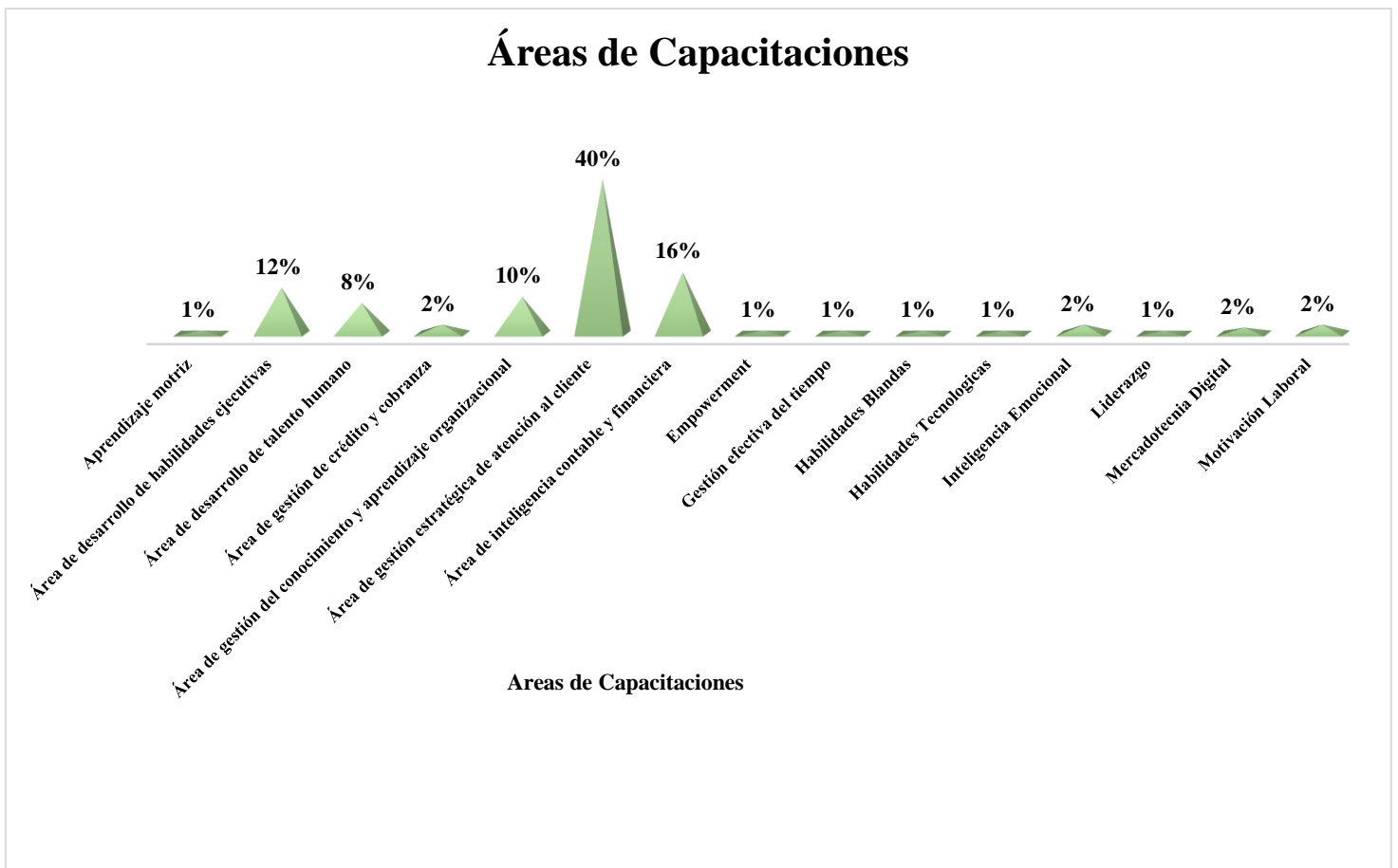


Gráfico 8 Áreas de Capacitaciones

Fuente: Elaboración Propia (2023)

Nota figura 14: El gráfico muestra los porcentajes en cada área de capacitaciones en las cuales las empresas estarían dispuestas a contratar, se puede observar que el área con mayor porcentaje de aceptación es la de gestión estratégica de atención al cliente con un 40% de aceptación, también surgieron algunas áreas recomendadas por las empresas como: mercadotecnia digital, liderazgo, motivación laboral, habilidades tecnológicas, gestión efectiva del tiempo entre otras.

4.2.1.7 MONTO A INVERTIR EN LAS CAPACITACIONES

Nota tabla 12: La tabla siguiente muestra los rangos de precios que las empresas están dispuestas a invertir en programas de capacitaciones.

Tabla 12 Monto que las empresas están dispuestas a invertir en capacitaciones

¿Qué monto considera razonable para invertir en un servicio de por Cursos?	Cantidad	Porcentaje
L. 15,000.00 a L.30,000.00	31	56%
L. 30,001.00 a L.45,000.00	21	38%
L. 45,001.00 a L.60,000.00	3	5%
Total	55	100%

Fuente: Elaboración Propia (2023)

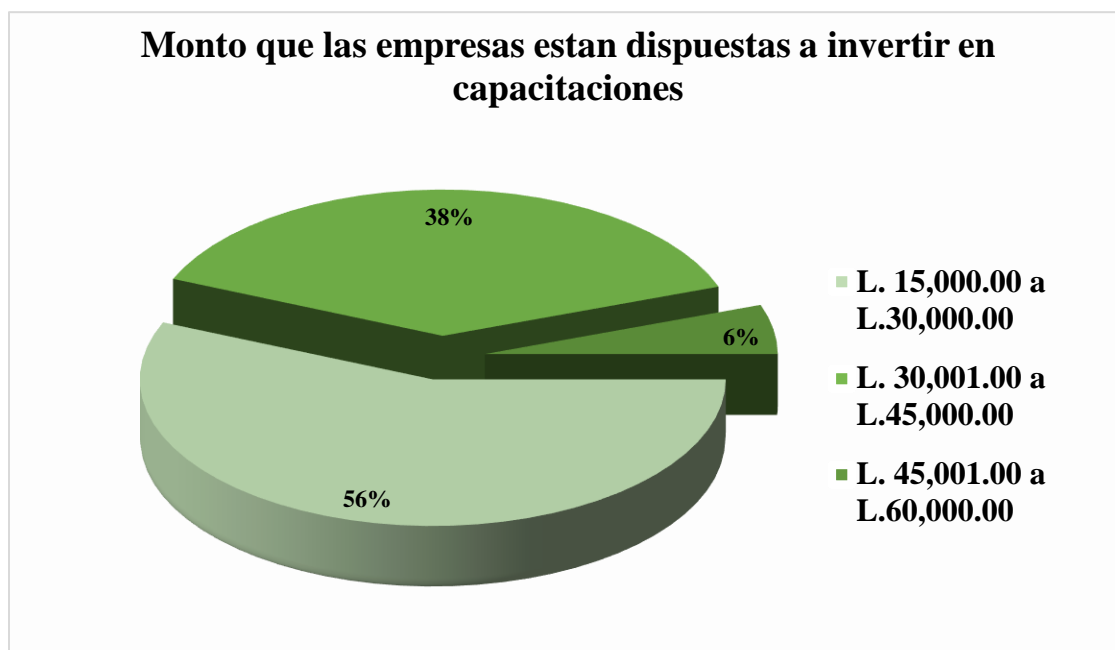


Gráfico 9 Monto que las empresas están dispuestas a invertir en capacitaciones

Fuente: Elaboración Propia (2023)

Nota figura 15: El gráfico muestra los rangos de precios que las empresas están dispuestas a pagar por programas de capacitaciones, en él se visualiza que el rango con mayor porcentaje L. 15,000.00 a L.30,000.00 con un total del 56%.

4.2.1.8 CANALES PARA CONTACTAR A LAS EMPRESAS

Nota tabla 13: La tabla muestra los diferentes medios por los cuales las empresas les gustaría ser contactadas para dar a conocer los servicios ofrecidos por la empresa de capacitaciones

Tabla 13 Canales para contactar a las empresas

¿Cuál cree usted que serían los canales más eficaces para contactar a su empresa y ofrecerle el catálogo de servicio?	Cantidad	Porcentaje
Correo Electrónico	4	4%
Redes sociales	38	41%
Visita de un representante de ventas	35	38%
Televisión	5	5%
Valla publicitaria	10	11%
Total	92	100%

Fuente: Elaboración Propia (2023)

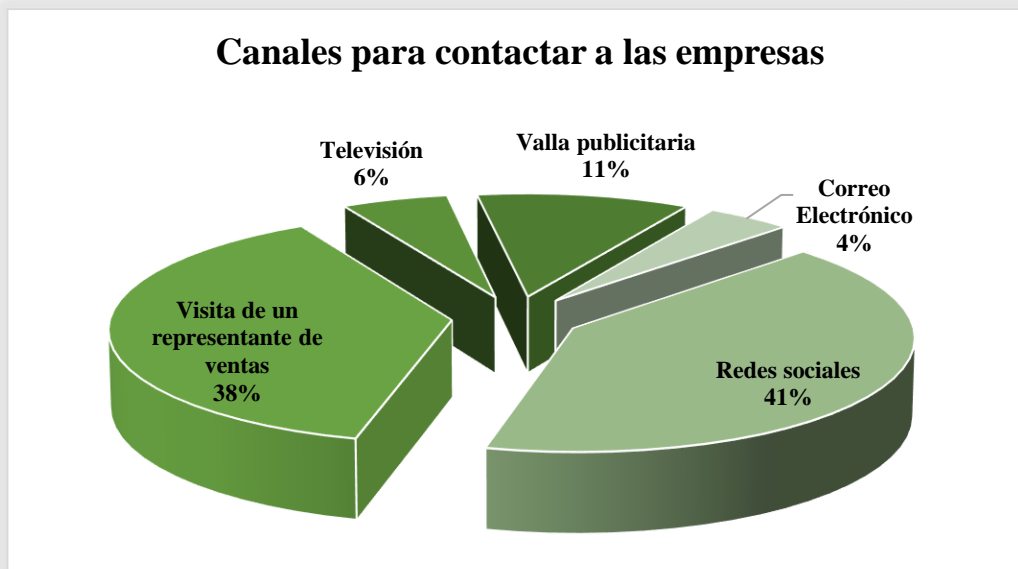


Gráfico 10 Canales para contactar a las empresas

Fuente: Elaboración Propia (2023)

Nota figura 16: El gráfico muestra los diferentes canales por los cuales las empresas les gustaría que les ofrecieran el servicio de capacitaciones, se puede evidenciar que el mayor porcentaje lo tiene las redes sociales con un 41% y en segundo lugar se encuentra el representante de ventas con un 38%.

4.2.1.9 FACTORES A TOMAR EN CUENTA AL MOMENTO DE CONTRATAR LOS SERVICIOS DE CAPACITACIONES

Nota tabla 14: La tabla siguiente muestra los diferentes factores que las empresas toman en cuenta al momento de contratar los servicios de capacitaciones

Tabla 14 Factores que las empresas toman en cuenta al momento de contratar los servicios de capacitaciones

¿Qué factores tomaría en cuenta para contratar los servicios de capacitaciones?	Cantidad	Porcentaje
Calidad de servicio	38	49%
Certificaciones Internacionales	7	9%
Experiencia en el área a capacitar	12	16%
Formación Académica	18	23%
Indistinto	2	3%
Total	77	100%

Fuente: Elaboración Propia (2023)

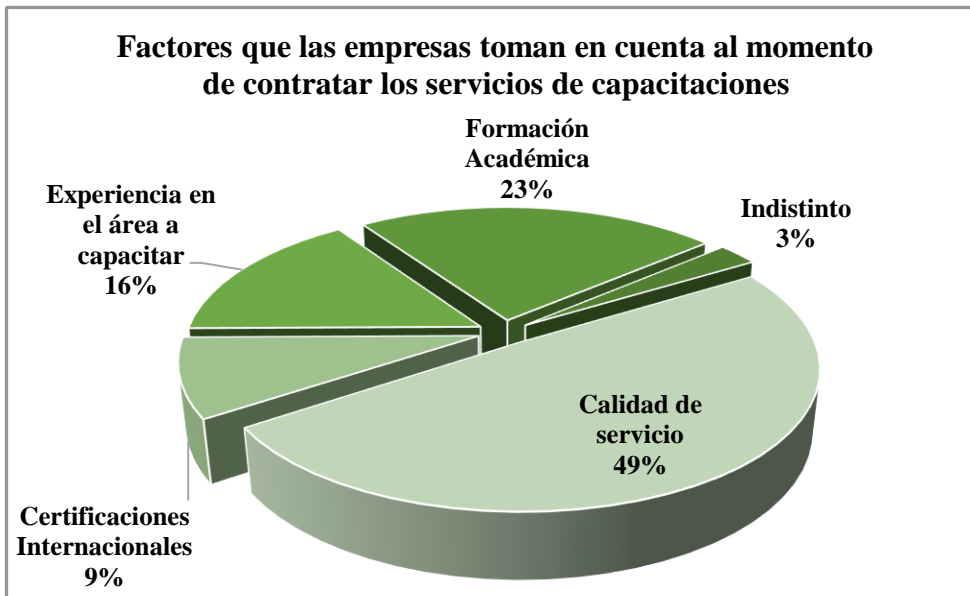


Gráfico 11 Factores que las empresas toman en cuenta al momento de contratar los servicios de capacitaciones

Fuente: Elaboración Propia (2023)

Nota figura 17: El gráfico muestra los diferentes factores que las empresas toman en cuenta a l momento de contratar los servicios de capacitaciones, el gráfico muestra que la calidad del servicio es lo que las empresas toman en cuenta con un porcentaje del 49%, en segundo lugar, se

encuentra la formación académica de las personas que capacitan.

4.2.1.10 LUGARES DONDE LAS EMPRESAS LES GUSTARÍA RECIBIR LAS CAPACITACIONES

Nota tabla 15: La tabla muestra los lugares donde las empresas les gustaría recibir los cursos de capacitaciones

Tabla 15 Lugares donde las empresas les gustaría recibir las capacitaciones

¿En qué lugar le gustaría poder recibir el servicio de capacitación empresarial?	Cantidad	Porcentaje
Dentro de la empresa Capacitadora	22	39%
Instalaciones propias	12	21%
Capacitación en línea	3	5%
Indistinto	19	34%
Total	56	100%

Fuente: Elaboración Propia (2023)

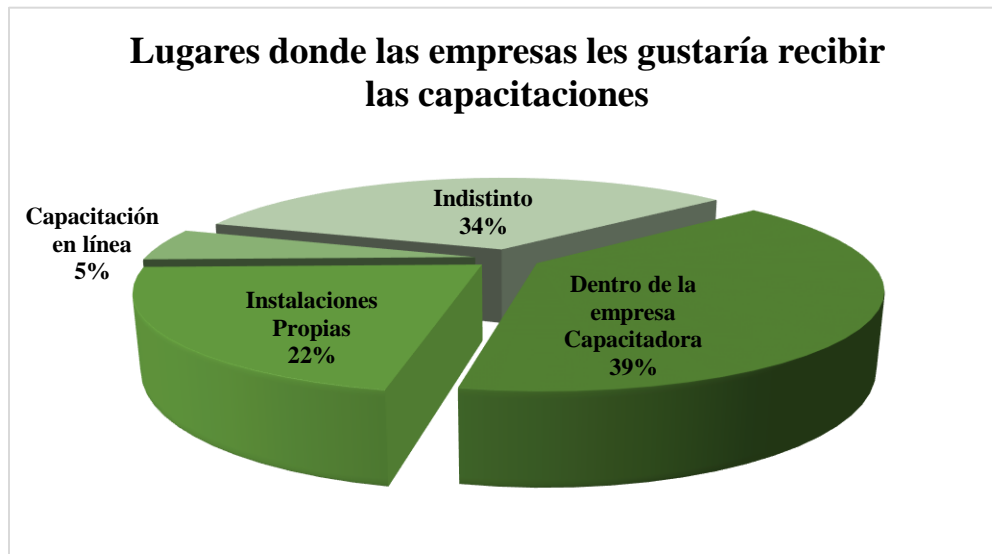


Gráfico 12 Lugares donde las empresas les gustaría recibir las capacitaciones

Fuente: Elaboración Propia (2023)

Nota figura 18: El gráfico muestra los lugares donde las empresas les gustaría recibir los servicios de capacitaciones, en él se muestra que las empresas prefieren recibir las capacitaciones

en las instalaciones de la empresa de capacitadora con un 39% y en segundo lugar se encuentra indistinto con un 34%.

4.2.2 ANÁLISIS CUALITATIVO

El análisis cualitativo se realizó mediante entrevistas a expertos en el área de capacitaciones de la ciudad de La Ceiba, se utilizó una entrevista semi estructurada debido a que estas son más flexibles, manteniendo la uniformidad de la entrevista para alcanzar los propósitos de este estudio.

A continuación, se muestra las conclusiones de las entrevistas realizadas a los expertos, estos datos son útiles para el proyecto, dado que proporcionan un perfil de especialista que debe prestar sus servicios al momento de ser contratados por las empresas, según la necesidad que estas tengan. El análisis de los datos se realizó extrayendo los fragmentos con mayor relevancia en cada respuesta de los expertos las cuales serán analizadas para la ejecución de esta investigación. Ver **anexo 5**.

Tabla 16 Conclusiones de las entrevistas a expertos

Expertos	Conclusiones
Experto 1: Samuel Cárcamo	<p>Los rubros con mayor demanda de capacitaciones son: el sector industria el sector agropecuario y el sector turístico.</p> <p>INFOP paga alrededor de \$2000.00 para la contratación de un instructor siempre y cuando la institución no cuente con ese recurso.</p>
Experto 2: Jackie Gutiérrez	<p>Las capacitaciones con mayor demanda son: Servicio al clientes, ética profesional y liderazgo.</p> <p>El rango de precio por una conferencia de 1:30 hora es de L.5,000.00, sin embargo, si es un taller el precio va a variar al número de persona por lo general a tiende a un máximo de 30 personas.</p> <p>El número de capacitaciones al día va a variar por lo general se realiza 6 capacitaciones a la semana.</p>

<p>Experto 3: César Joaquín Feréz</p>	<p>Las capacitaciones con mayor demanda son: las de atención al cliente, administrativas y liderazgos.</p> <p>El rango del precio de capacitación por hora es de L.5,000.00., atiende a un máximo de 30 personas por capacitación, brinda alrededor de 3 capacitaciones diarias, pero estas pueden variar según la demanda que tenga.</p> <p>Las expresas a la hora de contratar los servicios de capacitaciones buscan calidad y experiencia.</p>

Fuente: Elaboración Propia (2023)

4.3 ESTUDIO DE MERCADO

Con base en los diferentes resultados y análisis realizados en las secciones previas de este capítulo, se han extraído los datos que son de interés para realizar el estudio de mercado, mismos que a su vez proporcionarán la entrada para cálculos posteriores del estudio técnico y económico.

