

UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES

UCC-CAMPUS LEÓN



COORDINACIÓN DE CIENCIAS ECONÓMICAS EMPRESARIALES

Curso de Culminación en Proyecto de Investigación para optar al título de grado en Administración de empresas y Marketing y Publicidad

DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL Y PUBLICITARIO DE EMPRENDIMIENTOS REALIZADOS POR ESTUDIANTES DE LA MODALIDAD SEMIPRESENCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES (UCC) CAMPUS LEÓN, EN EL PERÍODO DE JULIO A DICIEMBRE 2022.

Elaborado por:

Carrera

- | | | |
|----|----------------------------------|----------------------------|
| 1. | Br. Cruz Pichardo Christopher A. | Administración de Empresas |
| 2. | Br. Picado Pérez Brayan A. | Administración de Empresas |
| 3. | Br. Ramírez Castillo Allison K. | Marketing y Publicidad |

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Armando Hernández', is positioned below the list of authors.

Tutor técnico y metodológico: MSc. Armando Hernández

León, 18 de diciembre 2022

UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES

UCC – CAMPUS LEÓN



COORDINACIÓN DE CIENCIAS ECONOMICAS EMPRESARIALES

Curso de Culminación en Proyecto de Investigación para optar al título de grado en Licenciado Administración de Empresas y Marketing y Publicidad

AVAL DEL TUTOR: MSc. Armando Hernández, tiene a bien:

CERTIFICAR

Que: El Proyecto de Investigación con el título: DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL Y PUBLICITARIO DE EMPRENDIMIENTOS REALIZADOS POR ESTUDIANTES DE LA MODALIDAD SEMIPRESENCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES (UCC) CAMPUS LEÓN, EN EL PERÍODO DE JULIO A DICIEMBRE 2022, elaborado por la estudiante **Christopher Ariel Cruz Pichardo, Brayán Alfonso Picado Pérez y Allison Karina Ramírez Castillo** han sido dirigida por la suscrita.

Al haber cumplido con los requisitos académicos y metodológicos del trabajo monográfico, damos de conformidad a la presentación de dicho trabajo de culminación de estudios para proceder a su lectura y defensa, de acuerdo con la normativa vigente del Reglamento de Régimen Académico Estudiantil y Reglamento de Investigación, Innovación y Transferencia.

Para que conste donde proceda, se firma la presente en UCC Campus León, a 18 días del mes de **diciembre** del **2022**.

MSc Armando Hernández
Tutor Técnico – Metodológico

Dedicatoria

Quiero dedicar mi proyecto de cierre y culminación de carrera en primer lugar a **Dios Jehová** por su amor y bendiciones infinitas, a mi **padre Salomón Cruz Q.E.P.D.** a mi madre **Francisca Pichardo**, por regalarme la vida, darme amor, cariño, familia y un hogar lleno de alegría, valores, principios morales y éticos que me han hecho ser el hombre que soy.

A mis hermanos y sobrinos por motivarme a salir adelante en la vida y ser el motor de vida, en especial a mi hermano Henry Santiago Q.E.P.D que cuida desde el cielo.

A todos los docentes y profesionales de la universidad que brindaron sus conocimientos y compartieron sus saberes dedicando su vida a formar profesionales competitivos y productivos que ponen en alto el nombre de la universidad como al bello país que me vio nacer como lo es Nicaragua.

Christopher Pichardo

Dedicatoria

Quiero dedicar mi proyecto de cierre y culminación de estudios primeramente a Dios por las bendiciones en mi vida, a mi **hermana Zorayda Castillo Pérez Q.E.P.D a mi amigo Abimael Hernández** que fue una persona determinante en lo que es mi vida hoy día, **Q.E.P.D a mis padres Santos Alfonso Picado Carvajal y mi madre Rosa Olivia Pérez** que han estado conmigo en todo este camino que está por concluir.

De igual manera a mis demás hermanos, sobrinos y amigos, que forman parte de manera especial en mi vida.

Brayan Alfonso Picado

Dedicatoria

Le dedico el resultado de este trabajo a toda mi Familia, a mi Virgencita de Merced y a Dios, que gracias a su apoyo pude concluir mi carrera de Marketing y Publicidad, carrera por la cual desde niña siempre quise estudiar y hoy en día me pongo frente al espejo y no puedo creer que ya estoy por culminarla y ser Licenciada como siempre lo soñé.

A mi madre por su apoyo y confianza. Gracias por ayudarme a cumplir mis objetivos como persona y estudiante. Gracias por brindarme los recursos necesarios y estar a mi lado apoyándome y aconsejándome siempre. Gracias por ser el motor principal de mis sueños, por confiar en mí, creer en mí y en mis expectativas, por siempre desear lo mejor para mí y luchar para que lo tuviera. Por siempre sacar una sonrisa en los momentos más difíciles de la vida, por enseñarme a poner color a los días grises. Eres la persona más fuerte que he conocido en mi vida.

A mi hermanito Dylan por ser la fuerza principal para seguir adelante, por ser la luz de mis ojos, mi felicidad siempre estará vinculada a la tuya. La vida me dio el privilegio de ser la primera persona en cargarte en brazos y desde ese momento te prometí que siempre te cuidaré y protegeré, ante todo. En estos 4 años me has enseñado muchas cosas, sobre todo el saber compartir y el amor de hermanos, que pensé que me iba a quedar siendo hija única. Quiero ser una de las personas a quien mires como ejemplo, aunque sea perfectamente imperfecta. Siempre te escucharé, aconsejaré y te enseñaré a manejar los caminos de la vida, así, como te enseñé a jugar Mario Kart y demás juegos, a ser fuerte ante cualquier obstáculo de la vida y nunca rendirte ante tus sueños, metas y sobre todo que nada ni nadie te quite tu felicidad.

A mis madrinas por estar siempre presente en mi desarrollo y crecimiento personal y educativo.

Allison Karina Ramírez

Agradecimientos

De manera general, queremos agradecer primeramente a Dios por las bendiciones, sabiduría y fortalezas para seguir a pesar de las dificultades que se nos han presentado en el camino y poder llegar hasta acá a nuestro proyecto de cierre y culminación de carrera.

A nuestras familias por el apoyo brindado tanto motivacional como en otros aspectos que nos permitieron seguir adelante.

Y finalmente, a los docentes que nos formaron en este caminar, por compartir sus conocimientos con nosotros, por su esfuerzo pedagógico y didáctico con la mayor intención de facilitarnos la comprensión del conocimiento y sobre todo su dedicación por el paso de nosotros en la Universidad.

Allison, Brayan y Christopher

UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES	1
Índice de tablas	9
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.1 Antecedentes	3
1.1.1 A nivel internacional:.....	3
1.1.2 A nivel nacional:.....	4
1.1.3 A nivel local:	5
1.2 Objetivos.....	6
1.2.1 Objetivo general:.....	6
1.2.2 Objetivo específico:	6
1.3 Descripción del problema	7
1.3.1 Preguntas de investigación	8
1.4 Justificación	9
1.5 Limitaciones.....	10
1.6 Hipótesis.....	11
1.7 Variables	12
1.7.1 Dependiente	12
1.7.2 Independiente	12
CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL	13
2.1 Estado del arte	13
2.2 Perspectiva Teórica asumida.....	17
2.2.1 Emprender	17
2.2.2 Emprendedor	17
2.2.2.1 Características de un emprendedor.	18
2.2.2.2 Tipos de emprendedores.	20
2.2.3 Actividad emprendedora.	20
2.2.4. Proceso de formación de emprendimiento.....	21
2.2.5 Giro del Negocio	22
2.2.6 Organización empresarial	23
2.2.7 Comportamiento de los sectores en Nicaragua en la actualidad.....	24
2.2.8. Formalización de negocio o empresa	28

2.2.9 Pasos para Crear una Empresa.....	28
2.2.10 Definición y clasificación de las MIPYMES	30
2.2.11 Políticas de género	31
2.2.12 Promoción y Publicidad	32
2.3 Marco contextual, institucional	33
CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLÓGICO	35
3.1 Tipo de Investigación	35
3.2 Área de estudio.....	35
3.3 Unidad de análisis; población y muestra.....	36
3.4 Técnica e instrumento de recolección de datos	36
3.5 Confiabilidad y validez de los instrumentos	39
3.6 Procesamiento de datos y análisis de la información.....	40
3.7 Operacionalización de variables	41
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	45
4.1. Resultados de la entrevista.....	45
4.2 Resultados de la encuesta aplicada	54
4.3 Estrategias propuestas	68
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	70
5.1 Futuras líneas de investigación.....	71
CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES	72
6.1 Dirigidas a la Universidad	72
6.2 Dirigidas a los estudiantes	72
6.3 Dirigidas a futuras líneas de investigación	73
Referencias bibliográficas	74
Bibliografía.....	74
Anexos.....	76

Índice de tablas

Tabla 1. Publicación sobre "emprendimiento en base de datos científicas	10
Tabla 2. Principales teorías, aportes y contribuyentes a la línea o tema de investigación seleccionada.....	12
Tabla 3. Clasificación de las MIPYMES en Nicaragua	27
Tabla 4. Operacionalización de variables	36
Tabla 5. Personal administrativo y docente UCC entrevistados por medio de entrevistas individuales	40
Tabla 6. Enlaces de Entrevistas realizadas a docentes y personal administrativo UCC	41
Tabla 7. Preguntas realizadas y respuestas obtenidas	42
Tabla 8. Características de estudiantes UCC	49
Tabla 9. Herramientas contables utilizadas	57
Tabla 10. Datos del entrevistado	68

Índice de figuras

Figura 1. Ubicación de Universidad de Ciencias Comerciales campus León	31
Figura 2. Representación de número de alumnos UCC vs alumnos con emprendimientos	48
Figura 3. Emprendimientos según registro jurídico	51
Figura 4. Distribución de negocios según giro comercial	52
Figura 5. Tiempo de operación	53
Figura 6. Fuente financiamiento emprendimientos	54
Figura 7. Clasificación de emprendimientos	55
Figura 8. Emprendimientos con registros	56
Figura 9. Emprendimientos sin registros	56
Figura 10. Emprendimientos con los distintos registros	56
Figura 11. Emprendimientos con herramientas administrativas.	58
Figura 12. Aplicando encuestas a estudiantes UCC.....	77
Figura 13. Código QR de encuestas a estudiantes.	77

Resumen

En los últimos años el emprendimiento en Nicaragua está en auge. En promedio hay cerca de 40 mil jóvenes que se han capacitado con diferentes programas que les permitan innovar sus pequeñas empresas.

En la presente investigación se realizó un diagnóstico organizacional y publicitario de emprendimientos, realizados por estudiantes de la modalidad semipresencial en la Universidad de Ciencias Comerciales, campus León.

Respecto a la metodología, la investigación es de carácter descriptivo, cuantitativo y de corte transversal, nuestra área de estudio fueron los estudiantes de UCC de la modalidad semipresencial que cumplían con nuestros criterios de selección. La información fue recolectada a través de una encuesta. Asimismo, se realizaron entrevistas a personal de UCC para recolectar información respecto a los emprendimientos de los alumnos y otros aspectos. El procesamiento de datos se realizó a partir de la base de datos en Excel generada por las encuestas a través del formulario de Google.

Los objetivos de investigación fueron alcanzados. En este caso, se identificaron los emprendimientos, siendo estos 23 equivalente al 9.58% del total del universo. Asimismo, sus giros de negocios. Además de lograr analizar la situación legal-administrativa de los mismos donde más del 40% de los emprendimientos cuenta con un permiso o registro. Por otro lado, la mayoría de los emprendimientos realizan publicidad a través de distintos medios, siendo las redes sociales como mayor estrategia publicitaria en un 70% por parte de los emprendedores. Los resultados planteados anteriormente dejan en evidencia el cumplimiento de nuestra hipótesis.

Palabras claves: Diagnóstico organizacional, diagnóstico publicitario, emprendimientos, emprendedores, Universidad de Ciencias Comerciales, modalidad semipresencial.

Abstract

In recent years, entrepreneurship in Nicaragua has been booming. On average there are about 40,000 young people who have been trained with different programs that allow them to innovate their small businesses.

In the present investigation, an organizational and advertising diagnosis of enterprises was carried out, carried out by students of the blended modality at the University of Commercial Sciences, León campus.

Regarding the methodology, the research is descriptive, quantitative and cross-sectional, our area of study was the UCC students of the blended modality who met our selection criteria. The information was collected through a survey. Likewise, interviews were conducted with UCC personnel to collect information regarding the students' undertakings and other aspects. The data processing was carried out from the Excel database generated by the surveys through the Google form.