4.3.1 FUERZAS DE PORTER

Para comprender más el ambiente del rubro de los servicios de capacitaciones empresariales se realizó un análisis basado en las cinco fuerzas de Porter para determinar el grado de competencia en dicho rubro en la ciudad de La Ceiba



Figura 8 5 Fuerzas de Porter de la empresa de Capacitaciones

Fuente: Elaboración Propia (2023)

Amenaza de nuevos competidores (Baja): La ciudad de La Ceiba es uno de los municipios con mayor crecimiento económico en el departamento de Atlántida, existen alrededor de 1544 empresas de diferentes rubros, como lo reflejan la mayoría con necesidad de recibir capacitaciones en diferentes áreas, pero este rubro no es muy conocido en el departamento y son pocas las personas que se dedican a realizar este servicio.

Poder de negociación con los clientes (Alta): La mayoría de las empresas no cuentan con un proveedor de servicios de capacitaciones y al no tener este hábito dentro de sus empresas toca hacer negociaciones con los precios y una excelente calidad en el servicio.

Rivalidad de competidores existente (Baja): Como se especificó en el capítulo II no hay muchas empresas o personas a que se dediquen a brindar servicios de capacitaciones, la competencia con mayor escala se encuentra INFOP, los resultados de las encuestas mostraron algunas empresas, pero en su mayoría son internacionales, dentro de la ciudad de La Ceiba solo hay dos personas que brindan este servicio de manera independiente que son: Master Jackeline Gutiérrez y el Master César Feréz.

Amenaza de servicios sustitutos (Baja): se considera un nivel bajo de sustituir los servicios de capacitaciones por otro que lo complementa, la única forma de hacerlo es que el

departamento de recursos humanos ejerza ese servicio, pero aun así necesitan de alguien quien pueda capacitar al departamento para que pueda brindar las capacitaciones dentro de la empresa.

Poder de negociación con proveedores (Bajo): Hay muchas empresas tanto a nivel local como nacional que brindan todo el mobiliario e insumos que se necesitan en la empresa, por ende, se puede buscar al mejor proveedor que brinde los mejores precios y calidad.

4.3.2 ESTRATEGIAS COMERCIALES

A través de las siguientes estrategias comerciales se pretende lograr los objetivos establecidos, desarrollando diferentes tácticas para poder alcanzar la rentabilidad esperada.

4.4.2.1 ESTRATEGIAS DE SERVICIO O PRODUCTO

Los servicios que prestará la empresa de Capacitaciones Empresariales en las diferentes áreas según la necesidad de los clientes que surgieron en la recolección de datos ver gráfico N. 8 se detallan a continuación:

Tabla 17 Servicios de la empresa de capacitaciones

Capacitación en:	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3
Área de desarrollo de talento humano.	Autoestima y bienestar personal. Valores y ética laboral. Logrando objetivos a través de la disciplina.	Automotivación laboral. Coaching. Comunicación asertiva. Sensibilización para el cambio y mejora continua. Inteligencia emocional y relaciones interpersonales.	Empowerment y compromiso laboral. Gestión de la felicidad a través de la psicología positiva
Área de gestión del conocimiento y aprendizaje organizacional.	Detección de necesidades de capacitación.	Técnicas y dinámicas para la capacitación.	Gestión estratégica de la capacitación. Medición del impacto en procesos de capacitación.

			Presentaciones ejecutivas de alto impacto.
Área de desarrollo de habilidades ejecutivas.	Diagnóstico de habilidades directivas. Supervisión efectiva.	Estrategias de comunicación interna para líderes. Liderazgo situacional. Liderazgo generacional. Coaching como herramienta de desarrollo organizacional. Toma de decisiones (las prioridades del líder). Administración personal frente a tiempo.	Planeación estratégica Manejo y resolución de conflictos.
Área de gestión estratégica de atención al cliente.	Servicio de excelencia. Servicio con calidad y calidez al cliente Cajeros con orientación al servicio de excelencia. Servicio al cliente con una sonrisa.	Control emocional en el servicio. Servicio de primera al cliente interno. Servicio de excelencia al usuario cooperativista. Clientes satisfechos, clientes felices.	Servicio al cliente de clase mundial. Manejo de clientes agresivos. Líderes con orientación en el servicio. Programa liderazgo hacia la calidad en el servicio.
Área de gestión de habilidades en ventas y negociación.	Métodos y herramientas de la exploración inteligente.	Presentaciones de alto impacto en ventas. El arte de negociar sin bajar el precio. Tres tipos de cierre que todo vendedor debe tener. El seguimiento como poder diferenciador. Técnicas efectivas en ventas de servicios financieros.	Gestión estratégica de ventas. Técnicas de negociación y manejo objeciones con clientes difíciles. Como vender en tiempos de crisis. Vendiendo y negociando como un experto.

		Venta consultiva. Técnicas de venta cruzada. Como vender a través de redes sociales.	
Área de gestión de crédito y cobranza.	Lenguaje corporal en la cobranza.	Comunicación para la cobranza efectiva. Cobranza prejudicial. Gestión de crédito y cobranza. Técnicas de cobranza para cooperativas de ahorro y crédito.	Procesos legales en el crédito y la cobranza.
Área de inteligencia contable y financiera.	Finanzas para no financistas. Ingresos presupuestos y políticas de reducción de costos.	Programa de educación financiera. Educación financiera cooperativista. Educación financiera para el afiliado.	Gestión integral de riesgos en instituciones financieras. Gestión de riesgos operativos.

Fuente: Elaboración Propia (2023)

4.4.2.2 ESTRATEGIAS DE PRECIO

En las siguientes tablas se muestra los dos servicios que brindará la empresa de capacitaciones empresariales, así mismos los costos y precio de venta establecido.

El primer servicio a brindar es la **Capacitación Tipo Conferencia** ya que esta solo tendrá una duración de 2 a 3 horas, porque será brindar información necesaria o temas que se puedan evacuar de manera breve.

Tabla 18 Precios por capacitaciones Tipo Conferencia

Capacitación (Tipo conferencia)			
Descripción	Precio Unitario	Cantidad	Total
Trifolios	L 15.00	25	L 375.00
1Coffee Break	L 50.00	25	L 1,250.00
Temática de capacitación	L 5,000.00		L 5,000.00
Salón	L 300.00		L 300.00
Total, de costos			L 6,925.00
Margen de utilidad		50%	
Precio de Venta por capacitación			L 13,850.00

Nota: El precio varía de acuerdo a la temática y número de personas.

Fuente: Elaboración Propia (2023)

Como segundo servicio está la **Capacitación Tipo Taller**, esta consta de aproximadamente 16 horas, porque el objetivo de esta es brindar un conocimiento utilizando la técnica de aprender haciendo, y por ende se trabajará de manera más detenida en la temática a tratar.

Tabla 19 Precios por capacitaciones Tipo Taller

Capacitación (Tipo talleres)			
Descripción	Precio Unitario	Cantidad	Total
Recursos didácticos	L 100.00	25	L 2,500.00
Diploma	L 30.00	25	L 750.00
2 Coffee Break	L 50.00	50	L 2,500.00
2 almuerzo con bebidas	L 150.00	50	L 7,500.00
Temática de capacitación	L 5,000.00		L 15,000.00
Salón	L 800.00		L 800.00
Total, de costos			L 29,050.00
Margen de utilidad		50%	
Precio de Venta por Taller			L 58,100.00

Nota: El precio varía de acuerdo a la temática y número de personas.

Fuente: Elaboración Propia (2023)

4.4.2.3 PLAZA O LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO

La empresa de Capacitaciones Empresariales estará ubicada en Plaza Santa Mónica en el local No. 7 a la par de Circle K, en Colonia El Sauce, La Ceiba, Atlántida. Se eligió este local para operar porque es amplio, con una estructura moderna y climatizada, además se encuentra en un lugar céntrico, seguro y de fácil acceso para nuestros clientes y proveedores. Atendiendo en un

horario de;

Oficina: Lunes a viernes de 8:00 AM- 4:00 PM

Virtual: Lunes a domingo de 8:00 AM- 4:00 PM.

4.4.2.4 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN “PUBLICIDAD”

Para las estrategias de comunicación de acuerdo a los resultados reflejados en las encuestas, se participará en ferias empresariales que se realizan en la ciudad, en donde se podrá obtener contactos vinculantes que podrían ser potenciales clientes, se realizará pegado de afiches en puntos estratégicos visibles, repartirán volantes con información de la empresa, se grabará un spot publicitario promocionando los servicios, se tendrá un representante de ventas para las visitas a las empresas y se utilizará el marketing digital en donde se podrá publicar cada uno de los servicios.

Tabla 20 Herramientas digitales a utilizar

Aplicación o herramienta	Definición	Direcciones
Facebook	Una página de fans de Facebook es una cuenta comercial que representa a una empresa o una organización. Es similar a un perfil de Facebook, pero ofrece herramientas únicas para realizar la gestión y monitoreo de la interacción y participación.	https://www.facebook.com/RED-de-Capacitaciones-Empresariales-S-de-R-L-102665951349350/
Instagram	Un hashtag de marca representa a tu negocio y motiva a tus seguidores a compartir fotos que se ajusten a esa imagen.	https://www.instagram.com/p/B9NGrWWBQIA/?igshid=m97e7z535jps
Correo electrónico	El correo electrónico es una de las herramientas tecnológicas que ayudan de manera fácil a la eficacia y eficiencia en tu empresa.	reddecapacitacionesempresarial@gmail.com
Plataforma digital	Es un sistema que nos permite crear un sitio web y poderlo administrar de una forma sencilla, a través de una interfaz de administración.	http://red-de-capacitaciones-empresariales-s-de-r-l.principalwebsite.com/

Fuente: Elaboración Propia (2023)

4.4.2.5 ESTRATEGIAS DE VENTA DEL SERVICIO

Paquetes empresariales de programas de capacitaciones: se proporciona paquetes de servicios de acuerdo con la necesidad del cliente, que incluyen desde logística hasta certificados que acreditan las capacitaciones.

Marketing digital: a través de esta herramienta tecnológica se logra aplicar estrategias de comercialización, como ser Facebook, Instagram, correo electrónico y plataformas virtuales.

Descuento por ser cliente permanente: se otorgarán descuentos a los clientes que contraten nuestros servicios periódicamente.

Visitas a los clientes: se realizarán visitas a los clientes para dar a conocer nuestros servicios por medio de atención personalizada.

Testimonio, confianza y credibilidad: en cuanto al testimonio otros clientes hablaran bien de los servicios que han recibido de nuestra empresa, lo que generara confianza y nos fortalecerá en tener credibilidad ante las empresas.

Plataforma virtual: el espacio de la plataforma de Kolau se utilizará para tener contacto eficiente con cada uno de nuestros clientes, en donde podrán acceder a información de nuestra empresa.

4.4.5.6 DISTRIBUCIÓN DEL SERVICIO

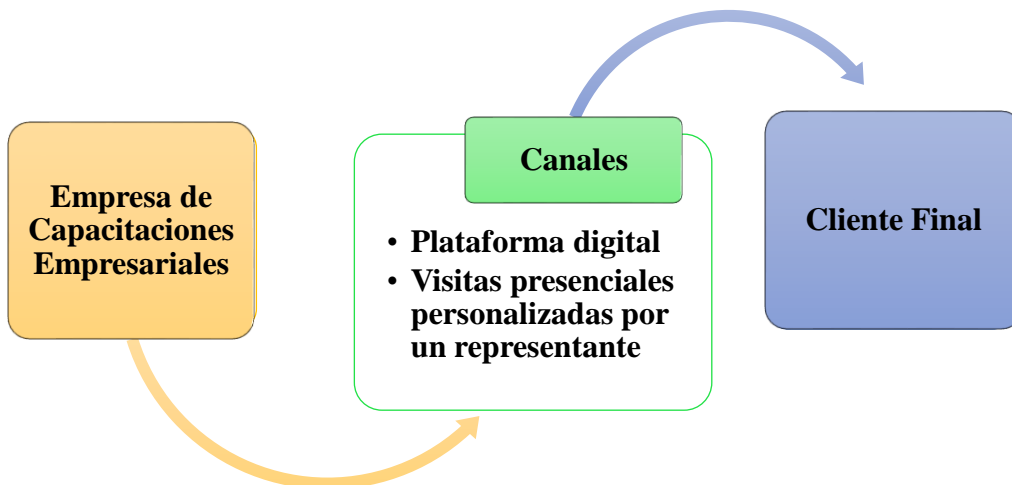


Figura 9 Canales de Distribución

Fuente: Elaboración Propia (2023)

4.4.5.7 ESTRATEGIAS DE POST VENTA

Es muy importante estar en contacto con los clientes después de haber ejecutado el servicio, para conocer tan satisfecho quedó con el servicio brindado, por lo que se establecen algunas estrategias para medir la satisfacción del cliente después de la venta.



Figura 10 Estrategias de Post Venta

Fuente: Elaboración Propia (2023)

4.3.3 MODELO CANVAS



Figura 11 Modelo Canvas
Fuente: Elaboración Propia (2023)

Análisis: La figura anterior muestra el modelo de negocios para la empresa de capacitaciones empresariales el cual está dividido en nueve bloques, el primero habla de los socios claves de la empresa, aquellos que le brindaran el talento humano, la parte de los diseños gráficos, los socios que brindaran el servicio de alimentación entre otros.

Segundo tenemos las actividades que consiste resolver problemas enfocados a las necesidades del cliente, promocionando constantemente los servicios ofrecidos a través de las redes sociales.

Hace referencia de los costos que tendrá la empresa como alquiler, servicios públicos, entre otros, hace mención de la propuesta de valor que da la empresa a sus clientes, así mismo mencionan la relación que se tendrá con los clientes, utilizando canales como las redes sociales, también

cuenta con segmentación a quienes va dirigido el servicio, en este caso se estará trabajando con las PYMES de la ciudad de La Ceiba, por ultimo las fuentes de ingresos para la empresa dependerán de los servicios de los programas de capacitaciones.

4.3.4 PRONÓSTICOS DE PRECIO Y VENTA

La siguiente tabla muestra los pronósticos de precio y venta, así mismo el número de capacitaciones por año, realizando una proyección a cinco años que es el tiempo donde se pretende que las empresas recuperen sus inversiones, para las proyecciones se utilizó el porcentaje de inflación brindada por el Banco Centra de Honduras, así mismo se encuentran el precio de venta que va aumentando cada años, hace referencia a los costos por año y a la utilidad bruta que se pretende obtener en base a los dos servicio que se van a ofrecer a los clientes.

Tabla 21 Proyección de Costos y Precio por servicio

	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Servicios	Capacitación (Tipo conferencia)	Capacitación (Tipo talleres)	Capacitación (Tipo conferencia)	Capacitación (Tipo talleres)	Capacitación (Tipo conferencia)	Capacitación (Tipo talleres)	Capacitación (Tipo conferencia)	Capacitación (Tipo talleres)	Capacitación (Tipo conferencia)	Capacitación (Tipo talleres)
No. De Cap.	65	32	69	34	72	36	77	38	81	40
Precio de Venta	L 13,850.00	L 58,100.00	L 14,640.84	L 61,417.51	L 15,476.83	L 64,924.45	L 16,360.55	L 68,631.64	L 17,294.74	L 72,550.50
Total de venta	L 897,480.00	L 1,882,440.00	L 1,002,898.37	L 2,103,552.17	L 1,120,699.22	L 2,350,636.28	L 1,252,337.01	L 2,626,742.98	L 1,399,437.03	L 2,935,281.28
Costo de venta	L 448,740.00	L 941,220.00	L 474,363.05	L 994,963.66	L 501,449.18	L 1,051,776.09	L 530,081.93	L 1,111,832.50	L 560,349.61	L 1,175,318.14
Utilidad Bruta	L 448,740.00	L 941,220.00	L 528,535.31	L 1,108,588.51	L 619,250.04	L 1,298,860.19	L 722,255.08	L 1,514,910.47	L 839,087.42	L 1,759,963.15

Fuente: Elaboración Propia (2023)

4.4 ESTUDIO TÉCNICO

Según el orden de esta investigación una vez realizado el estudio de mercado es de vital importancia desarrollar el estudio técnico el cual se desarrolla a continuación y consta del tamaño óptimo, determinación de la localización, requerimiento de equipo técnico, organización, administración y marco legal cada uno de ellos se detallará de manera clara en los siguientes apartados.

4.4.1 TAMAÑO ÓPTIMO Y LOCALIZACIÓN

Según los datos obtenidos al realizar el estudio de mercado se estableció que nuestros futuros clientes prefieren que la empresa cuente con un establecimiento para poder brindar el servicio de capacitaciones y para ello se tomara en cuenta los aspectos precisos para este proyecto, como ser características geográficas y físicas, tanto internas y externas en que se encontrarán las instalaciones del proyecto, la localización de la empresa de Capacitaciones Empresariales, se encontrará en plaza Santa Mónica por ser un punto estratégico, céntrico, seguro, con un tamaño considerable al rubro de la misma.



Ilustración 1 Ubicación de Oficinas

Fuente: (Google Earth, 2023)

En la ilustración anterior se ve reflejada en color amarillo el lugar donde estará ubicado el local de la empresa el cual será en el municipio de La Ceiba, en la colonia El Sauce en plaza Santa Mónica, con las siguientes colindancias; al norte; con el estacionamiento, al sur; con un terreno vacío, al este; con Circle K y al oeste; con Hotel La Quinta. Donde se encuentran situados diversos establecimientos de alojamiento, restaurantes, comidas rápidas; siendo esto una ventaja para este proyecto ya que los visitantes podrán optar por varias alternativas.

4.4.1.1 Factores de localización del proyecto

Infraestructura amplia y climatizada: contando con los espacios de la recepción, oficinas, cocina, comedor y salones, servicios e infraestructura de alta gama, seguridad, control de accesos y calidad en cada detalle.

Proximidad para los clientes: se encuentra en lugar seguro, accesible y brindarles así un mejor servicio.

Disponibilidad y confiabilidad del sistema de apoyo: el espacio donde se va a localizar la empresa capacitadora cuenta con los servicios indispensable como ser; energía eléctrica, agua potable, wifi y existe una comunicación rápida y segura.

Accesibilidad de transporte: está ubicado en un lugar por el que transitan fluidamente los diferentes medios de transporte público terrestre.

4.5.1.1 DISTRIBUCIÓN DEL LOCAL

Para que la distribución de las instalaciones ofrezca condiciones de trabajo aceptables, se debe tener en cuenta la funcionalidad y estética que proporcionen y optimicen la distribución eficiente de cada uno de sus espacios. Dada la capacidad del local disponible para la instalación de la empresa. A continuación, se expresan los espacios de cada una de sus áreas, que permitan la operación más económica y eficiente para aprovechar de la mejor manera posible los espacios y recursos que se disponen, manteniendo a su vez las condiciones óptimas para los clientes y su capital humano.



Ilustración 2 Planta inferior del edificio (recepción, sala de espera, proveeduría y baño)
 Fuente: Elaboración propia (2023)



Ilustración 3 Planta superior del edificio (oficinas, salones, cocina y comedor)
 Fuente: Elaboración propia (2023)

Tabla 22 Descripción por área de la distribución del local de la empresa

Área	Descripción
Recepción y sala de espera	Es donde se recibirán a las personas que nos visiten, es ahí donde se va a producir la primera impresión de quienes se acerquen a nuestra empresa, ahí se brindara información pertinente de la misma. La misma contara con sillones de espera para una mayor comodidad de los visitantes. Con medidas de 43.5 metros cuadrados.
2 salones para capacitación	Habrà dos salones para brindar el servicio de programas de capacitaciones, uno con capacidad de 15 personas y otro para 25 personas, ambos climatizados con mesa, sillas y aire acondicionado. Con medidas de 31.00 metros cuadrados el salón de 15 personas y 30.6 metros cuadrados el salón de 25 personas.
3 oficinas	Contará con 3 oficinas establecidas para; la gerencia general, talento humano y monitoreo y una para administración y contabilidad. Las que están equipadas con escritorio, silla, armarios, credensas y computadora. Con medidas de 9.3 metros cuadrados cada una de las oficinas.
Cocina y comedor	Este será el espacio designado para uso del personal de la empresa al momento de sus horarios de alimentación. El cual contara con refrigeradora, microondas y oasis. Con medidas de 12.8 metros cuadrados.
2 baños	Los baños serán 2 uno para hombres y el otro para mujeres que conforman tanto el personal de la empresa como para quienes acudan a recibir los servicios de programas de capacitaciones. Estos contarán con sanitario, lavamanos, papel y toallas higiénicas y jabón líquido, estarán ubicados uno en el piso superior y otro en el piso inferior del local. Con medidas de 3.2 metros cuadrados y 3.9 metros cuadrados, para hombres y mujeres respectivamente en la planta superior y 4.2 metros cuadrados el de la planta inferior del edificio.
Proveeduría	En este espacio se almacenarán los suministros de oficina y de

limpieza. Con medidas de 7.4 metros cuadrados.

Fuente: Elaboración propia (2023)

4.4.2 REQUERIMIENTOS TÉCNICOS DE EQUIPO

Para poder iniciar con la oferta de capacitaciones es preciso tener un mobiliario y equipo el cual es necesario para brindar un buen servicio y comodidad a nuestros futuros clientes es por eso por lo que mediante la cotización con diferentes proveedores se obtendrán el equipo que se utilizará en la empresa tratando de minimizar los costos del proyecto, sin que ello signifique sacrificar la calidad de estos.

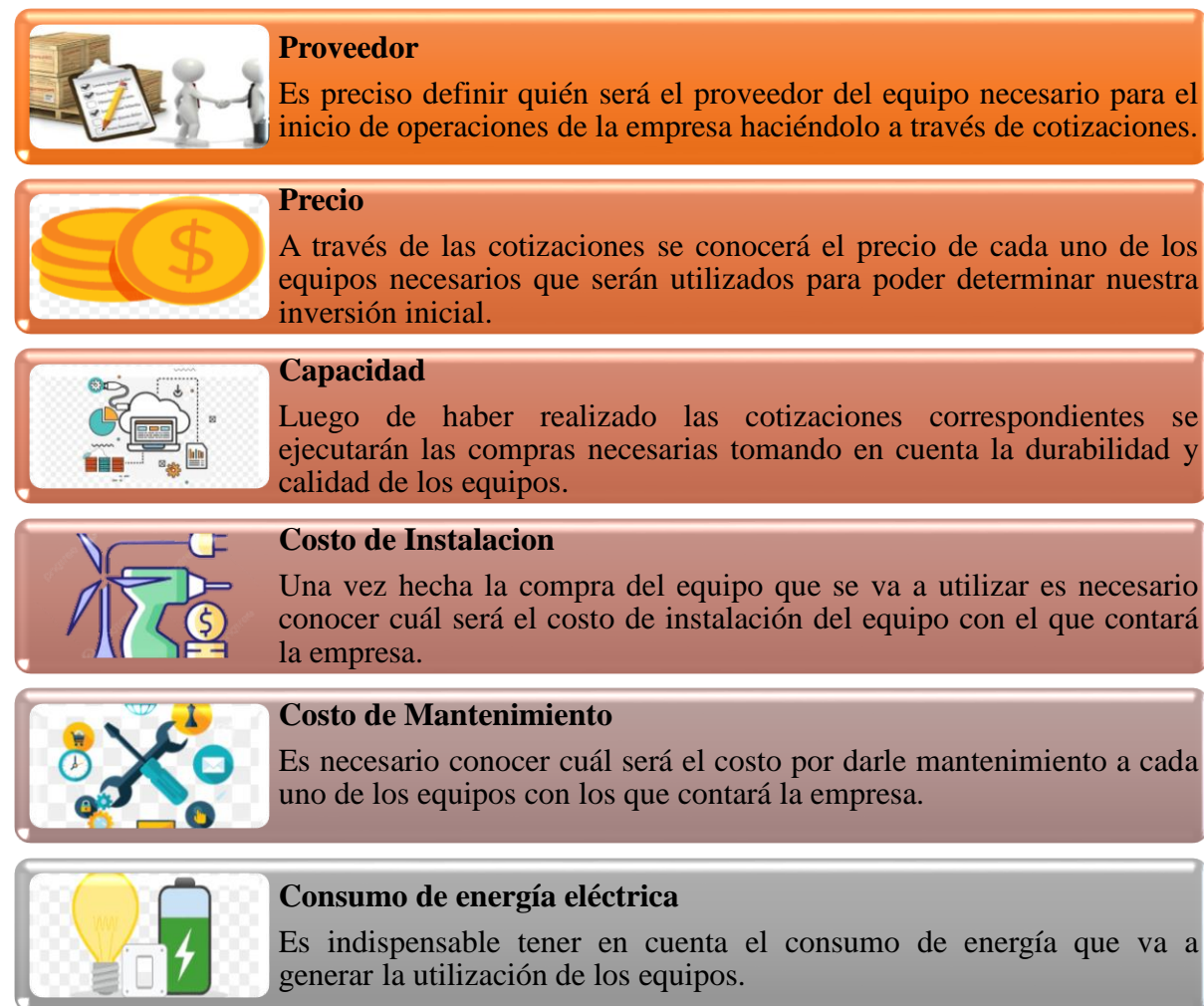


Figura 12 Factores relevantes que determinan la adquisición del equipo

Fuente Elaboración propia (2023)

En la figura 12 podemos observar los factores a considerar para la adquisición del mobiliario y equipo para poder prestar los servicios de capacitación. En términos generales, la inversión en mobiliario y equipo comprenderá los siguientes:

4.4.2.1 MOBILIARIO Y EQUIPO

En la siguiente tabla se detalla todo el mobiliario con el que se necesita para que la empresa pueda funcionar, así mismo se muestra el costo unitario y la inversión total.

Tabla 23 Mobiliario y Equipo

No.	Descripción del mobiliario y equipo	Cantidad	Precio Unitario	Total
1	Sillas secretariales color negro acolchonadas con respaldar	40	L 900.00	L 36,000.00
2	Sillas ejecutivas color negro acolchonadas con respaldar	3	L 1,200.00	L 3,600.00
3	Sillas de espera	3	L 1,120.00	L 3,360.00
4	Escritorios negros de metal plataforma de formica color gris	3	L 10,000.00	L 30,000.00
5	Mueble de sala de dos piezas color negro	1	L 10,000.00	L 10,000.00
6	Data Show	3	L 13,600.00	L 40,800.00
7	Computadora de escritorio color negro DELL	3	L 10,000.00	L 30,000.00
8	Computadora laptop color negro marca DELL	2	L 8,000.00	L 16,000.00
9	Impresora multifuncional color negro marca EPSON	1	L 11,000.00	L 11,000.00
10	Aire Acondicionado	3	L 8,000.00	L 24,000.00
11	Cafetera	2	L 995.00	L 1,990.00
12	Archivo	3	L 8,300.00	L 24,900.00
13	Credensas	2	L 5,300.00	L 10,600.00
14	Mesa ejecutiva grande	3	L 8,000.00	L 24,000.00
15	Mesa ejecutiva mediana	2	L 5,500.00	L 11,000.00
16	Juego de comedor para 6 personas	1	L 7,000.00	L 7,000.00
17	Teléfono	2	L 950.00	L 1,900.00
18	Microondas	1	L 1,600.00	L 1,600.00
19	Refrigeradora	1	L 6,500.00	L 6,500.00
20	Balde escurridor	1	L 1,400.00	L 1,400.00
21	Caja de metal para dinero	1	L 430.00	L 430.00
22	Pizarras	2	L 2,140.00	L 4,280.00
TOTAL MOBILIARIO Y EQUIPO				L 300,360.00

Fuente Elaboración propia (2023)

4.4.2.2 INSUMOS VARIOS

Dentro de los insumos con los que realizara operaciones mensuales la empresa de capacitaciones empresariales se encuentran los siguientes que abarcan material de oficina, de limpieza y los suministros para personas.

Tabla 24 Insumos Varios

#	Insumos	Cantidad	P. Unitario	Total
Material de oficina				
1	Papel bond tamaño carta	1 caja	L 1,000.00	L 1,000.00
3	Papel bond tamaño oficio	1 caja	L 1,100.00	L 1,100.00
4	Papel bond tamaño legal	1 caja	L 1,200.00	L 1,200.00
5	Tóner	1	L 1,592.00	L 1,592.00
6	Folder tamaño carta	1 resma	L 110.00	L 110.00
7	Folder tamaño oficio	1 resma	L 151.00	L 151.00
8	Folder tamaño legal	1 resma	L 162.00	L 162.00
9	Grapadora	4	L 130.00	L 520.00
10	Perforadora	4	L 150.00	L 600.00
11	Guillotina	1	L 1,253.00	L 1,253.00
12	Laminadora	1	L 1,543.00	L 1,543.00
13	Encuadernadora	1	L 1,456.00	L 1,456.00
14	Cartulina	30	L 12.00	L 360.00
15	Papel carbón	3	L 190.00	L 570.00
16	Papel construcción	3 resmas	L 119.00	L 357.00
17	Marcador negro	1 caja	L 110.00	L 110.00
18	Marcador rojo	1 caja	L 110.00	L 110.00
19	Marcador negro azul	1 caja	L 110.00	L 110.00
20	Bolígrafo negro	4 cajas	L 59.00	L 59.00
21	Bolígrafo rojo	4 cajas	L 59.00	L 59.00
22	Bolígrafo azul	4 cajas	L 59.00	L 59.00

23	Lápiz grafito	4 cajas	L 59.00	L 59.00
24	Memoria USB	3	L 199.00	L 597.00
25	Borrador	4 cajas	L 150.00	L 600.00
26	Borrador de pizarra	2	L 55.00	L 110.00
27	Cartoncillo	4	L 203.00	L 812.00
28	Calculadora	4	L 249.00	L 996.00
Suministros de limpieza			Subtotal	L 15,655.00
29	Papel higiénico	1 caja	L 310.00	L 310.00
30	Toallas higiénicas	2 paquetes	L 75.00	L 150.00
31	Jabón líquido	2	L 55.00	L 110.00
32	Detergente	1	L 57.00	L 57.00
33	Desinfectante	1	L 125.00	L 125.00
34	Aromatizante para baño	4	L 20.00	L 80.00
35	Aromatizante para oficina	3	L 166.00	L 498.00
36	Cloro	1	L 120.00	L 120.00
37	Jabón lavaplatos	1	L 48.00	L 48.00
38	Basurero grande	7	L 500.00	L 3,500.00
39	Basureros pequeños	6	L 148.00	L 888.00
40	Esponja multiusos	1	L 60.00	L 60.00
Alimentos y bebidas para personas			Subtotal	L 5,946.00
41	Café	3	L 40.00	L 120.00
42	Azúcar	3	L 42.00	L 126.00
43	Platos desechables	3	L 11.00	L 33.00
44	Vasos térmicos	3	L 23.00	L 69.00
45	Vasos de papel	3	L 29.00	L 87.00
46	Vasos desechables	3	L 15.00	L 45.00
47	Cucharas desechables	3	L 17.00	L 51.00
48	Tenedores desechables	3	L 17.00	L 51.00
49	Servilletas	1	L 60.00	L 60.00

Subtotal	L 642.00
Total Trimestral	L 22,243.00

Fuente Elaboración propia (2023)

4.4.3 ORGANIZACIÓN

Es de vital importancia la estructura organizacional de la empresa para poder tener una buena cadena de mando y un buen funcionamiento de cada uno de los puestos que la conforman, también se debe realizar una buena selección de empleados y que cumplan con los roles de cada una de las jerarquías. A continuación, se muestra la estructura organizacional con que se espera trabajar esta nueva empresa.

Nota: en la empresa se tendrá un consultor de planta especialista en las principales áreas con mayor demanda según los datos obtenidos en las encuestas, pero también se tendrán alianzas estratégicas con diferentes universidades para la contratación según el área que se necesite.



Figura 13 Estructura Organizacional

Fuente Elaboración propia (2023)



Figura 14 Descripción de la estructura organizacional

Fuente Elaboración propia (2023)

4.4.4 ADMINISTRACIÓN

Los salarios del grupo de trabajadores son importantes ya que esto les ayuda a suplir sus necesidades de su familia, tales como alimentación, salud, estudios entre otros que suelen tener los trabajadores.

Tabla 25 Sueldos y Salarios de los trabajadores Mensuales

Cargo	Salario
Administrador general	L 16,000.00
Contador	L 13,000.00
Coordinador de Operación	L 15,000.00
Facilitador	L 12,000.00
Total, al mes	L 56,000.00

Fuente Elaboración propia (2023)

4.4.4.1 LICENCIAS Y PERMISOS PARA LA CONSTITUCIÓN

En la siguiente tabla se encuentran las licencia y permisos necesario al momento de constituir una empresa, como ser permiso de operaciones, autorización de libros, inscripción en el IHSS (Instituto Hondureño de Seguridad Social), licencia ambiental y solicitud de autorización de reglamento interno. Ver descripción de los permisos en **Anexo N. 6**

Tabla 26 Licencias y permisos para la constitución

Licencias y permisos	Tiempo
Permiso de operación	1 día (renovación 2 meses)
Autorización de libros	De 2 a 7 días
Inscripción en el IHSS	De 15 a 20 días
Solicitud de licencia ambiental	2 días
Solicitud de aprobación de reglamento interno de trabajo	30 días hábiles

Fuente Elaboración propia (2023)

Tabla 27 Costos de Constitución

Descripción	Cantidad
Honorarios de apoderado legal (escritura)	L. 5,000.00
Pago de depósito a la vista en agencia bancaria	L. 15,000.00
Pago de inscripción en la CCIA	L. 700.00
Pago por RTN empresarial	L. 200.00
Permiso de operación	L. 2,400.00
Autorización de libros	L. 300.00
Total	L. 23,600.00

Fuente Elaboración propia (2023)

4.5 ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO

Con la realización del estudio de mercado se logró identificar los clientes potenciales a si mismo se proyectaron los volúmenes de ventas para estimar los ingresos por servicio durante 5 años, a través del estudio técnico se estableció la capacidad real para poder cubrir la demanda del mercado con dicha información se realizara a continuación se realizara un análisis para determinar la inversión inicial de este proyecto, buscando definir la Tasa Interna de Retorno (TIR), Valor Presente Neto (VNA), Índice de rendimiento, el periodo de recuperación de la inversión (PRI) y el Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP O WACC).

4.5.1 INVERSION INICIAL

Análisis: En la tabla siguiente se hace una descripción detallada de lo que se necesitará para el funcionamiento de la empresa; los cuales están compuestos por 40% de fondos propios L. 235,184.00 y 60% de financiamiento L. 352,776.00 haciendo un total del 100% de la inversión inicial de L 587,960.00, contando con: gastos de constitución en los que incurrió la empresa para llevar a cabo todos los trámites pertinentes para comenzar operaciones de manera legal, mobiliario y equipo necesario para brindar los servicios con calidad y para el eficaz funcionamiento de la misma, y el capital de trabajo con el que se respalda para hacerle frente a por lo menos tres meses

de operaciones si se presenta cualquier eventualidad.

Tabla 28 Plan de Inversión Inicial

EMPRESA DE CAPACITACIONES EMPRESARIALES			
PLAN DE INVERSIÓN INICIAL			
DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN TOTAL	FONDOS PROPIOS	FINANCIAMIENTO
Porcentajes		40%	60%
Gastos de Constitución	L 23,600.00	L 9,440.00	L 14,160.00
Mobiliario y equipo	L 300,360.00	L 120,144.00	L 180,216.00
Capital de trabajo	L 264,000.00	L 105,600.00	L 158,400.00
Total	L 587,960.00	L 235,184.00	L 352,776.00

Fuente Elaboración propia (2023)

La tabla siguiente muestra el detalle parte de la inversión del capital de trabajo que sería el que respalde a la empresa por el termino de tres meses para cubrir los costos de arrendamiento L 75,000.00, sueldos y salarios L 168,000.00 y outsourcing L 21,000.00, haciendo un total de L 264,000.00.

Tabla 29 Capital de Trabajo

Capital de trabajo	Meses	Valor mensual	Monto
Arrendamiento	3	L 25,000.00	L 75,000.00
Sueldos y Salarios	3	L 56,000.00	L 168,000.00
Outsourcing	3	L 7,000.00	L 21,000.00
Total			L 264,000.00

Fuente Elaboración propia (2023)

4.5.2 PLAN DE FINANCIAMIENTO

La tabla siguiente muestra el financiamiento con el que contará la empresa el cual será por un monto de 352,776.00, a una tasa del 20% anual, a 5 años plazo totalizando 60 periodos, teniendo una cuota nivelada de L 25,513.02, pagadera mensualmente.