The research objectives were achieved. In this case, the enterprises were identified, these 23 being equivalent to 9.58% of the total universe. Also, their lines of business. In addition to being able to analyze the legal-administrative situation of the same where more than 40% of the enterprises have a permit or registration. On the other hand, most of the ventures advertise through different media, with social networks being the largest advertising strategy in 70% of the entrepreneurs. The results presented above show the fulfillment of our hypothesis.

Keywords: Organizational diagnosis, advertising diagnosis, ventures, entrepreneurs, University of Commercial Sciences, blended modality.



INTRODUCCIÓN

En Nicaragua el emprendimiento cuenta con un gran apoyo por parte del gobierno central que desarrolla de distintas maneras el emprendimiento o como se le conoce también como economía creativa. Asimismo, cuenta con distintas organizaciones privadas que permiten el desarrollo del tema de emprendimientos en el país.

Entre el 2007 y 2020 se realizaron distintas actividades de las cuales se realizaron en estos años 32,552 ferias, se promovieron las Mi Pymes con capacitaciones a más de 70,000 mil personas en distintos temas de gestión empresarial, imagen de negocios, entre otros. (Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional, 2022)

La presente investigación desarrollada se refiere al tema de emprendimiento en la Universidad de Ciencias Comerciales (UCC) sede León. El emprendimiento en esta alma mater es un objetivo transversal, por lo cual nuestro enfoque se basó en un diagnóstico organizacional y publicitario de los emprendimientos de los alumnos de UCC del turno semi presencial.

Los objetivos se basan en identificar el número de emprendedores del turno semi presencial de UCC y sus giros de negocios. Además, analizar las condiciones legales y administrativas de los emprendimientos. Asimismo, conocer las estrategias publicitarias que utilizar los emprendedores.

En pro del desarrollo de una futura base de datos de emprendimientos de los alumnos, se aventuró en el proceso de la presente investigación, la cual será de mucha importancia para la universidad, emprendedores y organizaciones interesadas en temas de emprendedurismo.

Ser pioneros en este tema de investigación nace a partir de un interés de saber la cantidad de emprendedores que posee la Universidad de Ciencias Comerciales para aportar un banco de datos que permita traer frutos en los próximos años, además de



un interés académico. Asimismo, nos interesamos por aportar estadísticas recientes sobre los emprendedores de la modalidad semi presencial.

En el marco metodológico, el trabajo es de carácter cuantitativo, de tipo descriptivo y de corte transversal. La información fue obtenida a través de encuestas a los estudiantes que contaban como emprendimientos del turno semi presencial y entrevistas al personal académico y dirigentes de UCC. En la conversación con los dirigentes se pudo apreciar la importancia que tiene el trabajo tanto para universidad como para los estudiantes y las alianzas estratégicas con entidades gubernamentales y privadas.

Durante la investigación se encontraron ciertos obstáculos para completar con las entrevistas proyectadas, de las cuales al final quedaron excluidas debido a nuestros criterios de inclusión y exclusión. Además, contamos con ciertas limitantes en cuanto a la convocatoria con los estudiantes en estudio.

En cuanto a los resultados obtenidos, de 240 alumnos que entraron en nuestro universo de estudio, se pudo alcanzar a 23 estudiantes con emprendimientos activos que fueron el insumo para el desarrollo de la presente investigación en todos los aspectos de estudio.

De manera general, la investigación se constituye de 6 capítulos que permitieron llegar al final de los objetivos. Donde el primer capítulo consta de los objetivos, planteamiento del problema, justificación, hipótesis, variables. Seguidamente de toda la estructura teórica. El tercer capítulo de la metodología de la investigación, en el cuarto el análisis y presentación de los resultados obtenidos, nuestras recomendaciones y conclusiones forman parte del capítulo quinto y sexto, respectivamente.



CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Antecedentes

Los emprendimientos son una abundante fuente de empleos y producción para el país. Por lo tanto, ha tomado mucho auge en el desarrollo de investigaciones con temas relacionados al emprendimiento desde distintos ámbitos.

1.1.1 A nivel internacional:

A nivel internacional un estudio realizado en la provincia de Tundama, Colombia, por las estudiantes Sonia Forero Roper y Martha Castillo Monrroy de la Universidad de Carabobo de Venezuela en el 2016 (Forero & Castillo, 2016), cuyo tema de estudio llevaba por nombre: Diagnóstico de emprendimiento en el fortalecimiento empresarial en la provincia del Tundama, Colombia. En dicho estudio se estableció que la problemática radica “en que las empresas de fortalecimiento empresarial carecían de herramientas y mecanismos que permitieran hacer un seguimiento sobre la adecuada gestión e inversión que los emprendedores han hecho de sus recursos”. Como parte de los objetivos se plantearon la identificación de los proyectos emprendedores que fueron beneficiados con algún apoyo de las entidades empresariales en los últimos 3 años y diagnosticar el estado actual de cada una de ellas. El tipo de investigación del proyecto se basó en tipo exploratorio y descriptivo, debido a que indaga a la población objeto de estudio y a la vez describe las características relevantes a ser estudiadas. Recolectaron información de 107 emprendedores y realizaron análisis estratégico, organizativo y financiero a través de la metodología BUNT. Su método de recolección de información fue a través de encuestas.

En el mismo ámbito internacional, el estudio realizado por los estudiantes Mario Padilla, Ana Quispe, Dianelys Nogueira y Arialys Hernández (2016), cuyo tema de investigación se basaba en diagnóstico y perspectivas de fomento del emprendimiento como instrumento de desarrollo en la provincia de Pastaza del Ecuador. El objetivo del trabajo se centró en evaluar la situación actual del emprendimiento, como un



diagnóstico y perspectiva de fomento del emprendimiento, y como instrumento de desarrollo en la provincia de Pastaza del Ecuador. La técnica para la recolección de datos fue a través de la encuesta, la cual fueron aplicadas a 194 emprendimientos y el trabajo se dividió en 4 partes, las cuales fueron: conocimiento del emprendedor, referentes a las variables importantes del emprendedor y del emprendimiento (sexo, edad, aspectos socioeconómicos), factores relevantes del emprendimiento (variables financieras, laborales, éxitos y errores) aporte socioeconómico del emprendimiento y por último el incentivo proporcionado al emprendimiento. (Padilla et al, 2016)

Un tercer estudio internacional que trata sobre un diagnóstico de los emprendimientos artesanales y su impacto en el desarrollo socioeconómico de la comuna montañita, desarrollado en el año 2018, planteando en sus objetivos específicos la identificación, la caracterización e impacto de los emprendimientos en la comuna. Además de proponer una guía de control, seguimiento y monitoreo de estos. El tipo de investigación se delimita a descriptiva con un método cualitativo. La recolección de datos se realizó a través de entrevista a personas calificadas que poseen conocimientos sobre el tema y encuestas a la población que integra la asociación de artesanos, cuyo total fue de 85 personas. (Rodríguez, 2019)

1.1.2 A nivel nacional:

A nivel nacional, un ensayo realizado por Arlen Picado Juárez en el 2021 de la Universidad UNAN-MANAGUA sede Estelí la cual centró su investigación en el emprendimiento e innovación como una oportunidad hacia la competitividad de las Mi Pymes. El ensayo se basaba en realizar un diagnóstico de los emprendimientos en Nicaragua que permitiera conocer las debilidades y fortalezas para identificar necesidades y demandas, así como la asociación con otros emprendedores o instituciones para recibir el apoyo que brindan hacia este rubro. Además, de dar a conocer todos aquellos emprendimientos que han logrado un establecimiento en el mercado nacional. El ensayo concluyó que el emprendimiento y la innovación están estrechamente ligadas y que ambas son agentes de cambios. (Picado, 2021)

4

Prestigio, Trayectoria y Calidad ¡Para

la Gente que Triunfa!



Asimismo, un estudio realizado por la organización internacional del trabajo (OIT) que llevaba por nombre diagnóstico del entorno de negocios de Nicaragua el cual nos dejaba entrever una evaluación general de los emprendimientos en el país donde se menciona que existen pocos estudios que analicen la situación del emprendimiento a pesar de la voluntad de los programas públicos para mejorar la dimensión de los datos lo cual limita la capacidad de análisis (Organización Internacional del trabajo, 2015)

A nivel nacional, principalmente las universidades desarrollan programas de emprendedurismo entre sus estudiantes entre ellas; la Universidad de Ciencias Comerciales (UCC), con El Programa de emprendimiento empresarial PEE-UCC, la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua- León (UNAN-León), con su programa UNAN-León Emprende, la Universidad de Ingeniería (UNI) a través del Programa de Atención Empresarial, la UNI-PAE, la Universidad Americana (UAM) y el programa de desarrollo de filosofía emprendedora, la Universidad Centroamericana (UCA), con su programa institucional, vinculado al programa Cátedra Banca Jóvenes Emprendedores (BANCAJA).

1.1.3 A nivel local:

A nivel local, la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y Otras entidades como: Proyecto Local, Fundación León 2000, Mesa Local de Empleo, en el año 2009-2011 iniciaron la primera fase del proyecto “Emprender en León. Nuevas iniciativas empresariales generadoras de empleo e ingresos para mujeres emprendedoras del Departamento de León”.



1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general:

Evaluar los aspectos organizacionales y publicitarios de los emprendimientos realizados por estudiantes de la modalidad semipresencial, de la Universidad de Ciencias Comerciales Campus León, en el período de julio a diciembre del 2022.

1.2.2 Objetivo específico:

1. Identificar el número de emprendimientos y giros de negocios de los estudiantes UCC bajo la modalidad semipresencial sede León en el periodo de julio a noviembre del año 2022.
2. Analizar las condiciones legales y administrativas de los emprendimientos de estudiantes bajo la modalidad semipresencial de UCC Sede León en el periodo de julio a noviembre del año 2022.
3. Conocer las estrategias publicitarias aplicadas por los emprendimientos identificados de los estudiantes de UCC campus León en el periodo de julio a noviembre del año 2022.



1.3 Descripción del problema

Los emprendimientos en Nicaragua han tenido un auge significativo en los últimos años. Un estudio del Banco Central de Nicaragua (2021), reflejado en un periódico internacional, nos detalla que el COVID-19 fue en parte una de las principales causas del desempleo, que al segundo trimestre del 2021 se ubicó en un 5.1 por ciento. Asimismo, fue una de las principales causas para que los emprendimientos aumentaran, por lo cual de enero a Julio del 2021 se establecieron 7,600 nuevos negocios o emprendimientos en Nicaragua.

Según el informe presentado sobre el Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza (2022), al año 2020 se implementaron distintas estrategias en pro del desarrollo de las MIPYMES o emprendimientos. Dentro de las cuales se encontraban capacitaciones, asesoría, ferias de emprendimientos, proyectos, entre otras, que permitieron el desarrollo de estos donde pudieron verse involucrados los datos anteriormente mencionados.

En el país existen muchas instituciones que apoyan en temas de emprendimientos, tales como; Cámara de Comercio y Servicio de Nicaragua, Instituto Nacional de Desarrollo (INDE), Ministerio de Economía Familiar Comunitaria Cooperativa y Asociativa (MEFCCA), entre otras, las cuales su ayuda dirigida a emprendedores sería de mayor alcance a nivel nacional si se contaran con una base de datos de todos aquellos negocios en el país y de esta manera en pro del desarrollo poder fomentar con mayor efectividad todas las capacitaciones o talleres que se puedan brindar.

En un estudio realizado por el Banco Central de Nicaragua (Vanegas & Dávila, 2020), se encuentran una lista de organizaciones que conforman una red de emprendedores en el país, dentro de las cuales se encuentran una red por parte de universidades tales como; NITLAPAN-UCA con un número de emprendedores de 1000, Red Emprende UNI con 5 miembros y Universidad Nacional Agraria con 25 personas, entre otras.



A pesar de que Universidad Ciencias Comerciales plantea como uno de sus objetivos transversales el tema de emprendimiento en distintas asignaturas del pensum académico y fomentan el desarrollo de emprendimientos en los alumnos, aún no cuenta con una base de datos de todos los estudiantes - emprendimiento, que permita llevar un detalle de los giros de negocio y otros aspectos organizacionales, contables y publicitarios.

Por lo cual, la presente investigación como pionera en el diagnóstico de los emprendimientos de esta universidad, pretende poder generar la base de datos que sería de gran ayuda para poder acceder a través de la universidad a programas de apoyo para sus negocios, en los aspectos antes mencionados y así poder formar parte de la gran red de emprendedores del país.