Tabla 30 Tabla de Amortización de préstamo

Amortización del Préstamo					
Monto	L 352,776.00				
Tasa	20%				
Tiempo	5	Años			
Periodos	60				
Cuota Nivelada	L 9,346.41				
Pagos Mensuales	Pago del Préstamo	Interés	Abono a Capital	Saldo Insoluto	
0				L 352,776.00	
1	L 9,346.41	L 5,879.60	L 3,466.81	L 349,309.19	
2	L 9,346.41	L 5,821.82	L 3,524.59	L 345,784.61	
3	L 9,346.41	L 5,763.08	L 3,583.33	L 342,201.28	
4	L 9,346.41	L 5,703.35	L 3,643.05	L 338,558.23	
5	L 9,346.41	L 5,642.64	L 3,703.77	L 334,854.46	
6	L 9,346.41	L 5,580.91	L 3,765.50	L 331,088.96	
7	L 9,346.41	L 5,518.15	L 3,828.26	L 327,260.70	
8	L 9,346.41	L 5,454.35	L 3,892.06	L 323,368.64	
9	L 9,346.41	L 5,389.48	L 3,956.93	L 319,411.71	
10	L 9,346.41	L 5,323.53	L 4,022.88	L 315,388.83	
11	L 9,346.41	L 5,256.48	L 4,089.93	L 311,298.91	
12	L 9,346.41	L 5,188.32	L 4,158.09	L 307,140.82	
13	L 9,346.41	L 5,119.01	L 4,227.39	L 302,913.42	
14	L 9,346.41	L 5,048.56	L 4,297.85	L 298,615.57	
15	L 9,346.41	L 4,976.93	L 4,369.48	L 294,246.09	
16	L 9,346.41	L 4,904.10	L 4,442.30	L 289,803.79	
17	L 9,346.41	L 4,830.06	L 4,516.34	L 285,287.45	
18	L 9,346.41	L 4,754.79	L 4,591.62	L 280,695.83	
19	L 9,346.41	L 4,678.26	L 4,668.14	L 276,027.69	
20	L 9,346.41	L 4,600.46	L 4,745.94	L 271,281.74	
21	L 9,346.41	L 4,521.36	L 4,825.04	L 266,456.70	
22	L 9,346.41	L 4,440.94	L 4,905.46	L 261,551.24	
23	L 9,346.41	L 4,359.19	L 4,987.22	L 256,564.02	
24	L 9,346.41	L 4,276.07	L 5,070.34	L 251,493.68	
25	L 9,346.41	L 4,191.56	L 5,154.84	L 246,338.83	
26	L 9,346.41	L 4,105.65	L 5,240.76	L 241,098.08	
27	L 9,346.41	L 4,018.30	L 5,328.11	L 235,769.97	
28	L 9,346.41	L 3,929.50	L 5,416.91	L 230,353.06	
29	L 9,346.41	L 3,839.22	L 5,507.19	L 224,845.87	

30	L	9,346.41	L	3,747.43	L	5,598.98	L	219,246.90
31	L	9,346.41	L	3,654.11	L	5,692.29	L	213,554.61
32	L	9,346.41	L	3,559.24	L	5,787.16	L	207,767.45
33	L	9,346.41	L	3,462.79	L	5,883.62	L	201,883.83
34	L	9,346.41	L	3,364.73	L	5,981.68	L	195,902.15
35	L	9,346.41	L	3,265.04	L	6,081.37	L	189,820.78
36	L	9,346.41	L	3,163.68	L	6,182.73	L	183,638.06
37	L	9,346.41	L	3,060.63	L	6,285.77	L	177,352.29
38	L	9,346.41	L	2,955.87	L	6,390.53	L	170,961.75
39	L	9,346.41	L	2,849.36	L	6,497.04	L	164,464.71
40	L	9,346.41	L	2,741.08	L	6,605.33	L	157,859.38
41	L	9,346.41	L	2,630.99	L	6,715.42	L	151,143.96
42	L	9,346.41	L	2,519.07	L	6,827.34	L	144,316.62
43	L	9,346.41	L	2,405.28	L	6,941.13	L	137,375.49
44	L	9,346.41	L	2,289.59	L	7,056.81	L	130,318.68
45	L	9,346.41	L	2,171.98	L	7,174.43	L	123,144.25
46	L	9,346.41	L	2,052.40	L	7,294.00	L	115,850.25
47	L	9,346.41	L	1,930.84	L	7,415.57	L	108,434.68
48	L	9,346.41	L	1,807.24	L	7,539.16	L	100,895.52
49	L	9,346.41	L	1,681.59	L	7,664.81	L	93,230.70
50	L	9,346.41	L	1,553.85	L	7,792.56	L	85,438.14
51	L	9,346.41	L	1,423.97	L	7,922.44	L	77,515.70
52	L	9,346.41	L	1,291.93	L	8,054.48	L	69,461.23
53	L	9,346.41	L	1,157.69	L	8,188.72	L	61,272.51
54	L	9,346.41	L	1,021.21	L	8,325.20	L	52,947.31
55	L	9,346.41	L	882.46	L	8,463.95	L	44,483.36
56	L	9,346.41	L	741.39	L	8,605.02	L	35,878.34
57	L	9,346.41	L	597.97	L	8,748.43	L	27,129.91
58	L	9,346.41	L	452.17	L	8,894.24	L	18,235.67
59	L	9,346.41	L	303.93	L	9,042.48	L	9,193.19
60	L	9,346.41	L	153.22	L	9,193.19	L	-

Fuente Elaboración propia (2023)

4.5.3 DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIONES

En la siguiente tabla se muestra de manera resumida las depreciaciones anuales de cada uno del mobiliario y equipo con el que cuenta la empresa de capacitaciones empresariales, utilizado para el cálculo el método de línea recta de depreciación.

Tabla 31 Cuadro Resumen de Depreciaciones de Mobiliario y Equipo

No.	Descripción del mobiliario y equipo	Cantidad	Precio Unitario	Total	Depreciación Anual
1	Sillas secretariales color negro acolchonadas con respaldar	40	L 900.00	L 36,000.00	L 3,564.00
2	Sillas ejecutivas color negro acolchonadas con respaldar	3	L 1,200.00	L 3,600.00	L 356.40
3	Sillas de espera	3	L 1,120.00	L 3,360.00	L 332.64
4	Escritorios negros de metal plataforma de formica color gris	3	L 10,000.00	L 30,000.00	L 2,970.00
5	Mueble de sala de dos piezas color negro	1	L 10,000.00	L 10,000.00	L 990.00
6	Data Show	3	L 13,600.00	L 40,800.00	L 8,078.40
7	Computadora de escritorio color negro DELL	3	L 10,000.00	L 30,000.00	L 5,940.00
8	Computadora laptop color negro marca DELL	2	L 8,000.00	L 16,000.00	L 3,168.00
9	Impresora multifuncional color negro marca EPSON	1	L 11,000.00	L 11,000.00	L 2,178.00
10	Aire Acondicionado	3	L 8,000.00	L 24,000.00	L 2,376.00
11	Cafetera	2	L 995.00	L 1,990.00	L 197.01
12	Archivo	3	L 8,300.00	L 24,900.00	L 2,465.10
13	Credensas	2	L 5,300.00	L 10,600.00	L 1,049.40
14	Mesa ejecutiva grande	3	L 8,000.00	L 24,000.00	L 2,376.00
15	Mesa ejecutiva mediana	2	L 5,500.00	L 11,000.00	L 1,089.00
16	Juego de comedor para 6 personas	1	L 7,000.00	L 7,000.00	L 693.00
17	Teléfono	2	L 950.00	L 1,900.00	L 188.10
18	Microondas	1	L 1,600.00	L 1,600.00	L 158.40
19	Refrigeradora	1	L 6,500.00	L 6,500.00	L 643.50
20	Balde escurridor	1	L 1,400.00	L 1,400.00	L 138.60
21	Caja de metal para dinero	1	L 430.00	L 430.00	L 42.57
22	Pizarras	2	L 2,140.00	L 4,280.00	L 423.72
TOTAL, DE DEPRECIACIÓN MOBILIARIO Y EQUIPO				L 300,360.00	L 39,417.84

Fuente Elaboración propia (2023)

Tabla 32 Amortización de Gastos de Constitución

Gastos de Consstitución			
Monto	L	23,600.00	
Tiempo		5 Años	
Cuota Nivelada	L	4,720.00	
Años	Amortizacion	Amortificacio n acumulada	Valor en Libros
0			L 23,600.00
1	L 4,720.00	L 4,720.00	L 18,880.00
2	L 4,720.00	L 9,440.00	L 14,160.00
3	L 4,720.00	L 14,160.00	L 9,440.00
4	L 4,720.00	L 18,880.00	L 4,720.00
5	L 4,720.00	L 23,600.00	L -

Fuente Elaboración propia (2023)

4.5.3 PLANILLA DE SUELDO PROYECTADA

En la siguiente tabla se muestra de manera resumida el total por año que se pagará al personal que laboré en la empresa de capacitaciones empresariales.

Tabla 33 Planilla Resumen de sueldos a pagar al Año

EMPRESA DE CAPACITACIONES EMPRESARIALES S. DE R.L.						
PLANILLAS DE PAGO PROYECTADA A 5 AÑOS						
NO.	Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	GERENTE DE ADMINISTRACIÓN	192,000.00	198,000.00	204,000.00	210,000.00	216,000.00
2	GERENTE DE OPERACIONES	180,000.00	186,000.00	192,000.00	198,000.00	204,000.00
3	CONTADOR	156,000.00	162,000.00	168,000.00	174,000.00	180,000.00
4	CAPACITADOR	144,000.00	150,000.00	156,000.00	162,000.00	168,000.00
	TOTAL	L. 672,000.00	L. 696,000.00	L. 720,000.00	L. 744,000.00	L. 768,000.00

Fuente Elaboración propia (2023)

4.5.4 GASTOS DE OPERACIÓN

El cuadro siguiente muestra a detalle los gastos de operación en que incurre la empresa para ejecutar operaciones proyectados a 5 años, tomando como referencia los montos del año 1 para luego ir aumentándolos con la tasa inflacionaria del 5.71% establecida por la BCH.

Tabla 34 Gastos Operativos Proyectados de la Empresa de Capacitaciones Empresariales

**EMPRESA DE CAPACITACIONES EMPRESARIALES
CUADRO DE GASTOS OPERATIVOS**

Tasa de Inflación 5.71%

Descripción	Monto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Renta	L 25,000.00	L 300,000.00	L 317,130.00	L 335,238.12	L 354,380.22	L 374,615.33
Pago de Servicios		L 62,400.00	L 65,963.04	L 69,729.53	L 73,711.09	L 77,919.99
Gastos por Insumos Varios		L 74,400.00	L 78,648.24	L 83,139.05	L 87,886.29	L 92,904.60
Sueldos y salarios		L 672,000.00	L 710,371.20	L 750,933.40	L 793,811.69	L 839,138.34
Intereses	L 5,879.60	L 66,521.69	L 56,509.74	L 44,301.25	L 29,414.34	L 11,261.36
Gastos de Depreciación de Mobiliario y Equipo		L 39,417.84	L 39,417.84	L 39,417.84	L 39,417.84	L 39,417.84
Outsourcing (Aseadora)	L 7,000.00	L 84,000.00	L 88,796.40	L 93,866.67	L 99,226.46	L 104,892.29
Previsiones para Compensaciones a Empleados		L 79,333.33	L 116,000.00	L 120,000.00	L 124,000.00	L 128,000.00
Vacaciones			L 18,666.67	L 23,200.00	L 30,000.00	L 41,333.33
Gastos de Amortización de Constitución		L 4,720.00	L 4,720.00	L 4,720.00	L 4,720.00	L 4,720.00
Total		L 1,382,792.87	L 1,496,223.13	L 1,564,545.87	L 1,636,567.93	L 1,714,203.09

Fuente Elaboración propia (2023)

4.5.5 PROYECCIÓN DE COSTOS Y VENTAS

La siguiente tabla muestra de manera resumida las ventas y los costos de los dos servicios que se van a brindar en la empresa.

Tabla 35 Proyección de Costos y Ventas

Servicios	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	Capacitación (Tipo conferencia)	Capacitación (Tipo talleres)	Capacitación (Tipo conferencia)	Capacitación (Tipo talleres)	Capacitación (Tipo conferencia)	Capacitación (Tipo talleres)	Capacitación (Tipo conferencia)	Capacitación (Tipo talleres)	Capacitación (Tipo conferencia)	Capacitación (Tipo talleres)
No. De Cap.	65	32	69	34	72	36	77	38	81	40
Precio de Venta	L 13,850.00	L 58,100.00	L 14,640.84	L 61,417.51	L 15,476.83	L 64,924.45	L 16,360.55	L 68,631.64	L 17,294.74	L 72,550.50
Total de venta	L 897,480.00	L 1,882,440.00	L 1,002,898.37	L 2,103,552.17	L 1,120,699.22	L 2,350,636.28	L 1,252,337.01	L 2,626,742.98	L 1,399,437.03	L 2,935,281.28
Costo de venta	L 448,740.00	L 941,220.00	L 474,363.05	L 994,963.66	L 501,449.18	L 1,051,776.09	L 530,081.93	L 1,111,832.50	L 560,349.61	L 1,175,318.14
Utilidad Bruta	L 448,740.00	L 941,220.00	L 528,535.31	L 1,108,588.51	L 619,250.04	L 1,298,860.19	L 722,255.08	L 1,514,910.47	L 839,087.42	L 1,759,963.15

Fuente Elaboración propia (2023)

4.5.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

A continuación, se establecen los cálculos del punto de equilibrio en unidades y en lempiras para los servicios de capacitaciones empresariales tipo conferencias y tipo talleres.

PUNTO DE EQUILIBRIO POR SERVICIO DE CAPACITACIÓN TIPO CONFERENCIA

PUNTO DE EQUILIBRIO POR SERVICIO	<u>COSTOS FIJOS TOTALES</u>	L	<u>502,434.84</u>	73	CAPACITACIONES
=	PRECIO DE VENTA - COSTOS VARIABLES	L	6,925.00		

PUNTO DE EQUILIBRIO EN LEMPIRAS	<u>COSTOS FIJOS TOTALES</u>	L	<u>502,434.84</u>	L 1,004,869.68
=	MARGEN DE UTLIDAD		50%	

PUNTO DE EQUILIBRIO POR SERVICIO DE CAPACITACIÓN TIPO TALLER

PUNTO DE EQUILIBRIO POR SERVICIO	<u>COSTOS FIJOS TOTALES</u>	L	<u>247,352.54</u>	9	CAPACITACIONES
=	PRECIO DE VENTA - COSTOS VARIABLES	L	29,050.00		

PUNTO DE EQUILIBRIO EN LEMPIRAS	<u>COSTOS FIJOS TOTALES</u>	L	<u>247,352.54</u>	L 494,705.08
=	MARGEN DE UTLIDAD		50%	

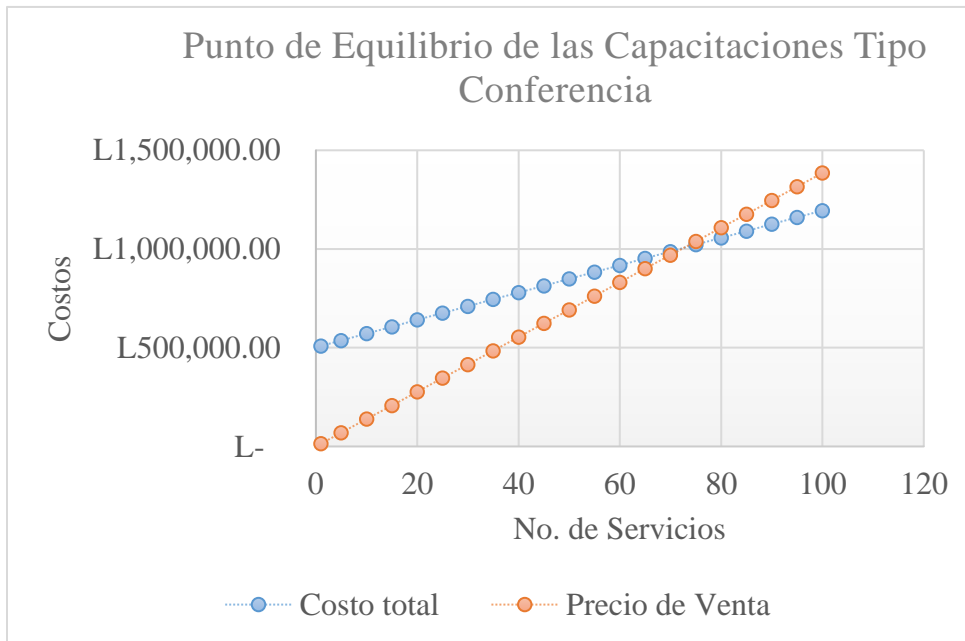


Gráfico 13 Punto de equilibrio de los servicios tipo conferencia

Fuente Elaboración propia (2023)

El Gráfico anterior muestra el punto de equilibrio entre los costos totales y el precio de venta por los servicios de capacitaciones tipo conferencias el cual refleja que la empresa tiene

que vender 73 capacitaciones para lograr pagar sus costos.

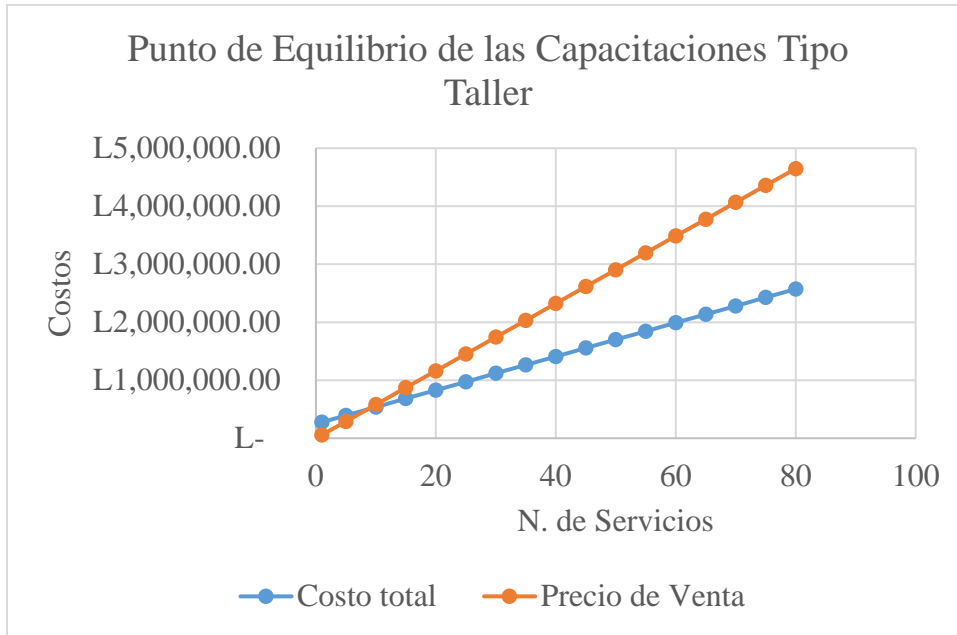


Gráfico 14 Punto de equilibrio de los servicios tipo talleres

Fuente Elaboración propia (2023)

El Gráfico anterior muestra el punto de equilibrio entre los costos totales y el precio de venta por los servicios de capacitaciones tipo talleres, en el refleja que la empresa tiene que vender 9 capacitaciones tipo taller al año para que pueda cubrir sus costos.

4.5.7 ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO

En este apartado se muestra el estado de resultado proyectado a 5 años, donde se muestran los ingresos por año, el costo de venta y los gastos en los cuales incurre la empresa finalmente, una vez deducido los gastos se refleja utilidades en cada uno de los años.

Tabla 36 Estado de Resultado Projectado

EMPRESA DE CAPACITACIONES EMPRESARIALES					
ESTADO DE RESULTADO Y PROYECTADO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por servicios					
Capacitación Tipo Conferencia	L 897,480.00	L 1,002,898.37	L 1,120,699.22	L 1,252,337.01	L 1,399,437.03
Capacitación Tipo Taller	L 1,882,440.00	L 2,103,552.17	L 2,350,636.28	L 2,626,742.98	L 2,935,281.28
Total de Ingresos	L 2,779,920.00	L 3,106,450.54	L 3,471,335.50	L 3,879,079.99	L 4,334,718.31
(-) Costo de venta	L 1,389,960.00	L 1,469,326.72	L 1,553,225.27	L 1,641,914.43	L 1,735,667.75
Utilidad Bruta	L 1,389,960.00	L 1,637,123.83	L 1,918,110.23	L 2,237,165.55	L 2,599,050.57
Gastos Operativos					
Gastos de Renta	L 300,000.00	L 317,130.00	L 335,238.12	L 354,380.22	L 374,615.33
Gastos de Servicios	L 62,400.00	L 65,963.04	L 69,729.53	L 73,711.09	L 77,919.99
Gastos por insumos varios	L 74,400.00	L 78,648.24	L 83,139.05	L 87,886.29	L 92,904.60
Sueldos y salarios	L 672,000.00	L 710,371.20	L 750,933.40	L 793,811.69	L 839,138.34
Gastos de Depreciación de Mobiliario y Equipo	L 39,417.84	L 39,417.84	L 39,417.84	L 39,417.84	L 39,417.84
Outsourcing (Aseadora)	L 84,000.00	L 88,796.40	L 93,866.67	L 99,226.46	L 104,892.29
Previsiones para Compensaciones a Empleados	L 79,333.33	L 116,000.00	L 120,000.00	L 124,000.00	L 128,000.00
Vacaciones	L -	L 18,666.67	L 23,200.00	L 30,000.00	L 41,333.33
Gastos de amortización de Constitución	L 4,720.00	L 4,720.00	L 4,720.00	L 4,720.00	L 4,720.00
Total de Gastos Operativos	L 1,316,271.17	L 1,439,713.39	L 1,520,244.62	L 1,607,153.59	L 1,702,941.73
Utilidad Operativa	L 73,688.83	L 197,410.44	L 397,865.61	L 630,011.96	L 896,108.84
Gastos de intereses	L 66,521.69	L 56,509.74	L 44,301.25	L 29,414.34	L 11,261.36
Utilidad o pérdida Antes de Impuestos	L 7,167.13	L 140,900.70	L 353,564.36	L 600,597.62	L 884,847.48
Impuestos Sobre Renta (25%)	L 1,791.78	L 35,225.18	L 88,391.09	L 150,149.41	L 221,211.87
Utilidad o pérdida despues de Impuesto	L 5,375.35	L 105,675.53	L 265,173.27	L 450,448.22	L 663,635.61
Reserva Legal	L 268.77	L 5,283.78	L 13,258.66	L 22,522.41	L 33,181.78
Utilidad o pérdida del Ejercicio	L 5,106.58	L 100,391.75	L 251,914.60	L 427,925.81	L 630,453.83
Utilidad Retenida	L -	L 5,106.58	L 105,498.33	L 357,412.94	L 785,338.74
Utilidad o pérdida Neta	L 5,106.58	L 105,498.33	L 357,412.94	L 785,338.74	L 1,415,792.57

Fuente Elaboración propia (2023)

4.5.8 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO (MÉTODO DIRECTO)

A través del Flujo de efectivo por actividades se define el flujo neto de efectivo por actividades de operación el cual va en aumento hasta el año 5, el flujo neto de efectivo por actividades de inversión y el flujo neto de efectivo por actividades de financiación con un monto.

Tabla 37 Flujo de Efectivo Proyectado

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de efectivo por Actividades de Operación						
Ingresos por Servicios	L -	L 2,779,920.00	L 3,106,450.54	L 3,471,335.50	L 3,879,079.99	L 4,334,718.31
Costo de venta		-L 1,389,960.00	-L 1,469,326.72	-L 1,553,225.27	-L 1,641,914.43	-L 1,735,667.75
Pago de Sueldos y Salarios		-L 672,000.00	-L 710,371.20	-L 750,933.40	-L 793,811.69	-L 839,138.34
Pago de Renta		-L 300,000.00	-L 317,130.00	-L 335,238.12	-L 354,380.22	-L 374,615.33
Servicios Públicos		-L 62,400.00	-L 65,963.04	-L 69,729.53	-L 73,711.09	-L 77,919.99
Insumos Varios		-L 74,400.00	-L 78,648.24	-L 83,139.05	-L 87,886.29	-L 92,904.60
Outsourcing (Aseadora)		-L 84,000.00	-L 88,796.40	-L 93,866.67	-L 99,226.46	-L 104,892.29
Previsiones para Compensaciones a Empleados		-L 79,333.33	-L 116,000.00	-L 120,000.00	-L 124,000.00	-L 128,000.00
Vacaciones			-L 18,666.67	-L 23,200.00	-L 30,000.00	-L 41,333.33
Gastos de Constitución	-L 23,600.00					
Pago de Impuesto			-L 1,791.78	-L 35,225.18	-L 88,391.09	-L 150,149.41
Flujo neto de efectivo por Actividades de Operación	-L 23,600.00	L 117,826.67	L 239,756.50	L 406,778.27	L 585,758.71	L 790,097.27
Flujo de efectivo por Actividades de Inversión						
Adquisición de Mobiliario y Equipo	-L 300,360.00					
Aportación de socios	L 235,184.00					
Flujo neto de efectivo por Actividades de Inversión	-L 65,176.00	L -	L -	L -	L -	L -
Flujo de efectivo por Actividades de Financiación						
Prestamo	L 352,776.00					
Abono a Capital		-L 45,635.18	-L 55,647.14	-L 67,855.62	-L 82,742.54	-L 100,895.52
Pago de Interes		-L 66,521.69	-L 56,509.74	-L 44,301.25	-L 29,414.34	-L 11,261.36
Flujo neto de efectivo por Actividades de Financiación	L 352,776.00	-L 112,156.88	-L 112,156.88	-L 112,156.88	-L 112,156.88	-L 112,156.88
Incremento neto del efectivo y equivalente de efectivo	L 264,000.00	L 5,669.79	L 127,599.62	L 294,621.40	L 473,601.84	L 677,940.40
Saldo inicial de efectivo y equivalente de efectivo		L 264,000.00	L 269,669.79	L 397,269.41	L 691,890.81	L 1,165,492.64
Saldo Final de efectivo y equivalente de efectivo	L 264,000.00	L 269,669.79	L 397,269.41	L 691,890.81	L 1,165,492.64	L 1,843,433.04

Fuente Elaboración propia (2023)

4.5.9 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

En la siguiente tabla muestra el balance general proyectado a 5 años, para poder reflejar dicho estado, el balance muestra contablemente los activos, pasivos y la diferencia entre estos (el patrimonio total), desde el año 0 contabilizando los activos, pasivos y patrimonio con los que la empresa puede comenzar a contar y disponer a partir del año 1 hasta el año 5.

Tabla 38 Estado de Situación Financiera Proyectado

EMPRESA DE CAPACITACIONES EMPRESARIALES						
BALANCE GENERAL Y PROYECTADO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Corrientes						
Efectivo	L 264,000.00	L 269,669.79	L 397,269.41	L 691,890.81	L 1,165,492.64	L 1,843,433.04
Total de Activos Corrientes	L 264,000.00	L 269,669.79	L 397,269.41	L 691,890.81	L 1,165,492.64	L 1,843,433.04
Activos No Corrientes						
Mobiliario y Equipo	L 300,360.00	L 300,360.00	L 300,360.00	L 300,360.00	L 300,360.00	L 300,360.00
Depreciación Acumulada de Mobiliario y Equipo		-L 39,417.84	-L 78,835.68	-L 118,253.52	-L 157,671.36	-L 197,089.20
Activos Intangibles						
Gastos de Constitución	L 23,600.00	L 18,880.00	L 14,160.00	L 9,440.00	L 4,720.00	L -
Total de Activos No Corrientes	L 323,960.00	L 279,822.16	L 235,684.32	L 191,546.48	L 147,408.64	L 103,270.80
Total Activos Netos	L 587,960.00	L 549,491.95	L 632,953.73	L 883,437.29	L 1,312,901.28	L 1,946,703.84
Pasivos Corrientes						
Impuestos por Pagar	L -	L 1,791.78	L 35,225.18	L 88,391.09	L 150,149.41	L 221,211.87
Total Pasivos Corrientes	L -	L 1,791.78	L 35,225.18	L 88,391.09	L 150,149.41	L 221,211.87
Pasivos No Corrientes						
Préstamo Bancarios	L 352,776.00	L 307,140.82	L 251,493.68	L 183,638.06	L 100,895.52	L -
Total Pasivos No Corrientes	L 352,776.00	L 307,140.82	L 251,493.68	L 183,638.06	L 100,895.52	L -
Total Pasivos Netos	L 352,776.00	L 308,932.60	L 286,718.85	L 272,029.15	L 251,044.92	L 221,211.87
Patrimonio Total						
Capital Social	L 235,184.00	L 235,184.00	L 235,184.00	L 235,184.00	L 235,184.00	L 235,184.00
Utilidad o pérdida del Ejercicio		L 5,106.58	L 100,391.75	L 251,914.60	L 427,925.81	L 630,453.83
Utilidades o pérdida Retenidas	L -	L -	L 5,106.58	L 105,498.33	L 357,412.94	L 785,338.74
Reserva Legal		L 268.77	L 5,552.54	L 18,811.21	L 41,333.62	L 74,515.40
Total de Patrimonio	L 235,184.00	L 240,559.35	L 346,234.88	L 611,408.14	L 1,061,856.36	L 1,725,491.97
Total de Pasivos + Patrimonio Total	L 587,960.00	L 549,491.95	L 632,953.73	L 883,437.29	L 1,312,901.28	L 1,946,703.84

Fuente Elaboración propia (2023)

4.5.10 ANÁLISIS FINANCIEROS

Análisis financiero se denomina el procedimiento utilizado para evaluar las posibles fuentes y el uso de recursos financieros, las técnicas más comunes en la realización de este análisis constan de la evaluación del valor presente neto (VPN), tasa interna de retorno (TIR) e índice de rentabilidad (IR) bajo estos se analizan los resultados obtenidos de los diferentes estados del proyecto.

4.5.10.1 FLUJOS DE EFECTIVO

La siguiente tabla muestran los flujos netos que se utilizarán para el cálculo de las diferentes técnicas de recuperación de la inversión.

Tabla 39 Flujos netos de caja

EMPRESA DE CAPACITACIONES EMPRESARIALES					
FLUJO DE CAJA PROYECTADO					
Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad o Pérdida Neta	L 5,375.35	L 105,675.53	L 265,173.27	L 450,448.22	L 663,635.61
(+) Depreciaciones y Amortizaciones					
Depreciación de Mobiliario y Equipo	L 39,417.84	L 39,417.84	L 39,417.84	L 39,417.84	L 39,417.84
Amortizaciones	L 4,720.00	L 4,720.00	L 4,720.00	L 4,720.00	L 4,720.00
Flujo Neto de Caja	L 49,513.19	L 149,813.37	L 309,311.11	L 494,586.06	L 707,773.45

Fuente Elaboración propia (2023)

4.5.10.2 TÉCNICAS DE EVALUACIÓN FINANCIERA

En la presente tabla resumen se observan los flujos de efectivo utilizados para el cálculo del Valor actual neto, la tasa interna de retorno, periodo de recuperación de la inversión, el índice de rendimiento y el costo de capital promedio ponderado, así mismo los resultados de cada uno de ellos.

Tabla 40 Técnicas de evaluación financiera

Empresa de Capacitaciones Empresariales	
Años	Flujos de Escenario Más Probable
0	L. -587,960.00
1	L. 49,513.19
2	L. 149,813.37
3	L. 309,311.11
4	L. 494,586.06
5	L. 707,773.45
VAN	L 394,842.99
TIR	32.59%
PRI	3 años, 2 meses
Índice Rendimiento	1.67
WACC	15.36%

Fuente Elaboración propia (2023)

Según la tabla se muestra que el proyecto es rentable porque tenemos un valor actual neto positivo. La TIR es mayor que la tasa de capital promedio ponderado, tiene un periodo de recuperación de la inversión de 2 años y 7 meses y su índice de rendimiento es mayor a 1.

Para el cálculo del WACC o costo de capital promedio ponderado se realizó las siguientes tablas:

Tabla 41 Cálculo de costos de fondos propios

Recursos Propios	
Tasa Financiera	5%
Tasa de riesgo	5.18%
Tasa de inflación	5.71%
Total	15.89%

Fuente Elaboración propia (2023)

Para la estimación de los fondos propios se tomaron en cuenta las tasas de 36% de una institución bancaria, la tasa de riesgo de 5.18% y la tasa de inflación obtenida del Banco Central de Honduras.

Tabla 42 Costo de capital promedio ponderado

Fuente de Inversión	Monto	%	Costo	Costo Ponderado
Recursos Propios	L 470,724.78	40%	15.89%	6.36%
Financiamiento Bancario	L 706,087.17	60%	15%	9.00%
Total	L 1,176,811.95	Costo de Capital Promedio Ponderado		15.36%

Fuente Elaboración propia (2023)

Se puede observar en la tabla anterior la combinación de fondos propias con el financiamiento con una estructura aproximada de 40% y 60%, respectivamente y se utilizó el cálculo de los fondos propios del 15.89% y la tasa de interés del 5% obtenida por la institución financiera.

4.5.10.3 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DE LAS TÉCNICAS DE EVALUACIÓN FINANCIERA

En la siguiente tabla se hace uso del análisis de sensibilidad en los escenarios más probable, pesimista y optimista tanto de los flujos, como también de las técnicas de evaluación financiera, se puede observar que hasta en el escenario pesimista el proyecto es rentable. En el escenario pesimista se realizaron los cálculos en estado financiero con un 5% de aumento en los costos de venta y un 5% en aumento de sus gastos operativos.

En el escenario optimista se realizó los cálculos con un 5% de aumento en las ventas y una disminución de sus gastos en un 5%.

Tabla 43 Análisis de Sensibilidad de las técnicas de evaluación financiera

Empresa de Capacitaciones Empresariales			
Años	Flujos de Escenario Más Probable	Flujos de Escenario Pesimista	Flujos de Escenario Optimista
0	L. -587,960.00	L. -587,960.00	L. -587,960.00
1	L. 49,513.19	L. -82,035.69	L. 253,542.73
2	L. 149,813.37	L. 127,459.86	L. 351,069.87
3	L. 309,311.11	L. 262,478.76	L. 505,938.07
4	L. 494,586.06	L. 418,838.40	L. 684,173.06
5	L. 707,773.45	L. 597,688.52	L. 887,217.43
VAN	L 394,842.99	L 136,829.42	L 1,045,957.87
TIR	32.59%	21.26%	62.02%
PRI	3 años, 2 meses	3 años y 8 meses	1 año y 11 meses
Índice Rendimiento	1.67	1.23	2.78
WACC	15.36%		

Fuente Elaboración propia (2023)

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

1. A través del estudio de mercado se logró conocer a las personas que responden a un determinado perfil demográfico y socioeconómico al cual queremos ofrecerles nuestro servicio, así mismo se aplicaron satisfactoriamente estrategias comerciales para segmentar el mercado, consiguiendo así un mayor bienestar de los clientes y una rentabilidad de las acciones de marketing.
2. Se establecieron requisitos técnicos para la puesta en marcha de la empresa de capacitaciones empresariales, se logró definir la localización óptima, tamaño y espacio físico del proyecto, se determinaron los costos y requisitos para las licencias y permisos de la puesta en marcha de la empresa, también se detallaron los insumos varios con los que contará la empresa.
3. Se demostró que el proyecto de inversión para una empresa de capacitaciones empresariales ubicada en la ciudad de La Ceiba es rentable económicamente desde los diferentes criterios de inversión (TIR, VAN, IR PRI), el proyecto.

3.1. De las hipótesis declaradas en la sección 3.1.4, se rechaza la nula y se acepta la hipótesis de la investigación donde menciona que: “la creación de una empresa de capacitaciones empresariales en La Ceiba es rentable. Generando una tasa interna de retorno mayor al 15.36% del costo de capital del proyecto”.

4. según los resultados obtenidos sobre la rentabilidad del proyecto se presentará una propuesta de ejecución para la apertura de la empresa de capacitaciones empresariales.

5.2 RECOMENDACIONES

1. Teniendo una aceptación por parte de los empresarios del 90%, se recomienda expandirse hacia las ciudades o departamentos aledaños, permitiendo llegar hacia nuevos mercados, así mismo implementar si el cliente lo requiere en capacitaciones en línea.
2. Con el análisis del estudio técnico en la contratación del talento humano, se recomienda una minuciosa selección del personal con las habilidades y competencias necesarias para que pueda impartir las diferentes capacitaciones empresariales.
3. Desde el punto de vista financiero el proyecto es rentable por lo que se recomienda invertir en la empresa de capacitaciones debido a que sus flujos en la proyección a 5 años son positivos, teniendo un VAN positivo y una TIR mayor que el costo de capital.
4. Por la rentabilidad del proyecto y que se realizaron las proyecciones a cinco años, se recomienda extender el periodo de proyección del mismo.
5. La propuesta a presentar para la apertura de la empresa de capacitaciones debe contener todo lo requerido según la Ley para que una empresa pueda ponerse en marcha, así mismo estableciendo propuesta de misión, visión, valores, entre otros.

CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD

En el presente capítulo muestra la aplicabilidad de implementar una empresa de capacitaciones empresariales en la ciudad de La Ceiba, se abordarán aspectos importantes como la prefactibilidad financiera, los recursos que se necesitan para la implementación y la viabilidad en el mercado actual, así mismo se muestran diferentes desafíos que pueden surgir durante la implementación del plan de dicho proyecto.

6.1 NOMBRE DE LA PROPUESTA

“Plan de acción para la apertura de una empresa de capacitaciones empresariales en la ciudad de La Ceiba”

6.2 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

Posteriormente al análisis de mercado se logró definir el mercado con el cual se va a trabajar con un 90% de aceptación por parte de los potenciales clientes, así mismo se estableció las áreas con mayor aceptación en las cuales las empresa consideran que necesitan capacitaciones, en el análisis técnico se estableció la localización de la empresa, siendo este un lugar, céntrico, seguro y de fácil acceso, así mismo se detallaron los insumos varios y el mobiliario que necesitará la empresa para poder brindar los servicios de capacitaciones, con el análisis financiero del proyecto se concluye que es factible con una Tasa interna de retorno del 33%, la cual es mayor que el WACC de la empresa, al observar que la empresa generará utilidades en sus proyecciones a cinco años se procede a la apertura de la misma.

6.3 ALCANCE DE LA PROPUESTA

6.3.1 OBJETIVO GENERAL DE LA PROPUESTA

Realizar la apertura de una empresa de capacitaciones empresariales, ubicada en la ciudad de La Ceiba con las nuevas exigencias del mercado, permitiendo ofrecer un servicio de calidad.

6.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA PROPUESTA

- Realizar los trámites de los documentos y permisos necesarios para la apertura de la empresa.
- Gestionar el financiamiento con una entidad bancaria.
- Acondicionar el establecimiento según las especificaciones realizadas en el estudio técnico.
- Reclutar, seleccionar y contratar a la mano de obra calificada según el perfil de puesto para cada una de las áreas.
- Realizar el evento de apertura de la empresa de capacitaciones empresariales

6.4 DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

6.4.1 DESCRIPCIÓN

A continuación, se detallan las actividades a realizar para llevar a cabo el plan de acción para la inauguración e inicio de operación de la empresa de capacitaciones empresariales en la ciudad de La Ceiba.