1.3.1 Preguntas de investigación

- ¿Determinar la cantidad de emprendimientos que existen en el turno semipresencial en UCC campus León?
- ¿Cuál es la condición legal-administrativa de los emprendimientos identificados?
- ¿Cuáles son las estrategias publicitarias que más se destacan y son utilizadas por los estudiantes UCC que cuentan con emprendimiento activo?

3.2 Formulación del problema

¿Cuántos emprendimientos propios y activos hay en UCC campus León bajo la modalidad semipresencial?



1.4 Justificación

La presente investigación se desarrolla con el fin de obtener información acerca de los emprendimientos que poseen los alumnos del turno semi presencial de la Universidad de Ciencias Comerciales, campus León.

De igual manera, se dará a conocer los aspectos organizacionales y publicitarios de aquellos negocios que han sido emprendidos por los alumnos. Por lo cual, el estudio tendrá una relevancia para los grupos de interés quienes en este caso se encierran a las personas emprendedoras, entidades que por su giro de razón social apoyan a emprendedores, a Universidad de Ciencias Comerciales por las alianzas con organizaciones que apoyan a los emprendedores, y a nosotros como estudiantes para aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera, permitiendo dar a conocer la situación de estos emprendimientos en los aspectos en estudio.

El impacto que tendrá la investigación contribuirá a llenar el vacío de información acerca de los emprendimientos de los estudiantes de modalidad semi presencial. Asimismo, la investigación podrá darles herramientas a las autoridades de UCC para poder implementar distintas estrategias, cursos, o talleres que refuercen las áreas más débiles de los actuales y futuros emprendedores.

En el mismo sentido del impacto, la investigación será la base para futuras investigaciones sobre emprendimientos en la Universidad de Ciencias Comerciales en los distintos campus de esta alma mater que permitirá obtener una base de datos más completa en el transcurso de los años.



1.5 Limitaciones

- El nivel de convocatoria de todos los estudiantes – emprendedores al momento del levantamiento de información.
- Convocatoria a actores claves para la recolección de información
- Tiempo de investigación



1.6 Hipótesis

Los Alumnos de esta institución bajo la modalidad semipresencial solo el 1.5% de ellos cuentan con algún emprendimiento activo, el 40% de los emprendimientos están registrados y más del 50% de los emprendimientos utilizan algún tipo de estrategias de marketing para la promoción de su producto/servicio.



1.7 Variables

1.7.1 Dependiente

- Número de emprendimientos funcionando

1.7.2 Independiente

- Giros de negocios
- Número de estudiantes
- Desempleo
- Modalidad de estudio
- Carrera que cursan los estudiantes



CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL

2.1 Estado del arte

La creatividad y la invención hacen parte de los bastiones del emprendimiento, escenario que implica revisar la materialización de este en cuanto a la Ciencia, Tecnología e Innovación (CTeI), El análisis exploratorio, sirve de herramienta metódica para hacer posible dicho rastreo encaminado a la recomposición del estado del arte en la materia.

El Estado del arte del emprendimiento ha estado más adherido a la concepción de autores y la teoría, dirigido a la sana lógica de la construcción académica, pero con diferentes sustentos.

La revolución industrial, por ejemplo, es un fenómeno de emprendimiento, pero el foco de la razón estuvo centrado en la generación de herramientas e industrias, por encima de la voracidad conceptual.



Tabla 1.

Publicación sobre "emprendimiento en base de datos científicas"

Bases de datos científicas Utilizadas	No. De publicaciones relacionadas con la investigación de acuerdo a la base de datos	No. De publicaciones con mayor reconocimiento científico	Tipos de publicaciones identificadas
Google Académico	Aproximadamente 280 resultados	1 publicación citados entre 16-39 veces	Tesis Proyectos Planes de Negocios Artículos de revisión de otros tipos de publicación
Dial net	Resultados 15,019 documento encontrados	3 publicaciones citados entre 16 -39 veces	Tesis Libros Revistas Artículos de revisión de otros tipos de publicación
Biblioteca Virtual UNAN-León	Resultados 3 documentos encontrados	1 publicaciones citados entre 16 - 19 veces	Tesis Libros Revistas Artículos de revisión de otros tipos de publicación



El19digital.com	Aproximadamente 10,500 resultados	131,914 citados entre 1,639 veces	Tesis Libros Revistas Artículos de revisión de otros tipos de publicación
-----------------	-----------------------------------	-----------------------------------	--

Fuente: Elaboración de los autores

Tabla 2.

Principales teorías, aportes y contribuyentes a la línea o tema de investigación seleccionada

Autor(es) y año en orden cronológico	Principales teorías y aporte al tema de investigación
<u>Gonzáles Valera, Rocío Liliana</u> 2021-02-20 <u>Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)</u>	Creatividad y emprendimiento: enfoque desde el talento humano



<p>Rubén Darío Zea-Fernández¹</p> <p>Martha Luz Benjumea-Arias¹</p> <p>Alejandro Valencia-Arias</p> <p>Ingeniare. Rev. chil. ing. vol.28 no.1 Arica mar. 2020</p>	<p>Metodología para la identificación de las capacidades dinámicas para el emprendimiento en Instituciones de Educación Superior</p>
<p>Noel Batista Hernández</p> <p>Norberto Valcárcel Izquierdo</p> <p>2017-09-01</p>	<p>Desarrollo de la competencia de emprendimiento; una necesidad en la formación integral del estudiante.</p>
<p>Henry Rosa Polanco</p> <p>Anne Sophie Tejada Garcia jun 1, 2016</p> <p>Tecnológico de Santo Domingo (INTEC)</p>	<p>Relevo generacional y emprendimiento en PYMES familiares dominicanas: estudio de caso múltiple</p>

Fuente: Elaboración de los autores



2. 2 Perspectiva Teórica asumida

2.2.1 Emprender

Definición

El emprendimiento juega un papel muy importante en el desarrollo de las economías y en la creación de empresas.

Según el diccionario de la Real Academia Española, lo define como “acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro” (RAE, s.f.)

En cambio, para Alcaraz (2011), emprender “es un vocablo que denota un perfil, un conjunto de características que hacen actuar a una persona de una manera determinada y le permiten mostrar ciertas competencias para visualizar, definir y alcanzar objetivos”.

2.2.2 Emprendedor

Definición

“En el ámbito de los negocios el emprendedor es un empresario, es el propietario de una empresa comercial con fines de lucro”. (Alcaraz, 2011)

Por otro lado, para Finley (1990) citado por Alcaraz (2011) lo describe como “alguien que se aventura en una nueva actividad de negocios”.

A lo largo del tiempo, este término ha sufrido evoluciones en su definición, por lo que algunos autores lo determinan como:

Un emprendedor es un agente económico que une todos los medios de producción. La tierra de uno, el trabajo de otro y el capital de un tercero y produce un producto.



Intercambia recursos económicos desde un área de baja productividad hacia un área de alta productividad y alto rendimiento (Jean-Baptiste, 1803 citado por Torres 2013).

Para Schumpeter (1934), citado por Torres (2013), los emprendedores “son innovadores que buscan destruir el estatus-quo de los productos y servicios existentes para crear nuevos productos y servicios”.

“Un emprendedor busca el cambio, responde a él y explota sus oportunidades. La innovación es una herramienta específica de un emprendedor, por ende, un emprendedor efectivo convierte una fuente en un recurso” (Peter Drucker, 1964 citado por Torres 2013).

Teniendo en cuenta las definiciones anteriores, se puede consolidar el vocablo como:

“Aquella persona que posee la capacidad, de transformación y cambio, la cual no sólo aplica a la generación de empresas, sino a la capacidad de transformación que pretende establecer planes estratégicos, buscando innovación, nuevos productos o servicios y mejores formas de administración”.

2.2.2.1 Características de un emprendedor.

De acuerdo con John Kao (1989) citado por Alcaraz (2011) el emprendedor es una persona con características muy particulares entre ellas:

- Compromiso total, determinación y perseverancia.
- Capacidad para alcanzar metas.
- Orientación a las metas y oportunidades.
- Iniciativa y responsabilidad.
- Persistencia en la solución de problemas.



- Realismo.
- Autoconfianza.
- Altos niveles de energía.
- Busca de realimentación.
- Control interno alto.
- Toma de riesgos calculados.
- Baja necesidad de estatus y poder.
- Integridad y confiabilidad.
- Tolerancia al cambio.

Por otro lado, Burch (1986) citado por Alcaraz (2011), agrega a la lista de características del emprendedor las siguientes:

- Trabajadores: son adictos al trabajo que se enfocan en sus metas y se afanan incansablemente para alcanzarlas.
- Optimistas: consideran que cualquier cosa es posible y todo momento es inmejorable para alcanzar metas y logros.
- Orientación a la excelencia: su deseo de logro los lleva a hacer las cosas al mejor grado posible para sentirse aún más orgullosos y satisfechos de lo alcanzado.



2.2.2.2 Tipos de emprendedores.

Scholhammer (1980) citado por Alcaraz (2011) divide a los emprendedores en cinco tipos de personalidades:

- El emprendedor administrativo. Hace uso de la investigación y del desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas.
- El emprendedor oportunista. Busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que le rodean.
- El emprendedor adquisitivo. Se mantiene en continua innovación, la cual le permite crecer y mejorar lo que hace.
- El emprendedor incubador. En su afán por crecer y buscar oportunidades y por preferir la autonomía, crea unidades independientes que al final se convierten en negocios nuevos, incluso a partir de alguno ya existente.
- El emprendedor imitador. Genera sus procesos de innovación a partir de elementos básicos ya existentes, mediante la mejora de ellos.

2.2.3 Actividad emprendedora.

Definición.

En un primer momento podemos definir la actividad emprendedora como:

“El descubrimiento, evaluación y explotación de nuevos bienes y servicios”
(Venkataraman (1997) citado por Larraza Kintana, Contin Pilart, & Bayona Sáez)

Por otro lado, Shane y Venkataraman (2000) citado por Larraza, Contin & Bayona, amplían esta definición y afirman que:

La actividad emprendedora es aquella que incluye el descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades para introducir nuevos productos o servicios, nuevos



procesos de producción, nuevas materias primas, nuevos mercados y nuevas fórmulas organizativas a través de «esfuerzos organizativos» que previamente no existían, lo que puede ser realizado tanto por las empresas ya existentes como por nuevas empresas creadas exprofeso.

Asimismo, Kundel (1991) citado por Formichella (2004) define la actividad emprendedora como:

La actividad emprendedora es la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre dentro o fuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio.

2.2.4. Proceso de formación de emprendimiento

1. Generación de ideas

El empresario comienza a preguntarse por qué no hay disponible un producto o servicio, por qué no mejorar ciertas cosas, cómo generar ingresos para cubrir sus gastos, etc. Podrían surgir miles de preguntas, por lo que ayudarán a identificar oportunidades para satisfacer las necesidades del mercado. En años anteriores, no había suficiente cantidad de bienes y servicios. Era un poco más fácil posicionar un negocio, sin embargo, ahora requiere una búsqueda de información y un análisis de mercado para ver la posibilidad de éxito. Es posible que en este punto del proceso emprendedor haya mucha gente, ya que la generación de ideas puede ser mucho más fácil. Sin embargo, el paso hacia la toma de decisiones es donde muchos pueden detener y tal vez incluso abandonar la idea de iniciar un negocio.



2. La toma de decisiones y la planificación de negocios

Un punto crítico de los pasos del proceso emprendedor es decidirse totalmente a iniciar el proyecto. Activarse y mantenerse motivado son uno de los principales factores para que el emprendedor realice lo necesario para aterrizar su idea. Preguntarse cuáles serán los recursos necesarios y de dónde los obtendrá, es vital para que se genere al menos un camino a seguir por el emprendedor. La elaboración del plan de negocios marcará solamente una guía que se puede utilizar como referencia.

3. Realización del proyecto

El proyecto se realiza cuando el emprendedor decide buscar los recursos y los obtiene. Conseguir el financiamiento es difícil, y quizá sea uno de los principales obstáculos para emprender. Empezar a emplear los recursos y arrancar el negocio será para el emprendedor un punto de liberación de estrés, ya que verá como empieza a dar los primeros pasos su empresa.

4. Administración y control

Después de haber pasado por los primeros meses de operación, la empresa verá cómo decrece, mantiene o crece en ventas. El emprendedor debe esforzarse por mantener un crecimiento en ingresos antes de preocuparse por tener una linda oficina. La administración de un negocio no es sencilla, pero la experiencia que el emprendedor adquirirá con el tiempo, seguramente le facilitará el manejo de todos los recursos. Quizá podría decirse que el proceso emprendedor termina aquí, pero no porque ya no es emprendedor, sino porque se convierte en empresario.

2.2.5 Giro del Negocio

El emprendimiento en las dinámicas económicas se ha estudiado y reconocido desde hace mucho tiempo, por cuanto constituye un elemento fundamental en los procesos de desarrollo económico de nuestro país, permitiendo la generación de nuevos productos y servicios, con mayor valor agregado y nuevos equilibrios eficientes en los



mercados. En este sentido, mediante el emprendimiento, las incubadoras de negocio logran impactar al desarrollo económico mediante diversas estrategias y métodos. Existe un estímulo en el modelo de crecimiento económico que trata de identificar los efectos del emprendimiento en las tasas de crecimiento desde la municipalidad al trabajar muy de cerca los diferentes programas estatales que apoyan esas nuevas iniciativas de negocio.

- Usura Cero
- Bono productivo
- Bono de patio
- Huerto familiar
- Bono productivo Alimentario.

2.2.6 Organización empresarial

La organización empresarial es una entidad social compuesta por dos o más individuos con la finalidad de cumplir metas y objetivos. Existe una diversidad de tipos de organización, por ejemplo: universidades, empresas de servicios, colegios, institutos armados, clubs sociales, la familia, etc. Cada uno con sus características específicas que apuntan a una meta a cumplir

Gold haber define a las organizaciones como sistemas abiertos cuyas partes están relacionadas entre sí y con su medio ambiente. La naturaleza de esta relación es de interdependencia debido a que todas las partes del sistema se afectan y son afectadas mutuamente". Es decir, un cambio en una parte del sistema (subsistema) afectará a otras partes del sistema.

Sixto Velasco⁶ define la organización como "Agrupar y ordenar las actividades necesarias para alcanzar los fines establecidos creando unidades administrativas,



asignando en su caso funciones, autoridad, responsabilidad y jerarquía, estableciendo las relaciones que entre dichas unidades deben existir”.

2.2.7 Comportamiento de los sectores en Nicaragua en la actualidad

Según datos del, (Banco Central de Nicaragua, 2022) en agosto, el índice mensual de actividad económica (IMAE) registró un crecimiento de 4.5 por ciento con relación a agosto de 2021 de 4.7 por ciento en el acumulado enero-agosto, y de 6.3 por ciento en la variación promedio anual. En la serie desestacionalizada del IMAE se observó una disminución de 0.5 por ciento respecto a julio y un crecimiento de 3.8 por ciento con relación a agosto de 2021. Por su parte, en la serie de tendencia-ciclo el IMAE creció 0.2 por ciento con relación a julio y 4.0 por ciento respecto a agosto de 2021. Entre las actividades que registraron mayores crecimientos se encuentran: hoteles y restaurantes, 21.2 por ciento; transporte y comunicaciones, 9.6 por ciento; industria manufacturera, 8.3 por ciento; comercio, 6.7 por ciento; intermediación financiera y servicios conexos, 5.4 por ciento; explotación de minas y canteras, 4.9 por ciento; entre otras. Por otra parte, se registró disminución en las actividades de pesca y acuicultura, -6.5 por ciento; energía y agua, -5.4 por ciento; y construcción, - 2.6 por ciento; entre otras. En las actividades primarias, se observó crecimiento en la agricultura, debido a mayores labores en granos básicos y otros productos agrícolas; en explotación de minas y canteras, por mayor extracción de la minería metálica y no metálica; en pecuario, debido a mayor matanza vacuna y producción de leche; y en silvicultura y extracción de madera, por el aumento, principalmente, en la extracción de troncos de madera y leña. Por su parte, se registró disminución en la pesca y acuicultura, a causa de menor captura de peces, camarón, langosta y otros productos de la pesca.

Agricultura

La actividad de agricultura creció 0.6 por ciento (crecimiento de 3.3% en el acumulado enero-agosto), como resultado de mayores labores en los cultivos de granos básicos, oleaginosas, maní y soya, entro otros productos agrícolas.



Pecuario

La actividad pecuaria mostró un crecimiento interanual de 1.7 por ciento (disminución de 0.5% en el acumulado enero-agosto), debido a la mayor matanza vacuna y producción de leche, principalmente.

Silvicultura y extracción de madera

La actividad de silvicultura y extracción de madera creció 1.1 por ciento (1.4% en el acumulado enero-agosto), como resultado de mayor extracción de madera y leña. Pesca y acuicultura La actividad de pesca y acuicultura disminuyó 6.5 por ciento (crecimiento de 4.5% en el acumulado enero-agosto), debido a una menor captura de pescado, langosta, camarón, cangrejos y jaiba. No obstante, se registró crecimiento que en la producción de camarón de cultivo.

Explotación de minas y canteras

La explotación de minas y canteras creció 4.9 por ciento (8.1% en el acumulado enero-agosto), como resultado de la mayor extracción de oro, plata, piedra cantera, material selecto, piedra triturada y yeso.

Industria manufacturera

El grupo de actividades que conforman la industria manufacturera creció 8.3 por ciento (6.7% en el acumulado enero/agosto). Las actividades que mostraron los mayores crecimientos fueron: elaboración de textiles, cárnicos, lácteos, el grupo de otros alimentos, y derivados de petróleo, principalmente. Dicho comportamiento fue parcialmente contrarrestado por la disminución en la producción de tabaco, arneses y productos no metálicos, entre otros.



Construcción

La actividad de construcción disminuyó 2.6 por ciento (-1.0% en el acumulado enero/agosto). Los materiales de construcción que más aportaron al comportamiento del agregado fueron: concreto premezclado, bloques, asfalto, acero, adoquines y arena.

Energía y agua

El grupo de actividades conformado por energía y agua registró una disminución de 5.4 por ciento (crecimiento de 4.5% en el acumulado enero-agosto). La variación en la generación de energía eléctrica fue de - 6.3 por ciento. Por su parte, el suministro de agua y alcantarillado registró un crecimiento de 3.5 por ciento.

Comercio

La actividad de comercio creció 6.7 por ciento (8.3% en el acumulado enero/agosto), mostrando aumentos en ambas modalidades de comercio, al por mayor y al por menor.

Hoteles y restaurantes

Los servicios de hoteles y restaurantes aumentaron 21.2 por ciento (20.9% en el acumulado enero-agosto), como resultado de una mayor oferta de dichos servicios.

Transporte y comunicaciones

El grupo de servicios de transporte y comunicaciones creció 9.6 por ciento (6.2% en el acumulado enero-agosto). La actividad de transporte creció 8.4 por ciento, debido a aumentos en los servicios de transporte urbano de pasajeros. De forma similar, los servicios de comunicaciones registraron un crecimiento de 10.6 por ciento.



Intermediación financiera y servicios conexos

La actividad de intermediación financiera y servicios conexos creció 5.4 por ciento (4.7% en el acumulado enero-agosto), como resultado del aumento en la cartera de créditos y en la captación de depósitos.

Propiedad de vivienda

Los servicios de propiedad de vivienda mostraron un crecimiento de 1.4 por ciento (0.8% en el acumulado enero-agosto), debido a aumento en los alquileres de bienes raíces residenciales y no residenciales, principalmente.

Administración pública y defensa

Los servicios de administración pública y defensa mostraron un crecimiento de 2.1 por ciento (2.0% en el acumulado enero/agosto), debido a los mayores servicios que ofertaron el gobierno y la seguridad social a la población.

Enseñanza

La actividad de enseñanza registró un crecimiento de 0.3 por ciento (crecimiento de 0.6% en el acumulado enero-agosto).

Salud

Los servicios de salud crecieron 1.4 por ciento (1.0% en el acumulado enero/agosto). Los servicios de salud no de mercado crecieron 1.1 por ciento, debido a la mayor obertura de los programas y actividades realizados en la salud pública.

Otros servicios

El grupo de otros servicios creció 4.5 por ciento (2.8% en el acumulado enero/agosto), originado por el aumento en los servicios empresariales, comunitarios, sociales y personales.



2.2.8. Formalización de negocio o empresa

Los pasos para llegar a formalizar un negocio de acuerdo con la legislación nicaragüense, cuya información es brindada en el sitio web de economía familiar en la cual se detalla lo siguiente:

- Ventanilla única de inversiones del MIFIC:

Es un centro de formalización empresarial, donde puede dirigirte para inscribir su negocio bajo la modalidad de régimen general de persona natural o régimen general de persona jurídica.

- Dirección General de Ingresos:

Es el encargado de extender su cédula RUC y Certificado de Inscripción como Pequeño Contribuyente.

- Alcaldía Municipal de donde surja el emprendimiento:

Verifica la categoría del negocio, generando la matrícula que le corresponde, dado que cualquier persona natural o jurídica que realice una actividad económica, debe notificar a la alcaldía de su respectivo municipio.

En caso de pertenecer al sector agro alimentos, debe visitar el Ministerio de Salud más cercano, para solicitar su licencia sanitaria, esta debe de estar firmada y sellada, sin enmiendas y borrones; además, el interesado debe revisar que el nombre del establecimiento este correcto, no obstante, deben de solicitar el Registro Sanitario del producto alimenticio que comercialicen para el libre comercio.

2.2.9 Pasos para Crear una Empresa

Constituir una empresa en Nicaragua es sencillo, sólo se debe cumplir con los **Requisitos para Crear una Empresa** y seguir unos pasos. Estos son necesarios para realizar el trámite de manera organizada. Los pasos son los siguientes:



1. Revisar si el nombre de la empresa está a la disposición.
2. Gestionar la Escritura de Constitución y la normativa **por medio de un Notario Público**.
3. Efectuar **la inscripción registral**. Aquí se solicita lo siguiente:
 - a. Inscripción de la empresa, donde se debe presentar algunos documentos. Estos son: Escritura de Constitución, la normativa legal en original y una copia autenticada. También el pasaporte o la cédula de identidad, y el recibo de depósito bancario.
 - b. **Sello de libros y el registro como comerciante**, y debe consignar alguna documentación. Esta es: El sello de los Libros y la inscripción como comerciante en papel sellado, los libros comerciales (mayor y diarios foliados).
4. **Pedir la inscripción de Poder**. Para esto se debe presentar lo siguiente: El poder de representación en original y una copia certificada, el pasaporte y la cédula de identidad.
5. Hacer los registros fiscales, en esta gestión se debe realizar lo que se menciona a continuación:
 - a. Pedir en la Dirección General de Ingresos el registro como contribuyente y el sello de Libros. La documentación por presentar es: Formato lleno, **certificado de dirección de domicilio** del representante legal y de la empresa. Igualmente, los libros de diario y mayor, el original de la Escritura de Constitución y normativa con una copia certificada. También el pasaporte o la cédula de identidad. También una copia sencilla de un comprobante de teléfono, luz o agua.

- b. Gestionar la **constancia de la Matrícula Municipal en la Alcaldía** donde esté ubicada la empresa. Los documentos requeridos son: RUC en copia sencilla, poder general de representación en copia sencilla. El pasaporte o cédula de identidad, y la Escritura de Constitución y la normativa.

2.2.10 Definición y clasificación de las MIPYMES

Según el artículo 4 de Ley de fomento y desarrollo a la micro, pequeña y mediana empresa (Ley MIPYMES) “son todas aquellas micras, pequeñas y medianas empresas, que operan como persona jurídica, en los diversos sectores de la economía, siendo en general empresas manufactureras, industriales, agroindustriales, agrícolas, pecuarias, comerciales de exportación, turísticas, artesanales y de servicios entre otras.”

Se clasifican dependiendo del número total de trabajadores permanentes, activos y ventas totales anuales.

El reglamento de la ley específica que se clasificarán como micro, pequeña y mediana empresa las personas naturales y jurídicas que cumplan con los siguientes requisitos:

Tabla 3.
Clasificación de las MIPYMES en Nicaragua

Variables	Microempresa	Pequeña empresa	Mediana
Número total de trabajadores	1-5	6-30	31-100



Activos totales (córdobas)	Hasta 200 miles	Hasta 1.5 millones	Hasta 6 millones
Ventas totales anuales (córdobas)	Hasta 1 millón	Hasta nueve millones	Hasta 40 millones

Fuente: (Asamblea Nacional de Nicaragua, 2008)

2.2.11 Políticas de género

Las mujeres emprendedoras pueden ser profesionales universitarias o expertas en distintas áreas; mujeres sin formación específica o de bajos recursos; inmigrantes o de comunidades aborígenes; del mundo del arte o las artesanías, entre otras.