Tabla 44 Proceso de Constitución

Tramite	Procedimiento (¿Como se Hará?)
Obtención de la Escritura Pública	<ul style="list-style-type: none">▪ Que los socios o sus representantes comparezcan ante notario para realizar el trámite de constitución de la sociedad.▪ Realizar el pago de la aportación de los socios, en cualquier banco nacional y el importe será como mínimo de L. 5,000 para las Sociedades de Responsabilidad Limitada según (Codigo de Comercio de Honduras) (Capítulo IV artículo 72), o la cantidad que los socios deseen aportar.▪ La constitución de la sociedad debe figurar, en su caso, en escritura pública y ser firmada por los socios ante notario o por los apoderados en caso de constitución de sociedad a distancia. En esta escritura deben figurar los datos generales, de los socios, el capital, la aportación o acciones, entre otros.
Obtención del	Solicitar ante el Servicio de Administración de Rentas (SAR), cumpliendo los

<p>Registro Tributario Nacional (RTN)</p>	<p>siguientes parámetros:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Declaración jurada de inscripciones, inicio de actividades y actualización al Registro Tributario Nacional SAR-410 (Personería Jurídica) ▪ Declaración jurada de inscripciones, inicio de actividades y actualización al Registro Tributario Nacional. ▪ Original y fotocopia del instrumento de constitución. ▪ Fotocopia de la tarjeta de identidad del representante legal. ▪ Fotocopia de la tarjeta de identidad del socio de persona natural. ▪ En caso de ser solicitado por un apoderado, este deberá acompañar original o fotocopia del poder o carta poder debidamente autenticado y fotocopia de su tarjeta de identidad. ▪ Comprobante de domicilio. Original y fotocopia de uno de los siguientes documentos: Recibo de un servicio público Contrato de alquiler o arrendamiento comercial. Constancia de la municipalidad o recibo de bienes inmuebles. Contrato de suscripción de servicios privados (Internet, cable, telefonía).
<p>Inscripción en el Registro Mercantil</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Una vez constituida la sociedad, se hace la publicación respectiva en un diario de circulación nacional, se paga el impuesto registral según capital, y posteriormente presentamos la constitución para su inscripción en el Registro Mercantil. Registrada la Sociedad en el Registro Mercantil y previo a la obtención del R.T.N. correspondiente a la Sociedad, se debe inscribir la misma en la Cámara de Comercio, pagando la tasa según capital de constitución.
<p>Registro en la Cámara de Comercio (CCIA)</p>	<p>El registro de toda empresa mercantil es obligatorio. El artículo 384 del (Codigo de Comercio de Honduras) dicta lo siguiente: “Es obligatorio el registro de todo comerciante en la Cámara de Comercio e Industria correspondiente.” En este caso se hará la inscripción en la Cámara de Comercio e industria de Atlántida, de la ciudad de La Ceiba. Las Alcaldías Municipales no autorizarán los permisos de operación a todo comerciante</p>

	individual, persona natural o jurídica, que no se inscriba o renueve el Registro previamente en la Cámara respectiva de su municipio o departamento.”
Afiliación en la Cámara de Comercio	La ley no obliga a la empresa a afiliarse a la Cámara de Comercio, pero no deja de ser importante ya que se cuenta con un respaldo a nivel gremial, además los afiliados tienen la oportunidad de acceder a la información jurídica, económica y otros eventos organizados por la cámara.
Permiso de operación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Llenar formulario de solicitud de permiso de operación. ▪ Croquis de la ubicación del negocio. ▪ Fotocopia de la tarjeta de identidad de la representante legal ▪ Solvencia municipal de los socios de la empresa. ▪ Copia de la escritura de constitución de la empresa. ▪ Copia del RTN de la empresa ▪ Declaración jurada de las ventas que espera realizar en el año. ▪ Copia de la licencia sanitaria (si aplica). ▪ Licencia ambiental (si aplica).
Autorización de libros	De acuerdo con el (Codigo de Comercio de Honduras) la empresa estará obligada a llevar cuenta y razón de todas sus operaciones y deberá llevar una contabilidad mercantil debidamente organizada, en base al sistema de partida doble. Por lo que deberá llevar, al efecto, un Libro de Inventarios y Balances, un Libro Diario y un Libro Mayor y los demás que sean necesarios para exigencias objetivas o de leyes especiales. Los libros obligatorios deberán estar empastados y foliados y serán autorizados por el alcalde Municipal del lugar en donde estuviere situada la empresa. Se hará constar el número de folios que tuviere el libro y en cada uno de ellos se estampará el sello del organismo correspondiente.
Solicitud de licencia ambiental	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Solicitud de Licencia Ambienta acompañada del Formulario SINEIA F-01 ▪ Resumen del proyecto (de 2 a 5 páginas) • Plano de ubicación (zonas urbanas) • Mapa 1:50000 (zonas rurales) • Cualquier otro medio grafico que muestre las características del entorno (imágenes, ejemplo Google earth).

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Certificación de pago de la tarifa por servicio de evaluación ambiental de acuerdo con el monto del proyecto, obra o actividad a realizar. ▪ Publicación (en un periódico de mayor circulación) de aviso de ingreso ante esta Secretaría, cinco días previos a la presentación de este formulario. ▪ Constancia extendida por la Unidad Ambiental Municipal (UMA) en la que se haga constar el estado del proyecto (si ha iniciado operaciones y si se encuentra en un área ambientalmente frágil; solo para trámites en la SERNA). ▪ Título de Propiedad o arrendamiento del lugar donde se va a desarrollar el proyecto, debidamente timbrado y registrado. ▪ Copia para confrontar con su original o bien certificada del plano catastro (tamaño carta, si es posible). ▪ Diseño de sitio (sólo aplica para proyectos de construcción). ▪ Desglose del monto de inversión global de la actividad, obra o proyecto que incluya (en caso de que aplique) el monto de las erogaciones por compra o alquiler de terrenos, construcción de instalaciones, caminos de acceso, obras de electrificación, y agua potable e industrial y equipo, etc. ▪ Cuando el desarrollador sea una empresa: Copia autenticada por notario de la personalidad jurídica o constitución de sociedad, RTN y Tarjeta de identidad del Representante Legal de la empresa. ▪ Cuando el desarrollador sea una persona natural: Copia autenticada por notario de la constitución de comerciante individual, RTN y Tarjeta de identidad.
<p>Inscripción en el IHSS</p>	<p>Quién realiza el trámite: El/el empresario(a) o Apoderado legal.</p> <p>Adónde se realiza: Instituto Hondureño de Seguridad Social. (IHSS).</p> <p>Costo: Con la nueva ley de Seguridad Social (04/09/2015) y el Acuerdo No. STSS-390-2015, en el que el Consejo Económico y Social (CES) aprobó la Gradualidad de la Cotizaciones de Empleadores y Trabajadores 10 de noviembre de 2015 (La Gaceta, 10 de noviembre, numero 33,897).</p>

<p>Solicitud de aprobación de reglamento interno de trabajo</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Solicitud dirigida al secretario de Estado en los Despachos de Trabajo y Seguridad Social. ▪ Carta poder debidamente autenticada; ▪ Acta debidamente autenticada de la Asamblea General de Trabajadores en donde conste la elección de los representantes de los trabajadores para la negociación y discusión del Proyecto de Reglamento Interno de Trabajo, la cual deberá estar firmada por todos los trabajadores del centro de trabajo; ▪ Acreditación por escrito de los representantes del empleador, para la negociación y discusión del Proyecto de Reglamento Interno de Trabajo; ▪ Acta de Negociación y Aprobación del Proyecto de Reglamento Interno de Trabajo, firmada por los representantes de los Trabajadores y del empleador o patrono; y, ▪ Fotocopia autenticada de Escritura de Constitución de la Sociedad Mercantil o de Comerciante Individual, según sea el caso; si se trata de una Organización no Gubernamental (ONG), deberá acreditar la Personalidad Jurídica.
<p>Inscripción en el Instituto Hondureño de Formación Profesional (INFOP)</p>	<p>Las Instituciones Autónomas y Semi autónomas no eximida expresamente de pago de aportaciones por la ley, aportará mensualmente a favor del Instituto Hondureño de Formación Profesional el uno por ciento (1%) del monto de los sueldos y salarios pagados.</p> <p>Un socio de la empresa de Capacitaciones Empresariales realizará el trámite en el Instituto Hondureño de Formación Profesional (INFOP), el tiempo promedio es de un día hábil y el costo es gratuito.</p> <p>La documentación para la inscripción es:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Llenar boleta de inscripción firmada y sellada por el gerente general o representante legal. 2. Fotocopia de: <ul style="list-style-type: none"> ▪ La escritura de Constitución ▪ Permiso de operación vigente ▪ Registro Tributario Nacional (RTN) de la Empresa

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tarjeta de Identidad del gerente o representante legal.
Adquisición de préstamo y compra de mobiliario y equipo e insumos varios	<p>En la institución bancaria: entregar documentos de requisito: plan de inversión del proyecto, escrituras de garantía hipotecaria, RTN; firma del contrato del préstamo y pago de gastos de cierre.</p> <p>Una vez realizado se prosigue a realizar cotizaciones en empresas como ACOSA, La Mundial, Lady Lee para la compra de mobiliario y equipo necesario para las instalaciones de la empresa.</p>
Contrato del recurso humano y la puesta en marcha de la empresa	<p>Teniendo instalado todo lo necesario en las oficinas se prosigue al reclutamiento, selección y contratación del personal de trabajo según los requerimientos en los perfiles de puesto, posteriormente se llevará a cabo la inauguración de la empresa.</p>

Fuente Elaboración propia (2023)

6.4.2 DESARROLLO

6.4.2.1 PROPUESTA DEL NOMBRE

“RED de Capacitaciones Empresariales S. de R. L.”

6.4.2.2 PROPUESTA DEL SLOGAN

“Fortaleciendo intelecto, potenciamos utilidades”.

6.4.2.3 PROPUESTA DE LOGOTIPO



Ilustración 4 Logotipo Propuesto

Fuente Elaboración propia (2023)

Descripción del logo:

El logotipo antes expuesto está representado por un árbol, que en sus ramas muestra diferentes íconos de aprendizaje con los cuales se pretende desarrollar un conocimiento intelectual a nuestros futuros clientes y se da a entender que gracias a esto las empresas podrán potenciar sus utilidades, enmarcando en el centro las manos que sostienen el intelecto del capital humano así mismo como sucede en las empresas.

El logo es de color verde proyectando serenidad y armonía, está relacionado con la naturaleza, simbolizando la vida, la productividad y estabilidad empresarial.

6.4.2.4 PROPUESTA DE LA MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

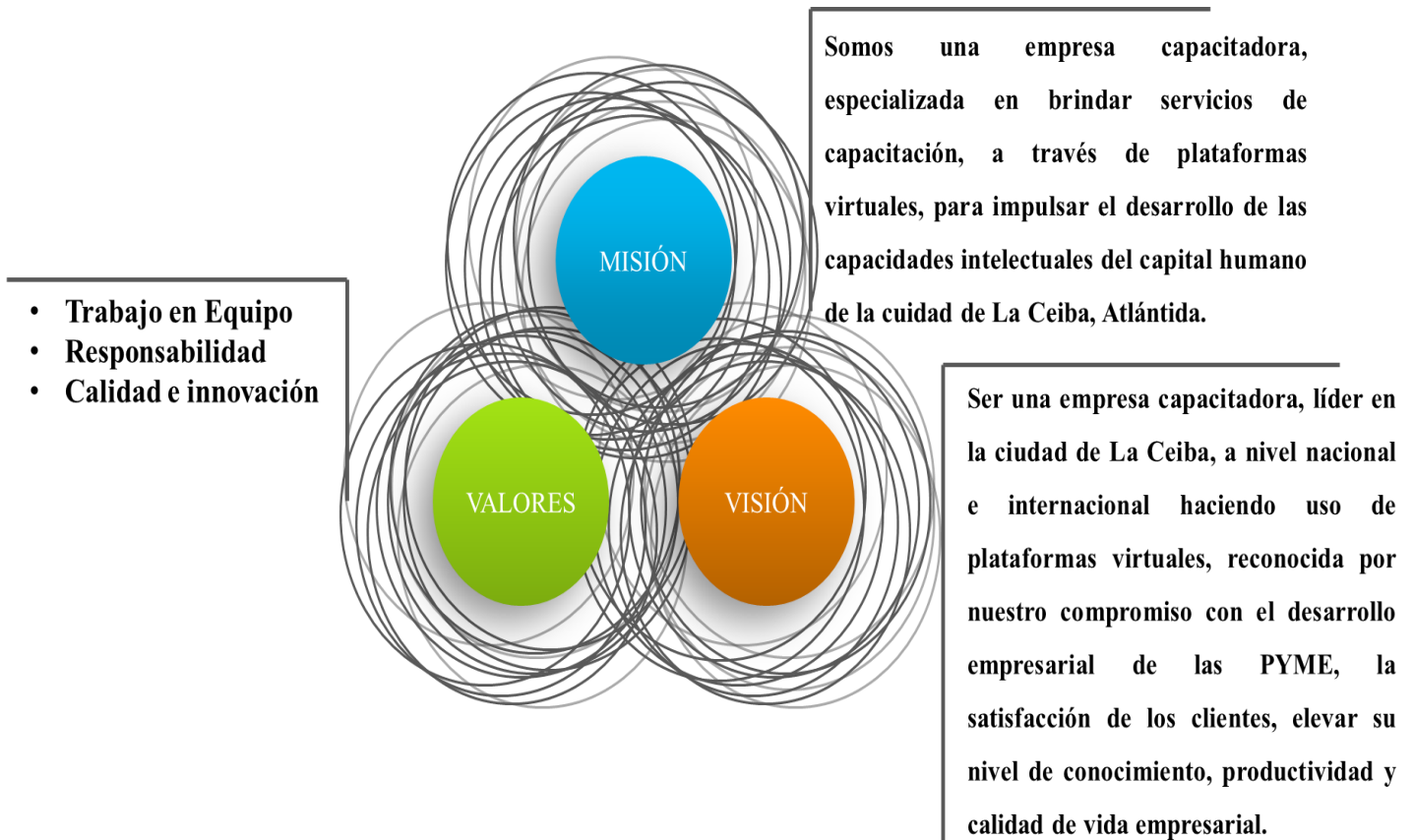


Figura 15 Misión, Visión y Valores

Fuente Elaboración propia (2023)

6.5 MEDIDAS DE CONTROL

Para poder realizar un mejor seguimiento a la propuesta de proyecto de una empresa de capacitaciones empresariales es recomendable utilizar medidas de control para llevar en orden cada uno de los procesos y medir sus resultados y para este proyecto se utilizarán las siguientes medidas:

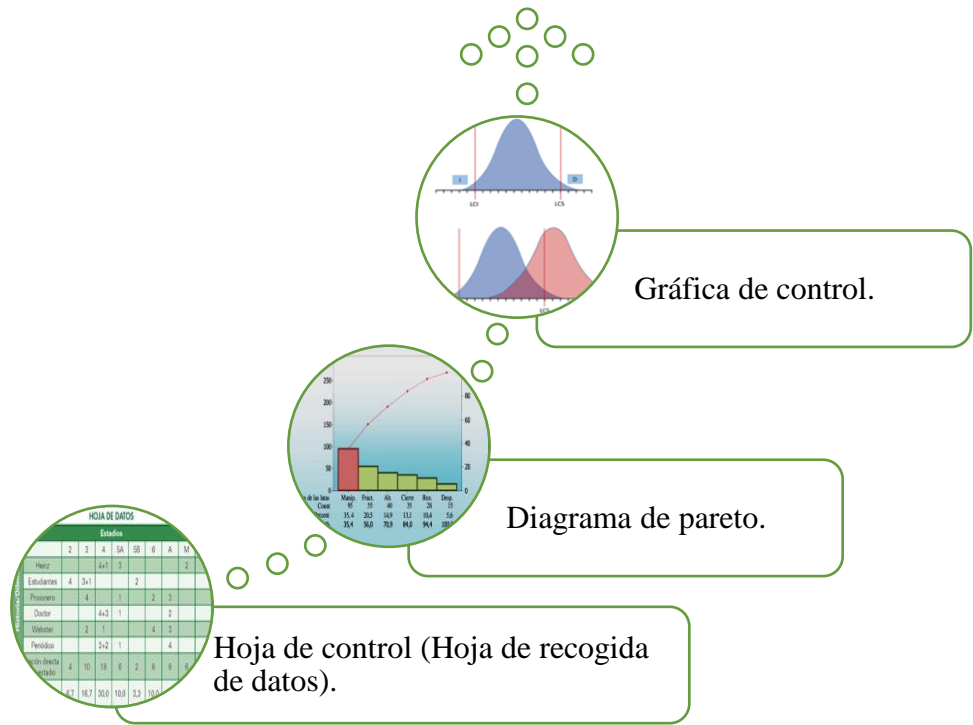


Figura 16 Medidas de Control

Fuente Elaboración propia (2023)

6.6 CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN Y PRESUPUESTO

Tabla 45 Cronograma de implementación

Cronograma de Actividades de la Empresa de Capacitaciones Empresariales														
Actividades	Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero	
	02 al 06	09 al 13	16 al 20	23 al 27	30 al 3	6 al 10	13 al 17	20 al 24	27 al 1	4 al 8	11 al 15	18 al 22	25 al 29	2
Presentación de propuesta de proyecto														
Acta de constitución														
Solicitud y aprobación de Prestamo														
Licencias y permisos legales														
Firma del contrato de alquiler del local														
Compra de mobiliario y equipo														
Instalación de servicios														
Compra de insumos varios														
Contratación del personal														
Invitaciones y afiches														
Inauguración del la empresa														

Fuente Elaboración propia (2023)

6.6.1 Presupuesto para el lanzamiento de la empresa

En la siguiente tabla se detalla cada actividad con su respectivo valor estimado para el lanzamiento de la empresa.

Tabla 46 Presupuesto de Lanzamiento

Presupuesto para el Lanzamiento de la Empresa	
Actividad	Valor
Presentación de propuesta de proyecto	N/A
Acta de constitución	L 5,000.00
Solicitud y aprobación de Préstamo	N/A
Licencias y permisos legales	L 18,600.00
Firma del contrato de alquiler del local	L 50,000.00
Compra de mobiliario y equipo	L 300,360.00
Instalación de servicios	L 1,200.00
Compra de insumos varios	L 18,600.00
Contratación del personal	N/A
Invitaciones y afiches	L 3,000.00
Inauguración de la empresa	L 6,000.00
Total	L 402,760.00

Fuente Elaboración propia (2023)

6.7 CONCORDANCIA DE LOS SEGMENTOS DE LA TESIS CON LA PROPUESTA

Tabla 47 Matriz de Concordancia

Capítulo I			Capítulo II	Capítulo III		
Título de la Investigación	Objetivo General	Objetivos Específicos	Teorías/ Metodología de Sustento	Variables	Poblaciones	Técnicas
ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA UNA EMPRESA DE CAPACITACIONES EMPRESARIALES EN LA CIUDAD DE LA CEIBA.	Determinar la factibilidad de demanda de mercado, requisitos técnicos y de evaluación financiera	Identificar los elementos importantes del estudio de mercado para entender las necesidades y comportamientos de la demanda para una Empresa de Capacitaciones Empresariales.	ESTUDIO DE MERCADO	Mercado	Según los datos brindados por el Departamento de Investigación y Estadísticas de la Municipal de	Encuesta Entrevista

para la implementación de la empresa de capacitaciones en La Ceiba.	Conocer los requerimientos técnicos para tener en cuenta en la creación de la empresa.	ESTUDIO TÉCNICO		La Ceiba (DIEM-LC) hay al redor de 1,544 empresas de diferentes rubros según la información actualizada hasta el año 2022.
	Calcular desde el punto de vista financiero los diferentes criterios de inversión que demuestre la rentabilidad del proyecto.	ESTUDIO ECONOMICO	Técnico	
	Presentar una propuesta para la ejecución de la empresa de capacitaciones según los resultados obtenidos.	EVALUACIÓN ECONÓMICA	Económico	

Fuente Elaboración propia (2023)

Segunda parte de la matriz de concordancia

Capítulo V	Capítulo VI	
Conclusiones	Nombre de la Propuesta	Objetivos de la Propuesta
1. A través del estudio de mercado se logró conocer a las personas que responden a un determinado perfil demográfico y socioeconómico al cual queremos ofrecerles nuestro servicio, así mismo se aplicaron satisfactoriamente estrategias comerciales para segmentar el mercado,	“Plan de acción para la apertura de una empresa	1.Realizar los trámites de los documentos y permisos necesarios para la apertura de la empresa.