En Nicaragua existen organizaciones tanto públicas como privadas para la inclusión de la mujer en el ambiente financiero en pro del desarrollo personal para que puedan crear sus pequeños negocios y poder ayudarles en su economía.

En este caso el programa gubernamental usura cero es un programa creado por el Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional desde el año 2007, dirigido a las mujeres trabajadoras del mercado informal para brindarles un crédito justo.

El fin es que inicien sus propios negocios o refuercen el que ya tienen, siendo su razón de ser, beneficiar a la población urbana pobre dedicada al comercio, servicio o producción que no tienen acceso a la banca formal y micro financieras.

Por otro lado en el ámbito privado, existen organizaciones que promueven el mismo apoyo hacia la mujer con el fin de que inicien su propio negocio, en este caso Pro mujer, es una organización que ofrece distintos servicios desde financieros, capacitación, salud y bienestar, programa dirigidos en la mayor parte hacia la mujer



nicaragüense que le va a permitir aparte de iniciar su negocio, poder acceder a otros servicios que le permitan estar saludable y capacitada con los temas que imparten como parte de la inclusión y crecimiento de la mujer.

Pro-mujer cuenta con una plataforma que le permite a la mujer emprender y capacitarse acerca de temas que las personas les interese.

2.2.12 Promoción y Publicidad

- La publicidad debe ser una inversión no sujeta a los ingresos del negocio.
- La inversión en esfuerzos publicitarios debe ser propicia, en ninguna circunstancia puede adoptarse un criterio marginal. La inversión en publicidad puede ser uno de los egresos más importantes del emprendimiento en sus inicios, pero ello está completamente justificado por el objetivo de hacer conocer la oferta en el mercado y por el hecho mismo que toda inversión publicitaria trabaja sobre el volumen de ventas y en ese sentido sobre las utilidades.
- Se tiene que recurrir a medios de comunicación masiva para efectuar la publicidad. Si por algún motivo se excluye esta opción, ello debe ser fundamentalmente por consideraciones económicas. Sin embargo, en las estrategias mencionadas, tienes la guía de cómo promocionarte a bajo costo, al iniciar tu emprendimiento, ya que son medios de comunicación masiva, y que constituyen una fortaleza a tu idea de negocio.
- La aplicación de publicidad al inicio del emprendimiento debe tener mayor alcance horizontal que vertical. Debe privilegiarse la llegada al mercado general antes que al segmento o al nicho específico.
- La publicidad en este punto debe ser exclusivamente descriptiva. No es ni necesario ni conveniente hacer esfuerzos de posicionamiento de la oferta o del negocio. El objetivo es presentar el emprendimiento al mercado para que a



partir de esto se activen todas las variables que por peso propio iniciarán la dinámica de la actividad general.

- La publicidad debe poner énfasis en las contribuciones del emprendimiento al mercado: diferenciación, innovación, distinción, exclusividad, etc.
- La publicidad comunica al mercado la naturaleza de la oferta y de esa manera activa una reacción en el consumidor. A partir de este punto es la estrategia del negocio la que debe capitalizar la medida. comúnmente se responsabiliza a la publicidad de problemas de ventas que están asociadas a las acciones generales del negocio. La publicidad no tiene responsabilidad para perfeccionar las ventas, solamente conseguir que las posibilidades para hacerlo se incrementen como producto de un mensaje claramente transmitido al cliente.

2.3 Marco contextual, institucional

La Universidad de Ciencias Comerciales se fundó en 1964 por el Dr. Carlos Narváez Moreira. Nació con el nombre de Instituto de Ciencias Comerciales brindando la carrera de Contaduría Pública y Finanzas, aprobada con resolución ministerial No. 824.

En 1976 cambia el nombre de Instituto de Ciencias Comerciales (ICC) a Centro de Ciencias Comercial (CCC), desarrollando 3 niveles académicos, Educación media, técnico superior y licenciaturas. Luego se crea el consejo nacional de educación superior y la CCC se reduce a ofrecer cursos de economía a nivel de término medio.

En 1980 cambia su nombre al actual Universidad de Ciencias Comerciales (UCC), desarrollando en los próximos años distintos logros como ser cofundadora de la confederación panamericana de escuela de turismos y hotelería (CONPETH). Asimismo, en 1992 introduce por primera vez en Nicaragua la carrera de administración turística y hotelera.



En 1995 inaugura su primer campus en la ciudad de León, y 2 años después el CNU autoriza el cambio de categoría de Educación técnico superior por el de Universidad. Años después empieza a crear facultades y a ofrecer carreras, logran la acreditación por la Asociación de Universidades Privadas de Centro América (AUPRICA), los rectores empiezan a ocupar cargos y un estudio del BID la acredita como la mejor Universidad privada del país.

Actualmente se encuentran en el proceso de verificación establecido en la Ley creadora del Sistema Nacional para el Aseguramiento de la Calidad de la Educación.

Por otro lado, la Universidad de Ciencias Comerciales plantea en su finalidad de modelo educativo formar profesionales íntegros, éticos, con visión humanística, competitivos, **emprendedores** y con liderazgo en los sectores privados, públicos y sociales.

En la Universidad de Ciencias Comerciales se realizan distintas actividades en pro del emprendimiento, los estudiantes desde sus pensum de carrera van siendo partícipes de este objetivo de la universidad de formar a sus estudiantes como emprendedores. En algunas materias imparten conceptos generales de lo que es un emprendedor y hacen pequeñas ferias de emprendimientos para la finalización del componente. Además, realizan ferias de emprendimientos a gran escala a nivel de campus que permite a sus estudiantes desarrollar ideas y llevarlas a la realización.

De los estudiantes de UCC se ha conocido que de los proyectos presentados se han llegado a materializar. Además, de estudiantes de UCC que han llevado a cabo proyectos que hoy día son marcas reconocidas a nivel de departamento.

CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 Tipo de Investigación

La investigación, por su nivel de profundidad es de carácter descriptivo, ya que en esta investigación se diseñó un proceso para descubrir características o propiedades de determinados grupos o fenómenos, en este caso de los emprendimientos de los alumnos de la modalidad semipresencial ayudando determinar comportamientos o atributos que nos ayudan a llegar a los objetivos planteados.

El diseño de la investigación según la orientación del tiempo es de corte transversal porque se realizó en un tiempo predefinido, en este caso de julio a diciembre del año 2022.

El enfoque de esta investigación es cuantitativo, porque es una investigación con variables y objetivos medibles, los cuáles serán presentados de manera estadísticas que permita fundamentar los objetivos planteados y las conclusiones basadas en los resultados obtenidos.

3.2 Área de estudio

Estudiantes de la UCC sede León de la modalidad semipresencial o por encuentro.

Figura 1.

Ubicación de Universidad de Ciencias Comerciales campus León



Fuente: (Google maps, 2022)



3.3 Unidad de análisis; población y muestra

Para el desarrollo y análisis de datos no se hizo uso de fórmulas estadísticas para determinar la muestra a alcanzar, ya que, el estudio se basó a un muestreo simple por criterio a conveniencia basado a criterios de selección y exclusión aplicada a los estudiantes bajo la modalidad semipresencial, que se encontraban presentes en las aulas de clases los días de las encuestas.

Según los datos proporcionados por UCC el número total de estudiantes bajo la modalidad semipresencial es de 819 estudiantes, 643 en modalidad sabatina y 176 bajo la modalidad dominical

Se logró alcanzar a un total de 240 estudiantes que representan el 29.30% del total de estudiantes UCC, convirtiéndose en el universo de estudio donde se logró identificar 23 estudiantes con emprendimientos activos que cumplieron los criterios de exclusión e inclusión.

Los 23 estudiantes con emprendimientos representan la muestra del estudio equivalentes al 9.58% del universo y el 2.80% del total de estudiantes UCC bajo la modalidad semipresencial.

3.4 Técnica e instrumento de recolección de datos

Para el presente trabajo se realizó con base a unas entrevistas personalizadas aplicadas a actores claves de la universidad seleccionados con base a su experiencia y despertéis en el tema, para ello se seleccionaron a 07 personas del cual solo se logró alcanzar a 05 personas ya que 02 de ellas no contaban con el tiempo necesario para participar.

La entrevista como una forma de comunicación interpersonal que nos permitirá recolectar información completa será dirigida hacia las autoridades de la UCC para



mostrar la importancia que tiene la investigación en el ámbito académico y universitario.

La metodología utilizada para recolectar los datos e información mediante las entrevistas fue la siguiente:

1. Elaboración de formulario de entrevista
2. Selección de candidatos a entrevistar
3. Envío de correos electrónicos invitando a las personas seleccionadas para la entrevista.
4. Creación de agenda con fechas y horas para realizar la entrevista
5. Creación de enlaces de entrevista y envío.
6. Realización de entrevistas por medio de la plataforma Google Meet grabadas.

Encuesta aplicada a estudiantes con emprendimientos activos bajo la modalidad semipresencial UCC sede León

Para la realización de la encuesta se realizaron una serie de pasos y permisos que garantizaran alcanzar los objetivos del estudio, siguiendo los siguientes pasos:

1. Se solicitó permiso a la coordinación administrativa y académica de UCC para poder abordar a los estudiantes UCC de la modalidad semipresencial.
2. Elaboración de formulario digital Google con preguntas cerradas accediendo al mismo por medio de un código QR.
3. Elaboración de criterios de inclusión y exclusión, que facilite el alcance de los objetivos.
4. Aplicación de encuesta en aulas de clases, para ello se solicitó la autorización de cada docente que se encontraba impartiendo clases y permitiera poder comunicar a los estudiantes el objetivo del estudio y alcance, así como solicitar la participación de aquellos estudiantes que contaran con emprendimientos propios y activos al momento de la encuesta.



5. Llenado de formulario por parte de estudiantes UCC bajo modalidad semipresencial identificados con emprendimiento.

Criterios de inclusión:

1. Ser estudiante activo segundo semestre 2022 bajo la modalidad semipresencial de UCC sede León.
2. Asistencia de los estudiantes los días de levantamiento de datos
3. Tener uno o más emprendimientos activos.
4. Haber aceptado proporcionar datos e información de su emprendimiento.
5. Emprendimientos con datos e información solicitada en formularios.
6. Haber llenado el formulario de encuesta

Criterios de exclusión:

1. Estudiantes UCC que estudien en modalidad diferente a la semipresencial.
2. No contar con emprendimientos.
3. Emprendimientos o empresas inactivas o que estén fuera de operaciones.
4. Formularios de encuesta duplicados o llenados incorrectamente
5. Estudiantes que no deseen participar en el estudio
6. Estudiantes que no estén presentes en las aulas de clases al momento de la encuesta.

Criterios de inclusión para entrevistados:

1. Estar dentro de las personas proyectadas a encuestar



2. Haber respondido a las preguntas realizadas

Criterios de exclusión para entrevistados:

1. Falta de tiempo de las personas proyectadas a encuestar

3.5 Confiabilidad y validez de los instrumentos

La confiabilidad de los instrumentos se realizó a través del alfa de Cron Bach, donde la fórmula matemática determina a través de un cálculo estadístico llegando a un resultado que mide el nivel de confiabilidad y validez de la siguiente manera:

Si el valor resultado es menos a un 0.5 se puede decir que el nivel el instrumento es muy bajo, mientras que el resultado sea mayor 0.5 es un nivel de instrumento bueno.

En este caso, se obtuvo un resultado a través de la fórmula matemática del 0.60, lo cual según los rangos de alfa nuestro instrumento de recolección es confiable y valido en un nivel “bueno”.

A través de la siguiente formula y sus datos se obtuvo el resultado:

Datos:

K= Número de ítems: 21

Vi= Suma de varianza de los ítems: 14.13

Vt= Varianza de la sumatoria de los ítems: 33.52

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$



3.6 Procesamiento de datos y análisis de la información

El procesamiento de los datos y análisis de la información se procedió de dos formas de acuerdo con los instrumentos de recolección de información.

Referente a las entrevistas, se visualizará los videos grabados al momento de realizar las preguntas a los entrevistados y se extraerá un resumen de cada uno conforme a las preguntas que formaban parte de la entrevista basados en los siguientes pasos:

1. Transcripción de entrevistas realizadas en formato establecido (Formulario de entrevista).
2. Resumen de datos e información recolectada
3. Análisis y resultados obtenidos

Por otro lado, con las encuestas realizadas se procederá con la base de datos en Excel que se va a generar para poder realizar nuestros análisis a través de filtros para poder obtener los datos y la realización de los gráficos que representarán en porcentaje los números de acuerdo con las preguntas que contenía nuestra encuesta basados en los siguientes pasos:

1. Descarga de base de datos en formato Excel proporcionada por Google.
2. Depuración y análisis de datos.
3. Creación de gráficos por medio de tablas dinámicas.
4. Elaboración de presentación de resultados en formato Word y PowerPoint.



3.7 Operacionalización de variables

Tabla 4.

Operacionalización de variables

Operacionalización de variables					
Variables	Tipo de variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Datos generales del estudiante	Independiente	Información relativa a sus características físicas y datos generales como lo son: domicilio, estado civil, edad, sexo, escolaridad, número telefónico y datos patrimoniales.	Datos del encuestado	Modalidad de estudio	P1
				Número de carné	
				Nombre	
				Sexo	
				Edad	



Número de emprendimientos activos	Dependiente	Es la acción de crear un negocio o negocios con el objetivo de generar ganancias.	Descripción del emprendimiento	Nombre del emprendimiento	P2
Giro de negocio	Independiente	Es la forma en la que se clasifica un negocio en función de las actividades que lleva a cabo.	Datos generales de la empresa	Sector de empresa	P3, numerales 1,2,3,4,5,6,7
				Tiempo del negocio	
				Fuente de financiamiento	
				Clasificación de empresa	



				Tipo de empresa	
Condiciones legales y	Independiente	Son todos los trámites, procesos y documentos	Organización del emprendimiento	Permisos y registros	P4 y P5
administrativo del emprendimiento		de orden legal necesarios para operar en el mercado sin impedimentos.		Estructural	
Herramientas contables	Independiente	Son herramientas que permiten obtener información crítica para manejar los recursos materiales y	Contable	Libro diario y mayor Contador auxiliar	P6



		financieros, hacer inversiones y fortalecer el crecimiento empresarial.		Emisión de facturas	
Estrategias publicitarias	Independiente	Es el conjunto de acciones que ejecuta una empresa con el fin de llevar un	Marketing y publicidad	Marca	P7
				Logo	
				Redes sociales páginas web	
		producto o servicio a los consumidores.		Estrategias en medios masivos	

Fuente: Elaboración por autores.



CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Resultados de la entrevista

A continuación, se hará la presentación de la información obtenida mediante las entrevistas individuales realizadas a docentes y personal administrativo por estar directamente ligados en el tema de emprendimiento ya sea porque están a cargo de los proyectos de investigación o creación de emprendimientos que facilita UCC bajo sus diversas modalidades de aprendizaje impartidas desde la docencia, talleres y capacitaciones impartidas por UCC.

La entrevista permite poder obtener datos e información relevante para el análisis del proyecto que se realiza, por lo que se elaboró previamente un formulario que contemplara como preguntas que permitiera conocer la opinión del equipo UCC e identificar las fuentes de apoyo como programas que cuenta la universidad para fortalecer a los estudiantes que cuentan con emprendimientos propios que les permita mejorar sus destrezas administrativas como la tecnificación de sus procesos operativos.



Tabla 5.
Personal administrativo y docente UCC entrevistados por medio de entrevistas individuales

Nombre	Puesto	Tiempo que duro la entrevista	Fecha de la entrevista	Medio
Lennar Vanegas	Coordinador de Arquitectura y Diseño Gráfico	35 minutos con 17 segundos	20/10/2022	Plataforma Meet
Constantino Portocarrero	Coordinador de Investigación	14 minutos con 20 segundos	20/10/2022	Plataforma Meet
María Alejandra Diaz	Responsable de Educación Continua	11 minutos con 43 segundos	21/10/2022	Plataforma Meet
Daysi Corea	Coordinadora de proyección Social	14 minutos con 20 segundos	25/10/2022	Plataforma Meet
Keyra Caballero	Coordinadora de CCEE	09 minutos 16 segundos	28/10/2022	Plataforma Meet

Fuente: Elaborado por autores



Tabla 6.

Enlaces de Entrevistas realizadas a docentes y personal administrativo UCC

Constantino Portocarrero	https://drive.google.com/file/d/1WFFvXVzjuQweHW2aF_biLD0WRFKnFml/view?usp=share_link
Lennar Vanegas	https://drive.google.com/file/d/1WUFjA8faYNj9VhXHTspBPxIP7UYBdb5a/view?usp=share_link
Daysi Corea	https://drive.google.com/file/d/1WMMKn1waGKX5NsbP6JASyaBj_l1DngUL/view?usp=share_link
Keyra Caballero	https://drive.google.com/file/d/1mtNoJUa3m563k23UZcFCB2t4koWy8LI/view?usp=share_link



María Díaz	https://drive.google.com/file/d/1WKRmVC8OkCs2GurJSxcMeRr-ki4H_RS/view?usp=share_link
------------	---

Fuente: Elaborada por autores

Tabla 7.
Preguntas realizadas y respuestas obtenidas

Preguntas realizadas a docentes y personal administrativo UCC	Resumen respuestas obtenidas
1) ¿Considera usted importante que UCC por medio de nuestro proyecto pueda obtener una base de datos de emprendedores que estudian en la sede UCC en la ciudad de León y que cuentan con proyectos de emprendimientos activos? si su respuesta es “SI”, favor especifique ¿Por qué?	Las cinco personas entrevistadas contestaron que consideran importante poder conocer el número de emprendimientos en alumnos que estudian en la universidad ya que desde la docencia desde los inicios de las carreras de cada estudiante se les empieza a preparar y formar mediante conocimientos científicos, técnicos y financieros para que puedan emprender en el mundo de los negocios así al finalizar sus carreras puedan ser fuentes generadoras de empleo y poder materializar sus ideas.



<p>2) ¿Con base a su experiencia y conocimientos, qué herramientas, apoyo técnico o financiero puede brindar UCC sede León, a los emprendimientos que se identifiquen durante la investigación que estamos realizando?</p>	<p>UCC dentro de su modelo educativo ha evolucionado permitiendo poder incorporar otros elementos como acuerdos entre la universidad con organismos públicos y privados que les permite poder brindar mayores herramientas a sus alumnos tanto Técnicas, Administrativas, Marketing, Diseño como competitividad por medio de los siguientes recursos:</p> <ul style="list-style-type: none">• Capacitaciones a docentes, alumnos y público externo.• Ferias del Emprendimiento• Acuerdos entre entidades Públicas y Privadas• Asesoría y Mentoría Técnica por medio del área de Investigación UCC
---	--



<p>3) ¿Dentro de su modelo educativo, a qué cursos, programas o posgrados pueden optar los estudiantes con emprendimiento para fortalecer sus conocimientos y habilidades empresariales?</p>	<p>Cursos</p> <ul style="list-style-type: none">✦ Excel Financiero✦ Marketing y Publicidad✦ Diseño Gráfico✦ Continuación Continua <p>Capacitaciones</p> <ul style="list-style-type: none">✦ Manejo de Activos✦ Administración de Ingreso y Egresos✦ Atención al Cliente <p>Posgrados</p> <ul style="list-style-type: none">✦ Proyectos de Investigación
<p>4) ¿UCC cuenta con convenios o acuerdos con instituciones públicas o privadas, así como ONG, que beneficien a los estudiantes - emprendedores de la UCC? si su respuesta es “Sí”, ¿nos puede indicar cuáles son esas entidades?</p>	<p>Alianzas con Sector Público (Gubernamental)</p> <p>Ministerio de Economía Familia, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa (MEFCCA) los estudiantes UCC apoyan y se involucran en los programas de capacitaciones y asesoría que realizan a los emprendedores que desean emprender o que ya cuentan con algún negocio de emprendimiento lo que le permite al estudiante poder retroalimentarse y poder tener más información sobre las necesidades y dificultades como habilidades y destrezas que debe de desarrollar un emprendedor.</p>



	<p>Alianzas con entidades Privadas</p> <p>Swisscontact siendo esta una organización sin fines de lucro constituida como ONG bajo los fondos suizos pionera en la implementación de proyectos de desarrollo internacional apoyando a programas de emprendimiento en conjunto de UCC el cual capacitan a emprendedores a nivel nacional lo que les permite a los estudiantes UCC tener mayor experiencia.</p> <p>Ser San Antonio (Ingenio San Antonio) es un complejo agro energético ubicado en Chichigalpa UCC realiza al personal de dicha entidad con el apoyo de docentes y alumnos de las diferentes carreras la realización de capacitaciones y cursos, y el Ingenio facilita a UCC permitiendo pasantía de estudiantes y participan en capacitaciones de negocio por medio de conferencias.</p>
--	--



<p>5) ¿Cómo pueden aplicar a los beneficios los estudiantes UCC con proyectos de emprendimiento o que pasos debe seguir para poder optar a ellos?</p>	<p>1-El estudiante emprendedor UCC debe de tener como principal objetivo el estar comprometido con su emprendimiento por medio de la convicción, seguridad y claridad de lo que desea hacer.</p> <p>2-Abocarse con sus coordinaciones para que puedan hacer su vinculación al área de investigación UCC, que también está a cargo del fomento de los emprendimientos.</p> <p>3-Desde el área de investigación se les brinda pequeñas asesorías para que puedan desarrollar toda la parte inicial de emprendimiento como crear un pequeño plan de trabajo, organización de la empresa, así como obtención de recursos económicos.</p> <p>4-Hacer uso de las alianzas para que los emprendedores puedan tener una red de contactos por medio de las alianzas que ya cuenta UCC.</p>
--	---



<p>6) ¿UCC ha pensado o tiene algún interés en poder desarrollar o implementar algún programa de fortalecimiento y seguimiento a aquellos proyectos de emprendimiento que se encuentren en esta fase siendo beneficiados los estudiantes-emprendedores de UCC?</p>	<p>Se pudo identificar que UCC si cuenta con el apoyo para todos los emprendimientos en sus diferentes fases de crecimiento o posición ya que cuenta con una extensión que se dedica a poder desarrollar e impulsar los programas y proyectos de emprendimiento llamado “PROGRAMA DE EMPRENDIMIENTO INNOVACIÓN Y DESARROLLO EMPRESARIAL” que está vinculado directamente con la coordinación de investigación a cargo de la red de negocios, asegura la plataforma de divulgación de emprendimientos por medio de la Feria de Emprendimiento</p>
---	--

Fuente: Elaborado por autores



4.2 Resultados de la encuesta aplicada

Los resultados obtenidos mediante la encuesta aplicada a estudiantes UCC campus León que mediante la entrevista previa realizada por el equipo de investigación indicaron que si cuentan con un emprendimiento propio y se les solicitó que pudieran llenar la encuesta aplicada mediante el acceso al formulario por medio de un código QR, los datos analizados fueron:

- Modalidad de estudio, sexo al nacer, edad, carrera que cursa, así como el año
- Descripción del negocio o emprendimiento.
- Permisos y registros
- Documentos contables utilizados
- Estrategias de Marketing y Publicidad aplicadas para promover sus servicios

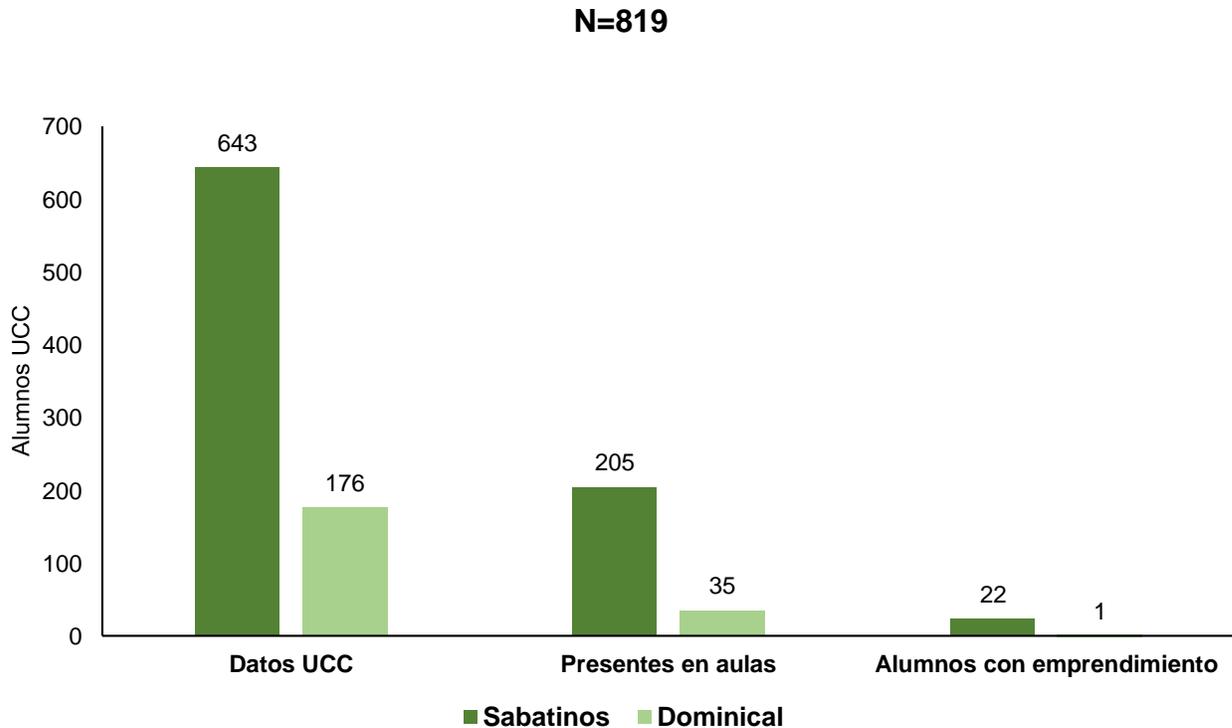
Una vez se contó con los formularios llenados por los estudiantes con emprendimientos y que fueron elegibles para la encuesta se procedió al análisis de estos por medio de la presentación de gráficos de barras, tablas, diagramas de pastel, así como figuras.