<p>consiguiendo así un mayor bienestar de los clientes y una rentabilidad de las acciones de marketing.</p>	<p>de capacitaciones empresariales en la ciudad de La Ceiba”</p>	
<p>1. Mediante el estudio técnico se logró definir la localización óptima, tamaño y espacio físico del proyecto, se determinaron los costos y requisitos para las licencias y permisos de la puesta en marcha de la empresa, también se detallaron los insumos varios con los que contará la empresa.</p>		<p>2.Gestionar el financiamiento con una entidad bancaria.</p>
<p>2. De las hipótesis declaradas en la sección 3.1.4, se rechaza la nula y se acepta la alterativa donde menciona que: “la creación de una empresa de capacitaciones empresariales en La Ceiba es rentable. Generando una tasa interna de retorno mayor al 15.36% del costo de capital del proyecto”.</p>		<p>3.Acondicionar el establecimiento según las especificaciones realizadas en el estudio técnico</p>
<p>3. Desde el punto de vista financiero, haciendo uso de los diferentes criterios de inversión (TIR, VAN, IR PRI), el proyecto de inversión para una empresa de capacitaciones empresariales ubicada en la ciudad de La Ceiba es rentable.</p>		<p>4.Reclutar, seleccionar y contratar a la mano de obra calificada según el perfil de puesto para cada una de las áreas.</p>
<p>3. Desde el punto de vista financiero, haciendo uso de los diferentes criterios de inversión (TIR, VAN, IR PRI), el proyecto de inversión para una empresa de capacitaciones empresariales ubicada en la ciudad de La Ceiba es rentable.</p>		<p>5.Realizar el evento de apertura de la empresa de capacitaciones empresariales</p>

Fuente: (Elaboración propia, 2023)

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acevedo, C. (2007). *Capital humano: Una mirada desde la educación y la experiencia laboral*.

file:///C:/Users/Usuario/Downloads/ojseafit,+Gestor_a+de+la+revista,+1287-4195-1-CE.pdf

Angélica Cárdenas. (2021). “*Estudio de factibilidad económica y financiera para la implementación y funcionamiento de una Hostería Ecológica, en la Isla San Cristóbal, provincia de Galápagos*”. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/16897/1/T-UCSG-POS-MFEE-251.pdf>

Baca Urbina, G. (Ed.). (2013). *Evaluación de proyectos* (7. ed). McGraw-Hill.

Banco Interamericano de Desarrollo. (2019, enero 15). *Prácticas de capacitación y reclutamiento de personal de los establecimientos en Honduras | Publications*. BID. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/viewer/Pr%C3%A1cticas-de-capacitaci%C3%B3n-y-reclutamiento-de-personal-de-los-establecimientos-en-Honduras.pdf>

Baptista, D., & Lima, R. F. (2019). *PRÁCTICAS DE CAPACITACIÓN Y RECLUTAMIENTO de personal de los establecimientos en Honduras*. 3.

Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación* (Tercera). PEARSON EDUCACIÓN.

CHIAVENATO, I. (2011). *ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS*. MCGRAW HILL.

Chirinos, M. J. A., & Palacios, S. Y. V. (2019). *PREFACTIBILIDAD DE EMPRESA DE CONSULTORÍA Y CAPACITACIÓN DE TALENTO HUMANO EN PUERTO CORTÉS, HONDURAS*.

De La Hoz Suárez, B., Ferrer, M. A., & De La Hoz Suárez, A. (2008). *Indicadores de rentabilidad: Herramientas para la toma decisiones financieras en hoteles de categoría*

- media ubicados en Maracaibo. *Revista de Ciencias Sociales*, 14(1), 88-109.
- Dini, M. (2019). *Centros de desarrollo empresarial en América Latina. Lecciones de política de cinco experiencias institucionales*.
- EmprendeGuía*. (2023, septiembre 19). <https://honduras.eregulations.org/procedure/81/17?l=es>
- Ferrell, O. C., & Hartline, M. D. (2012). *Estrategia de marketing (5a. Ed.)*. CENGAGE Learning.
- Fiszbein, A., Cumsille, B., & Cueva, S. (2016). *La capacitación laboral en América Latina*.
- Gallardo, H. (2003). *Elementos de investigación académica* (Primera edición). EUNED.
- Garzón, P. P. G., Losada, D. F. H., & Monroy, L. G. D. (2012). *Metodología para la fijación de precios mediante la utilización de la elasticidad precio-demanda. Caso tipo: Repuestos del sector automotor. 31*.
- Google Earth*. (2023, septiembre 11).
<https://earth.google.com/web/data=MkEKPwo9CiExQTBsWUhKRkdJRVZFT0FmREhUUU82SnNNeHIKZE1GSIESFgoUMDI0QzU3OEFCQzJCQjg0QUUzQUQgAQ?authuser=0>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5a ed). McGraw-Hill.
- Hernández Sampieri, R., & Fernandez-Collado, C. F. (2014). *Metodología de la investigación* (P. Baptista Lucio, Ed.; Sexta edición). McGraw-Hill Education.
- IHSS – Instituto Hondureño de Seguridad Social*. (2023, septiembre 19).
<https://www.ihss.hn/index.php/preguntas-frecuentes/>
- José Ángel Hernández Pérez. (2023). *Modelo de competitividad de las cinco fuerzas de Porter • gestiopolis*. <https://www.gestiopolis.com/modelo-competitividad-cinco-fuerzas-porter/>

Kotler, P. & Armstrong. (2013). *Fundamentos de Marketing* (Decimoprimer). PEARSON EDUCACIÓN.

https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf

Ley Fomento Competitividad Pequeña y Mediana Empresa, 135-2008, A (2009).

[https://www.poderjudicial.gob.hn/CEDIJ/Leyes/Documents/Ley%20Fomento%20Competitividad%20Peque%C3%B1a%20y%20Mediana%20Empresa%20\(10,3mb\).PDF](https://www.poderjudicial.gob.hn/CEDIJ/Leyes/Documents/Ley%20Fomento%20Competitividad%20Peque%C3%B1a%20y%20Mediana%20Empresa%20(10,3mb).PDF)

Márquez, M. (2022, octubre 6). *5 Fuerzas de Porter: Definición y para qué sirven [Análisis Ejemplo REAL]*. Marketing and Web. <https://www.marketingandweb.es/marketing/cinco-fuerzas-de-porter/>

Mitnik, F., & Coria, A. (2004). *Una perspectiva histórica de la capacitación laboral*. 144-145.

Mondy, R. W., & Mondy, J. B. (2010). *Administración de recursos humanos* (11a ed). Pearson Educación de México.

Pineda, D. C. E., & Pinel, V. L. P. (2020). *TESIS DE POSTGRADO PREFACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA DE CONSULTORÍA Y CAPACITACIÓN DE SEGURIDAD INDUSTRIAL EN SAN PEDRO SULA*.

Pozas, T. A. M. (2022). *FACULTAD DE POSTGRADO TESIS DE POSTGRADO*.

<file:///C:/Users/Usuario/Desktop/MAESTRIA%202022-2023/proyecto%20final%202023/estudios/Prefactibilidad%20de%20la%20creaci%C3%B3n%20de%20una%20empresa%20de%20mentor%C3%ADa%20para%20estudiantes%20del%20Instituto%20T%C3%A9cnico%20San%20Ignacio%20de%20Loyola,%20del%20municipio%20de%20San%20Ignacio%20en%20Francisco%20Mora.pdf>

Secretaría De Trabajo Y Seguridad Social. (2010). *PLAN DE PROMOCIÓN DE EMPLEO*

DECENTE E INGRESOS LA CEIBA 2018—2028. <https://www.trabajo.gob.hn/wp-content/uploads/2021/07/act-2.3.1-La-Ceiba-Documento-Plan-de-Promoci%C3%B3n-Empleo-e-Ingresos-La-Ceiba.pdf>

Secretaria de Trabajo y Seguridad Social. (2023, septiembre 19). *Secretaría de Trabajo y Seguridad Social*. <https://www.trabajo.gob.hn/inicio/organizacion/direcciones-generales/direccion-general-del-trabajo/requisitos-dgt/requisitos-para-la-aprobacion-de-un-reglamento-interno-de-trabajo/>

ANEXOS

Anexo 1 Leyes Nacionales por las Cuales se Regirá la Empresa

Tabla 48 Leyes Nacionales

Ley	Creación	Publicación	Aplicación
Código de Comercio “Sociedad de Responsabilidad Limitada”	15 de septiembre de 1898	31 de diciembre Entra en vigor el 1 de enero de 1899	Según el (Codigo de Comercio de Honduras) Sociedad de responsabilidad limitada es la que existe bajo una razón social o bajo una denominación y cuyos socios sólo están obligados al pago de sus aportaciones, sin que las partes sociales, que nunca estarán representadas por títulos valores, puedan cederse sino en los casos con los requisitos que establece el presente Código. La denominación se formará de acuerdo con lo que dispone el artículo 91; la razón social se formará con el nombre de uno o más socios. Una u otra irán inmediatamente seguidas de las palabras "Sociedad de Responsabilidad Limitada" o su abreviatura "S. De R. L.". Ninguna sociedad de responsabilidad limitada tendrá más de veinticinco socios. El capital social no será inferior a cinco mil lempiras; se dividirá en partes sociales que pueden ser de valor y categoría desiguales, pero que en todo caso serán de cien lempiras o de un múltiplo de cien. Al constituirse la sociedad, el capital deberá estar íntegramente suscrito. Podrá exhibirse, como mínimo, el cincuenta por ciento del valor de cada parte social, pero en todo caso la suma de las aportaciones hechas no será inferior a cinco mil lempiras.
Código de Trabajo	El Código del Trabajo de Honduras de 1959 El Código del Trabajo de Honduras, fue emitido por el Congreso Nacional de Honduras mediante Decreto No. 189	15 al 23 de julio de 1959	Según el (Codigo de Trabajo de Honduras) Contrato individual de trabajo es aquel por el cual una persona natural. Se obliga a ejecutar una obra o a prestar sus servicios personales a otra persona, natural o jurídica, bajo la continua dependencia o subordinación de ésta, y mediante una remuneración. Por dependencia continua se entiende la obligación que tiene el trabajador de acatar órdenes del patrono y de someterse a su dirección, ejercida personalmente o por medio de terceros, en todo lo que se refiera al trabajo. En todo contrato individual de trabajo deben entenderse incluidos, por lo menos, las garantías y derechos que


			<p>otorguen a los trabajadores la constitución, el presente Código, sus reglamentos y las demás leyes de trabajo o de previsión social. La falta de cumplimiento del contrato individual de trabajo, o de la relación de trabajo, solo obliga a los que en ella incurran, a la responsabilidad económica respectiva, o sea, a las prestaciones que determine este Código, sus reglamentos y las demás leyes de trabajo o de previsión social, sin que en ningún caso pueda hacerse coacción contra las personas. Durante el período de prueba cualquiera de las partes puede ponerle término al contrato, por su propia voluntad, con justa causa o sin ella, sin incurrir en responsabilidad alguna. Los trabajadores en período de prueba gozan de todas las prestaciones, a excepción del preaviso y la indemnización por despido. Si antes de transcurrido un (1) año se celebra nuevo contrato entre las mismas partes contratantes y para la misma clase de trabajo, deberá entenderse este por tiempo indefinido, sin que tenga lugar en este caso el período de prueba.</p>
<p>Ley de Impuesto Sobre La Venta</p>	<p>Diciembre de 1963</p>	<p>27 de diciembre de 1963</p>	<p>Según la (Ley de Impuesto Sobre Venta de Honduras) Créase un impuesto sobre las ventas realizadas en todo el territorio de la República, el que se aplicará en forma no acumulativa en la etapa de importación y en cada etapa de venta de que sean objeto las mercaderías o servicios de acuerdo con lo establecido en esta Ley y su Reglamento. Para los efectos de esta Ley, debe entenderse por venta todo acto que importe transferencia a título oneroso de una mercadería del dominio de una persona natural o jurídica al dominio de otra, o que tenga por fin último la transmisión de dicho dominio, independientemente de la designación que las partes den al contrato de origen o a la negociación en que se incluya o involucre, y de la forma del pago del precio, sea éste en dinero o en especie. También se incluyen dentro del término ventas, los servicios gravables conforme esta Ley, y el consumo o uso por el importador de las mercaderías que introduzca al país, o por el industrial o productor de las mercaderías o productos que, respectivamente, elaboren o produzca y en tantas tales mercaderías no se encuentren expresamente exentas por esta Ley. En</p>


			<p>la venta de bienes y en la prestación de servicios la base gravable debe ser el valor del bien o servicio, sea que ésta se realice al contado o al crédito, excluyendo los gastos directos de financiación ordinaria o extraordinaria. Las ventas de mercaderías o servicios a los administradores, miembros del Consejo de Administración, Socios y Comisarios de Sociedades, o a los parientes consanguíneos o afines del contribuyente en los grados de ley, o a su cónyuge, se gravarán a los precios normales de plaza para los efectos de la presente Ley. La tasa general del impuesto es del quince por ciento (15%) sobre el valor de la base imponible de las importaciones o de la venta de bienes y servicios sujetos al mismo.</p>
<p>Ley de Impuesto Sobre La Renta</p>	<p>Promulgada por Decreto Ley No.25, de 20 de diciembre de 1963 y las reformas introducidas hasta la fecha en este Reglamento</p>	<p>27 diciembre de 1963</p>	<p>Según la (Ley de Impuesto Sobre la Renta de Honduras) Se establece un impuesto anual denominado Impuesto sobre la Renta, que grava los ingresos provenientes del capital, del trabajo o de la combinación de ambos, según se determina por esta Ley. Se considera ingreso toda clase de rendimiento, utilidad, ganancia, renta, interés, producto, provecho, participación, sueldo, jornal, honorario y, en general, cualquier percepción en efectivo, en valores, en especie o en crédito, que modifique el patrimonio del contribuyente. Toda persona domiciliada o residente en Honduras, sea natural o jurídica, nacional o extranjera, inclusive la que goce de una concesión del Estado, deberá pagar este Impuesto sobre la Renta percibida por razón de negocios o industrias comerciales, de productos de toda clase de bienes, sean muebles o inmuebles, o de la realización en el territorio del país de actividades civiles o comerciales, o del trabajo personal o de ingresos percibidos por cualquier otra actividad, ya sea que la fuente de la renta o ingreso esté situada dentro del país, ya sea también cualquiera el lugar donde se distribuye o pague la renta. Por "Empresas Mercantiles": Cualquier asociación de dos o más personas, ya sea en forma de sociedad personalista o por acciones, de responsabilidad limitada o ilimitada, o cualquier otra organizada o incorporada de conformidad con las leyes del país, sea nacional o extranjera, que gane o perciba renta de una o más de las actividades mencionadas en los Artículos 2, 3 y 4 de esta Ley.</p>

			También se entenderá por "Empresas Mercantiles", los negocios que pertenezcan a una sola persona natural o individual que resida en el país o fuera de él y las sociedades de hecho de cualquier naturaleza que sean. El impuesto que establece esta Ley se cobrará a las personas naturales o jurídicas domiciliadas en el país, de acuerdo con las disposiciones siguientes: Las personas jurídicas pagarán una tarifa de veinticinco por ciento (25%) sobre el total de la renta neta gravable.
Reglamento del Sistema nacional de evaluación de impacto ambiental (SINEIA)	Creada en el año de 1993	Publicado en la gaceta número 27.291 Tegucigalpa Honduras, 05 de marzo de 1994	Según el (SINEIA) ARTICULO 41 Los proyectos serán categorizados según el grado de impacto que causen al ambiente, por la Dirección General de Evaluación de Impacto y Control Ambiental (DECA), a través de los equipos técnicos, utilizando los criterios establecidos en el Anexo a. ARTICULO 42. Las categorías de proyecto que utilizará la DECA serán: Categoría I Son aquellos proyectos que no requieren una EIA, pero sí de la aplicación del Formulario DECA 002, así como un Plan de Seguimiento y control del Proyecto. Categoría II Proyectos que sí requieren de una EIA. ARTICULO 43. Los Términos de Referencia serán elaborados por un equipo interdisciplinario de la DECA en coordinación con las UNAS de la oficina estatal correspondientes que a criterio de la DECA sea necesario consultar. Los Términos de Referencia tendrán que ser aprobados por el director de la DECA. ARTÍCULO 44. Los Términos de Referencia son específicos, teniendo que ser elaborados y aprobados para cada proyecto por la DECA. ARTICULO 45. El proponente podrá elaborar y proponer a la SEDA los términos de Referencia para la EIA de su proyecto, quedando a criterio de la DECA aceptarlos, modificarlos o rechazarlos. Asimismo, la DECA podrá pedir asesoramiento a otras instituciones en la redacción de Términos de Referencia.

Fuente: Elaboración Propia (2023)

Anexo 2 Número de empresas en la ciudad de La Ceiba

**DIEM-LC**
Departamento de Investigación y Estadística Municipal
MUNICIPALIDAD DE LA CEIBA
Correo: diemlaceiba@gmail.com


Municipalidad de La Ceiba
DIEM
Departamento de Investigación y Estadística Municipal

La Ceiba, Atlántida, 16 de agosto del 2023

Estimada Srta. Amy Doblado

A través de a presente reciba un atento y cordial saludo, deseándole éxitos en sus funciones diarias.

Por este medio le brindamos la información solicitada por su persona a nuestra dependencia.

1) ¿Cuántas empresas están en operación en la ciudad de la ceiba?
R/ En nuestra base de datos actualizada hasta el 2022 contamos con un total de empresas o negocios de **1544** en la ciudad de la ceiba.

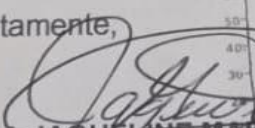
2) ¿De qué manera clasifican las empresas? Y cuantas hay según la clasificación
R/ las empresas se clasifican por rubro o labor social, hay alrededor 67 rubros.


3) Cuenta la ciudad de la ceiba con una empresa dedicada al rubro capacitación empresarial.
R/ La ceiba actualmente no cuenta con ninguna empresa dedicada a este rubro.

4) ¿En qué porcentaje se incrementan las nuevas empresas anualmente?
Hemos observado una disminución de un 15% de empresas en la ciudad de La Ceiba en los últimos 9 años por lo que no hemos tenido un incremento.

Sin Otro particular me suscribo.