La base de datos obtenida se adjunta como anexo y soporte de los datos analizados que servirá a futuros estudios o análisis en temas relacionados al tema de emprendimientos para futuras generaciones o investigadores.

Figura 2.

Representación de número de alumnos UCC vs alumnos con emprendimientos

Análisis de datos de alumnos UCC, modalidad semipresencial, Sede León, jul-dic 2022.



Fuente: Base de datos formato Excel

Nota: En la gráfica se puede identificar el alcance obtenido sobre las encuestas aplicadas a los estudiantes UCC bajo la modalidad semipresencial de 819 alumnos solo se pudo alcanzar a 240 estudiantes equivalentes al 29.30% logrando identificar 23 emprendimientos representando el 2.80% del total de estudiantes y el 9.58% del total de estudiantes alcanzados.

Tabla 8.

Características de estudiantes UCC que cuentan con emprendimientos bajo modalidad semipresencial, Sede León, jul-dic22.

N=23

Característica	n=	%
Modalidad de Estudio		
Sabatino	22	95.65
Dominical	1	4.35
Sexo al Nacer		
Femenino	14	60.87
Masculino	9	39.13
Grupo Etario		
15-19	5	21.74
20-24	11	47.83
25-29	5	21.74
35-39	1	4.35
45-49	1	4.35
Carrera que cursa		
Administración de Empresas	3	13.04
Agronomía	2	8.70
Contabilidad Pública y Finanzas	1	4.35
Derecho	3	13.04
Diseño Gráfico	4	17.39
Ingeniería Civil	5	21.74
Ingeniería Industrial	2	8.70
Marketing y Publicidad	3	13.04
Año que cursa		
Primero	4	17.39



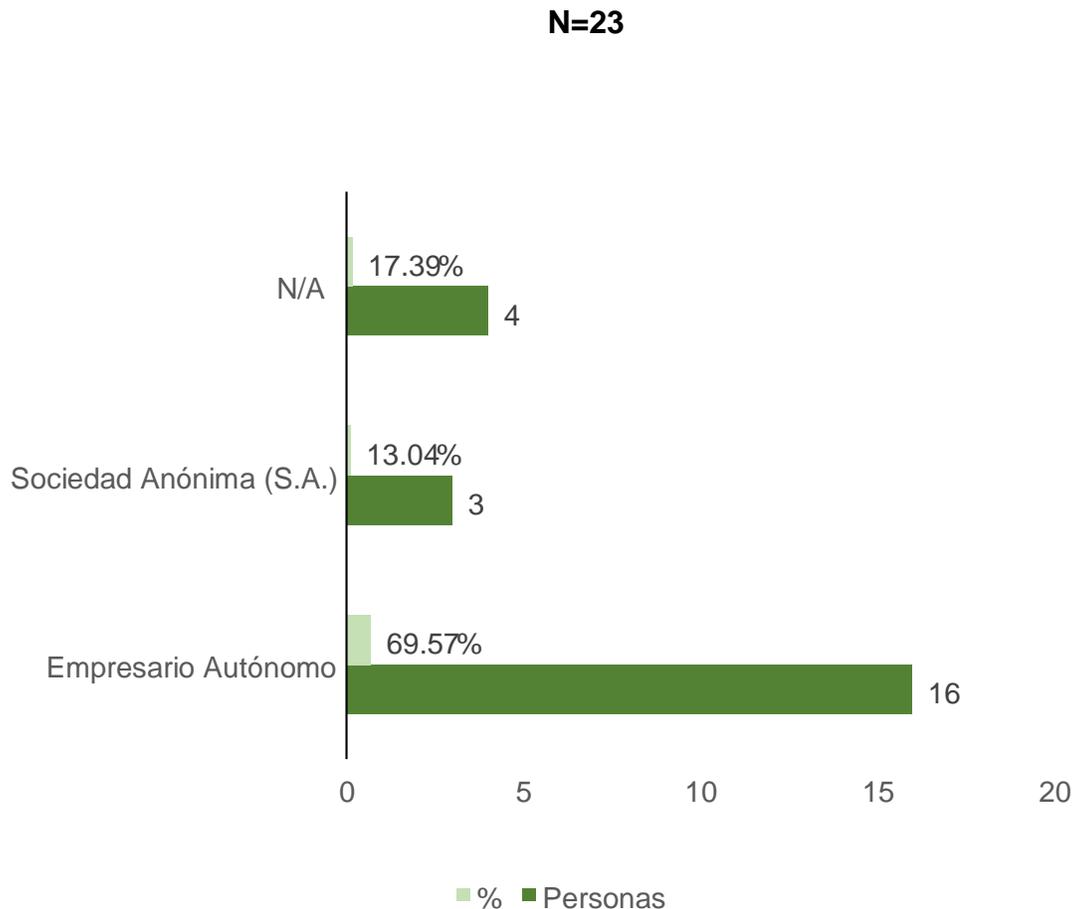
Segundo	7	30.43
Tercero	3	13.04
Cuarto	4	17.39
Quinto	5	21.74

Fuente: Base de datos formato Excel

Según los datos obtenidos en base de datos se logró identificar que los estudiantes UCC tienen un gran espíritu emprendedor ya que 1 de cada 10 estudiantes emprende, el 95% estudia los días sábados siendo las mujeres las que mayormente emprenden representando el 60.65%, también se pudo identificar que son personas jóvenes con edades comprendidas entre 18 a 39 años, la carrera con estudiantes con mayor emprendimiento es la carrera de ingeniería Civil representando el 21.74% de la muestra y el año de estudio con mayor emprendimiento es el segundo año con el 30.43% seguido del quinto año con el 21.74%.

Figura 2.

Clasificación de los emprendimientos según su registro jurídico, estudiantes UCC modalidad semipresencial, jul-dic22.



Fuente: Base de datos formato Excel

Nota: Se logró identificar que el 69.57% son empresarios autónomos según datos proporcionados mediante la encuesta contra un 13.04% constituido como Sociedad Anónima el 17.39% no entra en ninguna de las clasificaciones mencionadas.

Figura 3.

Distribución de emprendimientos según su Giro del negocio y clasificación por categoría, estudiantes UCC modalidad semipresencial, jul-dic22.

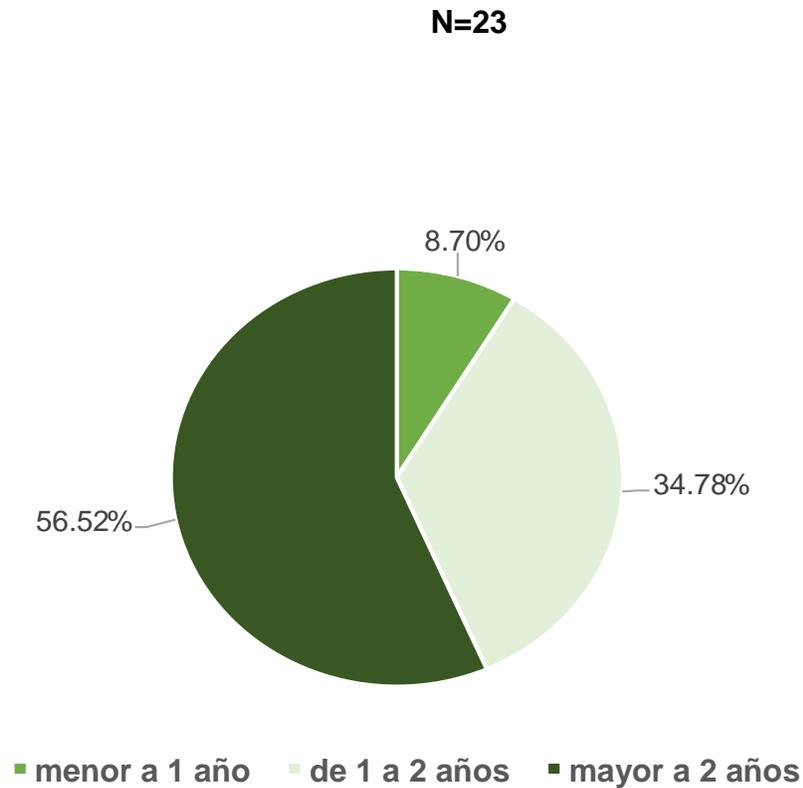


Fuente: Base de datos formato Excel

Nota: El 65.21% de los emprendimientos su giro principal es el Comercial un 30.43% de ellos se dedican a brindar servicios contra un 4.34% que se dedican el sector Industrial, cabe resaltar que los emprendimientos de giro comercial entran en la clasificación de minoristas.

Figura 4.

**Tiempo de estar operando los emprendimientos, estudiantes UCC
modalidad semipresencial, jul-dic22.**



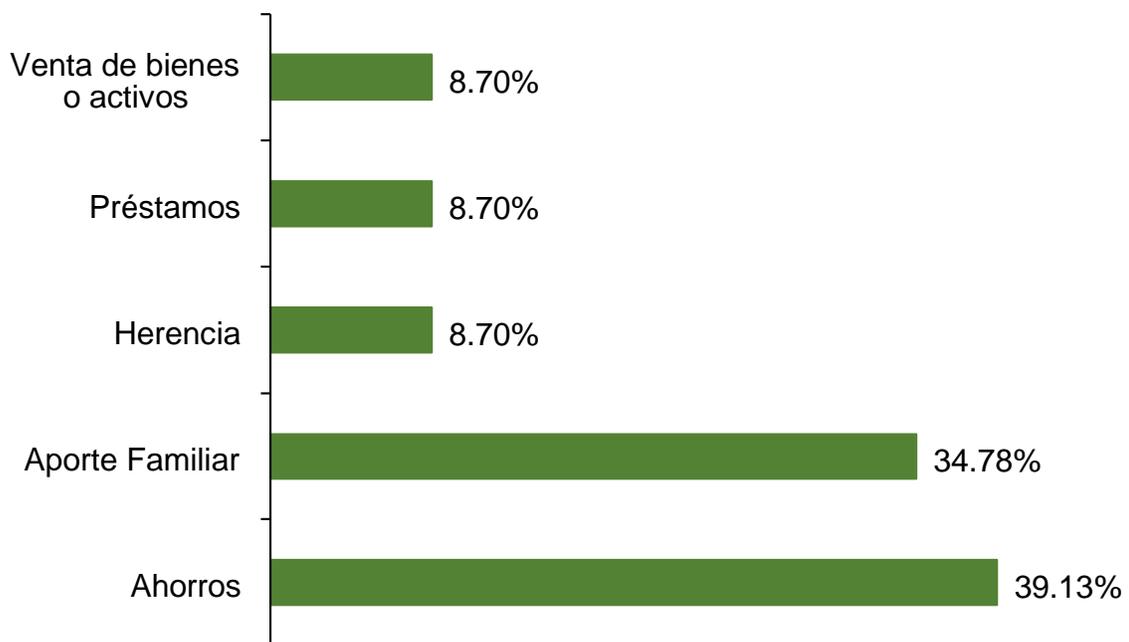
Fuente: Base de datos formato Excel

Nota: En el análisis de los datos recolectados en la base de datos se logró determinar que el 56.65% llevan operando más de 2 años siguiendo aquellos emprendimientos que llevan entre 1 y 2 años de estar operando en el mercado y solo el 8.70% lleva menos de 1 año de estar operando, siendo relativamente nuevos en el mercado.

Figura 5.

Obtención de capital inicial o fuente de financiamiento de emprendimientos, estudiantes UCC modalidad semipresencial, jul-dic22.