Atentamente,


LICDA JAQUELINE MARIE FRAZER
Jefe del Departamento de Investigación y Estadística Municipal – DIEM-LC


MUNICIPALIDAD DE LA CEIBA
DIEM
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN Y ESTADÍSTICA MUNICIPAL
2022-2026

CC. ARCHIVO

Fuente: Departamento de investigación y estadística municipal (2023)

Anexo 3 Expertos y Resultados de Validación de Encuesta

Tabla 49 Expertos en la validación de encuesta

Nombre del Experto	Nivel Adámico	Teléfono
Martha Hernández	Maestría en Administración de Empresas	3392-0770
Jaime Javier Hernández Mejía	Doctor en Administración General	9957-0782
Esly Marisela Rodezno Brevé	Doctora en Administración General	9661-7286
Lenin Centeno	Mater en Marketing	9691-8473

Fuente: Elaboración Propia (2023)

Tabla 50 Resultados de Validación de Encuesta

Item	Expert 1	Expert 2	Expert 3	Expert 4	CVR	Expert Comments
Item 1	X	x	X	X	1.0	Entre la pregunta 3 y 4 debe haber un pregunta que cierre si responde que ya cuenta con un servicio
Item 2		x	X	X	0.5	Falta un cierre como: "Gracias por su apoyo en el llenado de esta encuesta"
Item 3	X	x	X	X	1.0	La encuesta está bien, sugiero agregar 2 preguntas y es posible agrupar por áreas la preguntas.
Item 4	X	x	X	X	1.0	
Item 5	X	x	X	X	1.0	
Item 6	X	x	X	X	1.0	
Item 7	X	x	X	X	1.0	
Item 8	X	x	X	X	1.0	
Item 9	X	x	X	X	1.0	
Item 10	X	x	X	X	1.0	

Fuente: Elaboración Propia (2023)

Anexo 4 Encuesta

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfjhUZ9BfZPWKadxsBUT49_SdIAkq7xm2ZL7AcpsCd3-gU80Q/viewform?usp=sf_link

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA INICIAR CON UNA EMPRESA DE
CAPACITACIONES EMPRESARIALES EN LA CIUDAD DE LA CEIBA**

Instrucciones: Lea detenidamente cada una de las preguntas y seleccione las alternativas que considere usted correctas.

1. ¿Qué cargo desempeña en la empresa?

- a) Propietario de la empresa b) Gerente General c) Encargado de tienda d) Otros _____

2. ¿Cuál es el giro productivo o comercial de la empresa que usted representa?

- a) Comercialización b) Sector de alimentos c) Sector de Manufactura d) Almacenes
e) Sector de Salud f) Sector Hotelero g) Instituciones financieras Otros _____

3. ¿Cómo se clasifica la empresa que usted representa?

- a) Pequeña Empresa (11-50) b) Mediana Empresa (51-150) c) Gran Empresa (151 o más)

4. ¿Cuenta su empresa con un proveedor de servicios de capacitación empresariales?

- a) Si, ¿Qué empresa? _____
b) No

5. ¿Estaría dispuesta la empresa que usted representa en contratar los servicios de capacitación?

Si su respuesta es negativa finaliza la encuesta.

- a) Si
b) No

6. ¿En qué área estaría dispuesta a recibir capacitación según el interés de la empresa que representa?

- a) Área de gestión del conocimiento y aprendizaje organizacional.
b) Área de desarrollo de habilidades ejecutivas c) Área de desarrollo de talento humano
d) Área de gestión de crédito y cobranza e) Área de gestión estratégica de atención al cliente
f) Área de inteligencia contable y financiera g) Otras _____

7. ¿Qué monto considera razonable para invertir en un servicio de por Cursos?

- a) L. 15,000.00 a L.30,000.00 b) L. 30,001.00 a L.45,000.00
c) L. 45,001.00 a L.60,000.00 d) L. 60,001.00 en adelante

8. ¿Cuál cree usted que serían los canales más eficaces para contactar a su empresa y ofrecerle el catálogo de servicio?

- a) Correo Electrónico b) Redes sociales c) Periódico
d) Televisión e) Valla publicitaria f) Visita de un representante de ventas

9. ¿Qué factores tomaría en cuenta para contratar los servicios de capacitaciones?

- a) Certificaciones Internacionales
- b) Experiencia en el área a capacitar
- c) Formación Académica
- d) Calidad de servicio
- f) Indistinto

10. ¿En qué lugar prefiere recibir el servicio de capacitación empresariales?

- a) Dentro de la empresa
- b) Fuera de la empresa
- c) Capacitación en línea
- d) Indistinto

¡Gracias por su apoyo en el llenado de la encuesta!

Anexo 5 Entrevistas a Expertos

Tabla 51 Entrevista 1 a un instructor de INFOP

PREGUNTAS	EXPERTO 1
1. Nombre y profesión	Samuel Cárcamo Instructor técnico en el área de construcciones metálicas del INFOP con una antigüedad laboral de 24 años
¿En qué áreas brindan capacitaciones INFOP?	“El INFOP atiende todo lo que son los tres sectores de la economía del país lo que es el sector industria el sector agropecuario y el sector turístico”.
¿Los Especialista en diferentes áreas son parte del INFOP o ustedes los contratan?	“Algunos son de INFOP tenemos un centro de formación de profesional especializada que está en la Paz se llama el SENFA que ahí donde hay instructores especialistas, pero a veces también cuando el informe no tiene alguien que está certificado en la técnica que se va a necesitar lo contratan ya sea internacional o sea nacional”.
¿Cuál es el rango del precio para que se le paga a esa persona?	“Depende la consultoría por ejemplo nosotros nos certificaron su servidor es un soldador que está calificado por la AWS que significa la Sociedad Americana de Soldadura (American Welding Society) que es una institución de certificación internacional de soldadores que tengo un nivel por decir así y la consultoría creo que tuvo un costo en dólares, pero no le podría decir porque eso es de acuerdo a la técnica que se esté certificando, solo sé que el costo fue de al rededor \$2000”.
¿Cuál es la duración de las capacitaciones en el INFOP?	“Los modos de formación de nosotros es por horas verdad nosotros trabajamos por horas hay capacitaciones que son certificadas a partir de las 15 horas y ahí estamos clasificados de acuerdo a la necesidad, Hay cursos que esos son cursos de 20 hasta 40 horas que estamos hablando de dos semanas hasta tres semanas los seminarios que sí duran una semana solo son 15 horas”.
¿Cuántas capacitaciones brinda el INFOP a diario?	“Aquí nosotros tenemos capacidad de tener en aprendizaje en centro en el área de Industria tenemos 250 jóvenes al día más 170 personas que estén en cursos así alternos o diversos que sean ya sean para abiertos es cuando es para el que quiere venir y hay cerrados que solo son específicamente para alguna empresa”.

Fuente: Elaboración Propia (2023)

Tabla 52 Entrevista Experto 2

PREGUNTAS	EXPERTO 2
Nombre y profesión	Jackie Gutiérrez. Master en administración de empresa, actualmente brinda capacitaciones a diferentes empresas fuera de la ciudad de La Ceiba.
¿Qué áreas tiene mayor demanda en capacitaciones?	“El campo de desarrollo empresarial y bien amplio porque todo va a depender de la necesidad que tiene la empresa y no se le puede dar la misma receta en capacitación porque no es la misma necesidad en las empresas hay empresas que identifican por sí misma por ejemplo en la escala administrativa la parte contable o si tienen problemas digamos con la entrada ellos ya salen y dicen es servicio al cliente mi problema”.
¿Conoce a otras personas o instituciones aparte de INFOP que brinde capacitaciones empresariales en La Ceiba?	“Las cámaras de comercio ellos están ofreciendo de manera directa a las empresas planes de capacitación a través de un convenio marco con fe de cámaras algunas de ellas las hacen gratis porque INFOP tiene ese convenio con ellos”.
¿Por qué cree usted que las empresas de La Ceiba no buscan invertir en capacitaciones?	“Porque la mayoría de las empresas lo ven como un gasto no como una inversión a largo plazo ni a mediano plazo y para las empresas pagar porque capaciten al personal algunos de ellos valoran el tema del factor tiempo o sea cuánto tiempo van a dejar de trabajar mi equipo o el colaborador laboral no lo quiero hacer fuera de su horario de trabajo”.
Usted como instructora ¿cuánto es el rango que cobra por capacitación?	“Fíjese que ahí es donde les digo va a depender porque se contemplan las horas de trabajo que lleva dependiendo el montar el curso para mí montarme un curso de 8 horas y si es taller práctico y llévame todos los días póngale que lúdica o una metodología que es aprendiendo haciendo y jugando donde se toman el material didáctico que eso le llamamos metodología meta-plan Se contabiliza el tiempo que a mí me lleva construirle el curso porque cada curso si usted miró lleva herramientas complementarias cuánto tiempo invierto yo y ese valor por hora se contabiliza antes y durante y si la empresa a mí me pide ya que yo voy a necesitar que me haga un plan de trabajo después para un seguimiento de las personas entonces este otro tiempo también se contabiliza y los rangos van de acuerdo al consultor Cuánto hace que su tiempo vale si usted me pregunta a mí vaya por ejemplo hay un curso que yo le di a una institución aquí local por hora y media cobre L. 5,000.00”.

¿Cuántas personas usted puede atender en un curso?	“Si es presencial no puede ser mayor a 30 porque son talleres lo que se hacen Al menos que la empresa diga no lo quiero lo quiero presencial pero no está taller es conferencia vaya por ejemplo en el ITLA si una conferencia presencial con 300 personas; entonces dependiendo a lo que busca la empresa”.
¿Cuántas capacitaciones brinda al mes?	“Depende la capacidad de la persona, depende la capacidad en mi caso vaya por ejemplo ahorita en el mes de agosto impartí vamos a ver eran seis con cámaras seis de ocho horas cada uno con las cámaras y fueron cuatro conferencias”.
¿Qué técnicas utiliza si la empresa quiere una capacitación, pero no sabe que es lo que realmente necesita?	“Se trabajan con herramientas dependiendo lo que ellos pidan yo sí tengo es de que siempre le pido a la organización cuál es la necesidad y que busca con el entrenamiento dependiendo de eso se le hace digamos una oferta una propuesta qué es lo que se le puede ofrecer algo que sí es válido, se aplica un diagnóstico de necesidades y dependiendo a quién en la empresa quiere capacitar y no es el mismo diagnóstico para el campo operativo como para mando intermedio”.

Fuente: Elaboración Propia (2023)

Tabla 53 Entrevista del experto 3

PREGUNTAS	EXPERTO 3
Nombre y profesión	César Joaquín Feréz, Conferencista con Maestría en dirección de recursos humanos.
¿Qué áreas tiene mayor demanda en capacitaciones?	“Brindo capacitaciones a nivel nacional e internacional, llevo 15 años brindando este servicio las áreas con mayor demanda son: Atención y servicio al cliente, trabajo en equipo, Administración, ética profesional y relaciones humanas”.
¿Cuánto es el rango que cobra por capacitación?	“Cobro 5,000 por hora según el país”.
¿Cuántas personas usted puede atender	“El máximo de personas a atender son 30 personas por la parte

en un curso?	pedagógica “.
¿Conoce a otras personas o instituciones aparte de INFOP que brinde capacitaciones empresariales en La Ceiba?	“Aparte de INFOP no tengo conocimiento de otras personas que brinden este servicio “.
¿Cuántas capacitaciones brinda al día o al mes?	“Las capacitaciones que brindo al día dependen las horas por lo general brindo 3 al día”.
Aspectos que toman en cuenta las empresas para contratar sus servicios de capacitaciones	“Preparación y experiencia”.
¿Qué técnicas utiliza si la empresa quiere una capacitación, pero no sabe que es lo que realmente necesita?	“Por lo general lo hago a través de sondeos y entrevistas “.
¿Brinda algún certificado o diploma al terminar con las capacitaciones?	“Al finalizar las capacitaciones se emiten los diplomas con el logo personal de mi empresa y el de la empresa contratista. Y también cuento con mis aliados estratégicos al momento en que tal vez no pueda brindar una capacitación, tal vez por la temática que la empresa adquiere”.

Fuente: Elaboración Propia (2023)

Anexo 6 Descripción de permisos y Licencias

Licencias y permisos	Descripción	Tiempo
<p>Permiso de operación</p>	<p>Documento que extiende la alcaldía municipal, para garantizar que la empresa opera conforme a las leyes municipales. Para que un negocio o establecimiento comercial o institución con fines de lucro, pueda funcionar en el término Municipal, es obligatorio que los propietarios o sus representantes legales obtengan previamente el permiso de operación de negocios y renovarlo en el mes de enero de cada año (<i>Emprende Guía</i>, 2023).</p> <p>Con los parámetros siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Llenar formulario de solicitud de permiso de operación. ▪ Croquis de la ubicación del negocio. ▪ Fotocopia de la tarjeta de identidad de la representante legal ▪ Solvencia municipal de los socios de la empresa. ▪ Copia de la escritura de constitución de la empresa. ▪ Copia del RTN de la empresa ▪ Declaración jurada de las ventas que espera realizar en el año. ▪ Copia de la licencia sanitaria (si aplica). ▪ Licencia ambiental (si aplica). 	<p>1 día (renovación 2 meses)</p>
<p>Autorización de libros</p>	<p>De acuerdo con el (Codigo de Comercio de Honduras) la empresa estará obligada a llevar cuenta y razón de todas sus operaciones y deberá llevar una contabilidad mercantil debidamente organizada, en base al sistema de partida doble. Por lo que deberá llevar, al efecto, un Libro de Inventarios y Balances, un Libro Diario y un Libro Mayor y los demás que sean necesarios para exigencias objetivas o de leyes especiales. Los libros obligatorios deberán estar empastados y foliados y serán autorizados por el</p>	<p>De 2 a 7 días</p>

	<p>alcalde Municipal del lugar en donde estuviere situada la empresa. Se hará constar el número de folios que tuviere el libro y en cada uno de ellos se estampará el sello del organismo correspondiente.</p>	
<p>Inscripción en el IHSS</p>	<p>Deben inscribirse en el IHSS, todas las personas o empresas jurídicas legalmente constituidas, quienes cuenten con su permiso de operación.</p> <p>Los requisitos para inscribir una empresa (patrono) en el IHSS son los siguientes (<i>IHSS – Instituto Hondureño de Seguridad Social, 2023</i>):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Documento que acredite el nombre del patrono (escritura de comerciante individual o sociedad) ▪ documento que acredite al representante legal del patrono. (copia de identidad y R.T.N) ▪ T. N. Del comerciante individual o de la sociedad ▪ Dirección exacta del patrono (croquis en hoja aparte de la ubicación del negocio) ▪ Tarjeta de identidad de cada uno de los socios o pasaporte o carnet de residencia en el caso que sean extranjeros ▪ Copia recibo de teléfono de las oficinas de la empresa de Hondutel, Tigo o claro. ▪ Fotografías de la fachada en donde está ubicado el negocio u oficina a una distancia adecuada. ▪ Copia de permiso de operación de la alcaldía municipal vigente. ▪ Llenar solicitud para la creación de la aplicación ATEMED (sistema de consultas en línea) y actualización datos para envío de planilla electrónica. ▪ Listado en Excel de los trabajadores indicando ▪ Descargar y llenar el siguiente formulario 	<p>De 15 a 20 días</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Enviar el formulario al correo electrónico. 	
<p>Solicitud de licencia ambiental</p>	<p>Para realizar el trámite de solicitud de licencia ambiental se deben cumplir los siguientes requisitos(<i>Emprende Guía</i>, 2023):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Solicitud de Licencia Ambiental acompañada del Formulario SINEIA F-01. ▪ Resumen del proyecto (de 2 a 5 páginas) • Plano de ubicación (zonas urbanas) • Mapa 1:50000 (zonas rurales) • Cualquier otro medio gráfico que muestre las características del entorno (imágenes, ejemplo Google earth). ▪ Certificación de pago de la tarifa por servicio de evaluación ambiental de acuerdo con el monto del proyecto, obra o actividad a realizar. ▪ Publicación (en un periódico de mayor circulación) de aviso de ingreso ante esta Secretaría, cinco días previos a la presentación de este formulario y demás requisitos. ▪ Constancia extendida por la Unidad Ambiental Municipal (UMA) en la que se haga constar el estado del proyecto (si ha iniciado operaciones y si se encuentra en un área ambientalmente frágil; solo para trámites en la SERNA). ▪ Título de Propiedad o arrendamiento del lugar donde se va a desarrollar el proyecto, debidamente timbrado y registrado. ▪ Copia para confrontar con su original o bien certificada del plano catastro (tamaño carta, si es posible). ▪ Diseño de sitio (sólo aplica para proyectos de construcción). ▪ Desglose del monto de inversión global de la actividad, obra o proyecto que incluya (en caso de que aplique) el monto de las erogaciones por compra o alquiler de terrenos, construcción de instalaciones, obras de electrificación, y agua potable e industrial, compra de maquinaria y . ▪ Cuando el desarrollador sea una empresa: • Copia autenticada por notario de la personalidad jurídica o constitución de 	<p>2 días</p>

	<p>sociedad, RTN y Tarjeta de identidad del Representante Legal de la empresa. Cuando el desarrollador sea una persona natural: • Copia autenticada por notario de la constitución de comerciante individual, RTN y Tarjeta de identidad.</p>	
<p>Solicitud de aprobación de reglamento interno de trabajo</p>	<p>Para realizar el trámite de solicitud de Solicitud de aprobación de reglamento interno de trabajo se deben cumplir los siguientes requisitos(Secretaria de Trabajo y Seguridad Social, 2023):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Solicitud dirigida al secretario de Estado en los Despachos de Trabajo y Seguridad Social. ▪ Carta poder debidamente autenticada; ▪ Acta debidamente autenticada de la Asamblea General de Trabajadores en donde conste la elección de los representantes de los trabajadores para la negociación y discusión del Proyecto de Reglamento Interno de Trabajo, la cual deberá estar firmada por todos los trabajadores del centro de trabajo; ▪ Acreditación por escrito de los representantes del empleador, para la negociación y discusión del Proyecto de Reglamento Interno de Trabajo; Organización ▪ Acta de Negociación y Aprobación del Proyecto de Reglamento Interno de Trabajo, firmada por los representantes de los Trabajadores y del empleador o patrono; y, ▪ Fotocopia autenticada de Escritura de Constitución de la Sociedad Mercantil o de Comerciante Individual, según sea el caso; si se trata de una no Gubernamental (ONG), deberá acreditar la Personalidad Jurídica. 	<p>30 días hábiles</p>

Fuente Elaboración propia (2023)

Anexo 7 Carta de compromiso para asesoría temática



Carta de compromiso para asesoría temática

Señores Facultad de Postgrado UNITEC.

Por este medio yo MAURICIO JAVIER MELGAR

Identidad No. 0501196002420, Licenciado en Agronomía Con Maestría en Administración de Empresas.

Con Doctorado en Administración.

Hago constar que asumo la responsabilidad de asesorar el trabajo de Tesis de Maestría denominado Viabilidad de un Plan de Negocio: Implementación de una empresa de Capacitaciones en la Ciudad de La Ceiba.

A ser desarrollado por el (los) estudiante(s):

Amy Nicolle Cruz Doblado

Rosa Dariela Hidalgo Erazo

Para lo cual me comprometo a realizar de manera oportuna las revisiones y facilitar las observaciones que considere pertinentes a fin de que se logre finalizar el trabajo de tesis en el plazo establecido por la Facultad de Postgrado.

Nombre MAURICIO MELGAR

Número de teléfono/correo electrónico: mauricio.melgar@unitec.edu

Firma: 