N=23

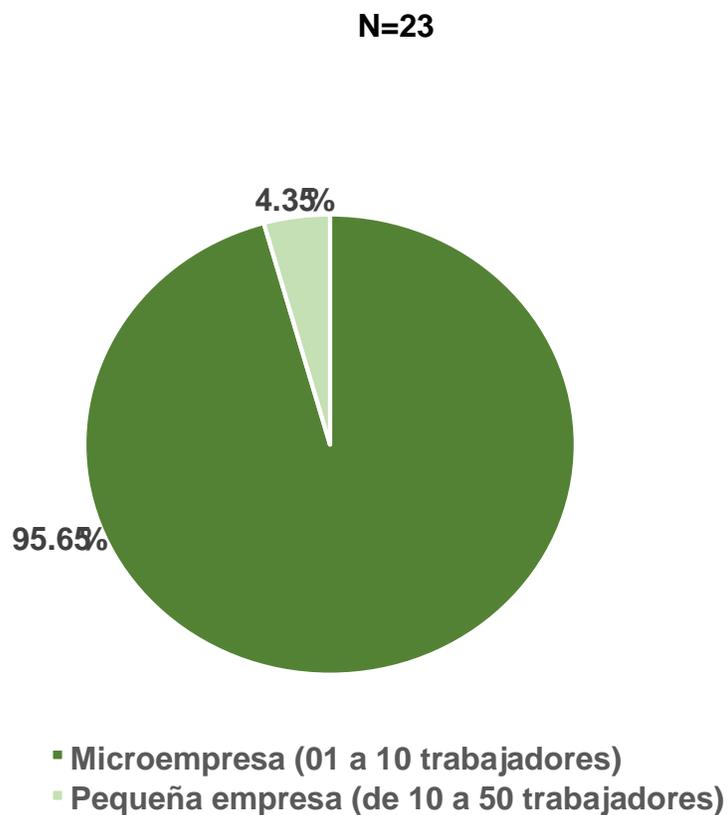


Fuente: Base de datos formato Excel

Nota: En esta lamina se refleja la fuente de ingreso o capital semilla de donde los emprendedores obtuvieron sus fondos siendo los ahorros con un 39.13% la principal fuente siguiendo el aporte familiar la segunda opción con un 34.78% de los estudiantes con emprendimientos y encuestados.

Figura 6.

Clasificación de los emprendimientos según el tipo de empresa, estudiantes UCC modalidad semipresencial, jul-dic22.



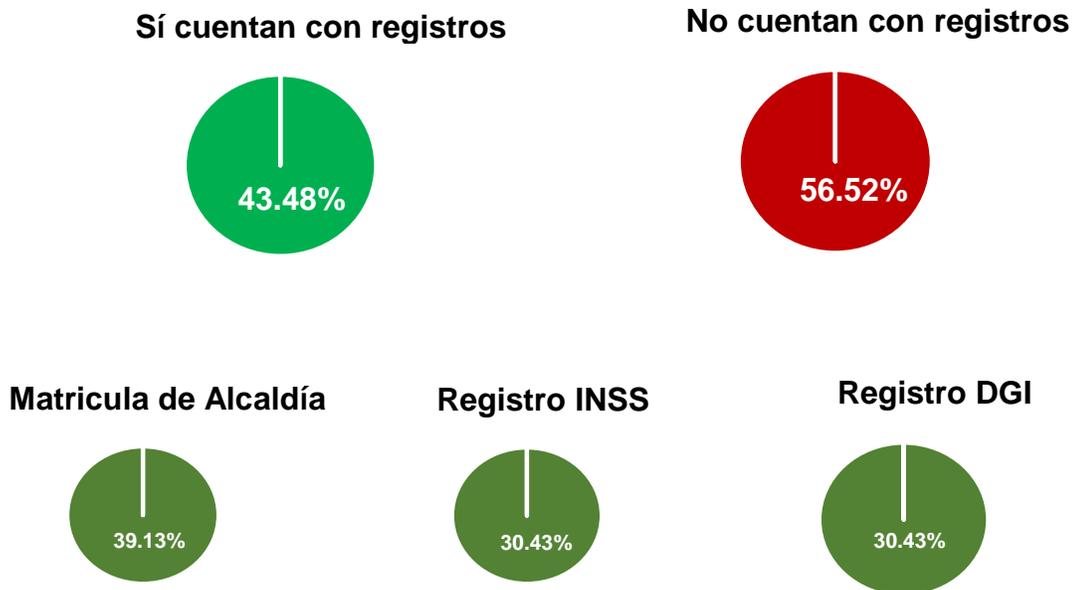
Fuente: Base de datos formato Excel

Nota: Según los datos recolectados basados a las respuestas de los estudiantes encuestados se logra identificar que el 95.65% de los emprendimientos entran en la clasificación de Microempresa contra un 4.35% que se clasifica en el grupo de pequeña empresa

Figura: 7, 8,9,10 y 11

Resultados obtenidos de emprendimientos que cuentan con registros o permisos legales que respaldan la operación de sus negocios de estudiantes UCC modalidad semipresencial, jul-dic22.

N=23



Fuente: Base de datos formato Excel

Nota: La encuesta permitió identificar un dato muy importante y es que el 43.48% de los emprendimientos cuentan con registros y permisos legales como matricula de Alcandía con un 39.13%, registro de INSS con un 30.43% y el registro ante la DGI con un 30.43%, también se pudo lograr medir el número de emprendimiento sin registro siendo el 56.52% de los emprendimientos que aún no cuentan con el registro legal de un negocio.

Tabla 9.

Tipo de registros utilizados por los emprendedores para llevar el control de sus ingresos y egresos, estudiantes UCC modalidad semipresencial, jul-dic22.

N=23

Clasificación por tipo de registro	N° de Emprendimientos	%
Libreta de Apuntes	9	39.13%
Emisión de Facturas	7	30.44%
Libro Diario	4	17.39%
Libro Mayor	4	17.39%
Registro bases de datos formato Excel	7	30.44%
Programa de Contabilidad para Pymes y Empresas	2	8.69%
Servicios Profesionales (Contador Auxiliar o Titulado)	2	8.69%
Otros	1	4.34%
Ninguno	5	27.74%

El 78% de emprendimientos hacen uso de registros de ingresos y egresos

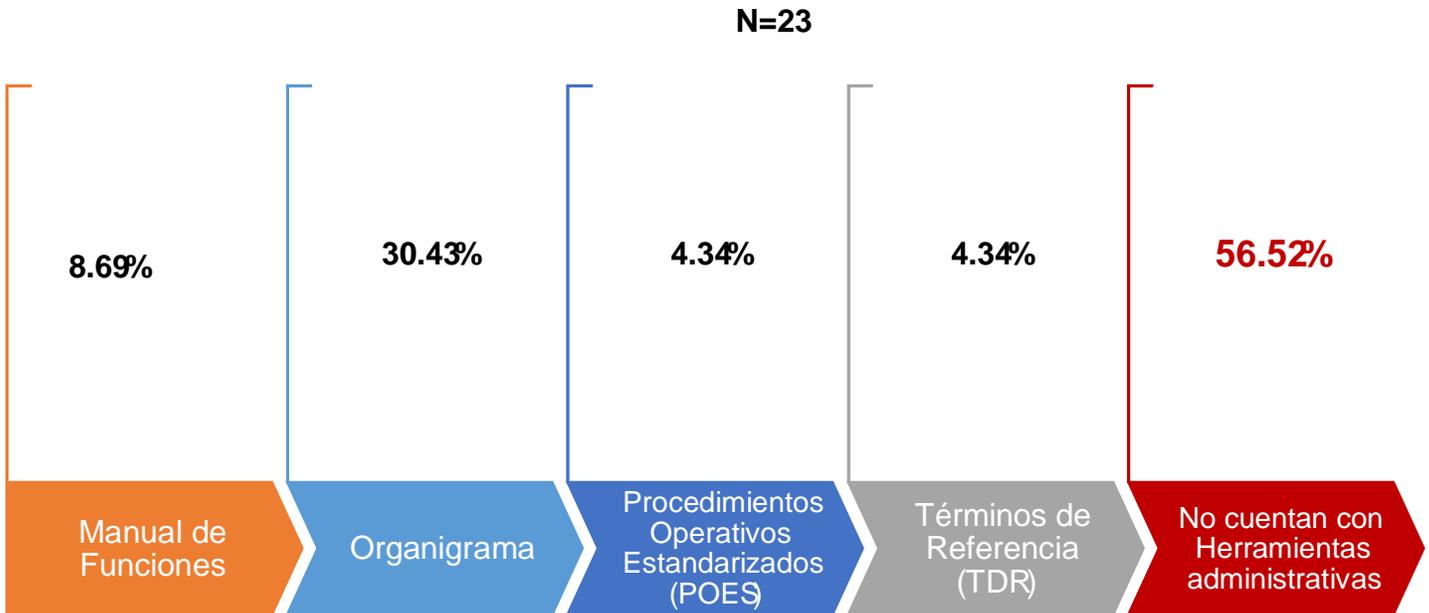


El 21.74% de emprendimientos no llevan ningún tipo de registro.



Figura 11.

Herramientas administrativas utilizadas por los emprendedores que les facilita su operatividad, estudiantes UCC modalidad semipresencial, juldic22.



Fuente: Base de datos formato Excel

Nota: Entre los datos recolectados en la base de datos se logró determinar las herramientas administrativas que más utilizan los emprendedores encuestados siendo el Organigrama con el **30.43%** de los datos obtenidos siguiendo el manual de funciones con el **8.69%**, a pesar de ello el **56.52%** de los emprendedores no utiliza ninguna herramienta administrativa

Figura 12,13,14,15,16,17 y 18

Estrategias de Marketing y Publicidad utilizadas por los emprendedores para promover sus productos y servicios, estudiantes UCC modalidad semipresencial, jul-dic22.

N=23



El 47.83% ya es una marca reconocida



El 82.61% cuenta con logotipo



El 39.13% ha creado su propia página web



El 78.26% hace publicidad por medio de las redes sociales



El 26.09% elabora material publicitario impreso



El 17.39% hace publicidad por medio de la Radio



El 4.35% realiza publicidad por medio de Influencer

Fuente: Base de datos, encuestas realizadas



Resultados obtenidos por medio de la entrevista realizada a docentes y personal administrativo UCC

Se agradece el apoyo y tiempo brindado a todos los que participaron en la entrevista, no se pudo lograr entrevistar a todas las personas previstas por la falta de tiempo en sus agendas y la disponibilidad y tiempos del entrevistador(ra) con respecto a las fechas propuestas en el cronograma pactadas en el proyecto.

Se pudo visibilizar el alto interés y conocimiento expuesto por parte de las personas entrevistadas y la familiarización con el tema presentado muchos de ellos con más de 15 años de experiencia en el mundo de la docencia y soporte técnico con estudiantes por egresar como proyectos realizados por la universidad.

Otro aspecto que se puede resaltar es la confianza que brinda UCC a sus estudiantes y comunidad permitiendo que entidades del gobierno como privadas puedan firmar acuerdos que favorecen al crecimiento económico local, así como de la economía del país permitiendo lograr materializar sus ideas y convertirlas en negocios que generan fuentes de ingresos y disminución del desempleo.

UCC ha creado el “PROGRAMA DE EMPRENDIMIENTO INNOVACIÓN Y DESARROLLO EMPRESARIAL” que brinda la oportunidad a emprendedores poder contar con la asistencia técnica que les permita poder llevar mejores controles de sus activos como la proyección y elaboración de estrategias que garanticen el crecimiento de sus negocios como la permanencia en el mercado.

Un dato muy importante que se puede resaltar es que UCC realiza Ferias de Emprendimientos labrando un camino a aquellos emprendedores que desean darse a conocer y tener la oportunidad que el público pueda conocer sobre sus ideas y productos como de aquellas empresas que participan buscando nuevos productos facilitando oportunidades de mejoras y posicionamiento en el mercado.



Otro dato que resaltar es la oportunidad que tienen los estudiantes UCC para poder poner en práctica sus conocimientos y aprendizajes por medio de Talleres y capacitaciones que realiza UCC donde involucra alumnos de las diferentes carreras para que puedan ser parte del equipo técnico logrando así nuevas experiencias y vivencias del mundo real y no solo basarse de los escenarios hipotéticos o teóricos ya que también pueden hacer uso de la práctica permitiendo poder identificar destrezas y habilidades necesarias al momento que deseen emprender mediante sus propias ideas y modelos de negocios que generen ingresos.

4.3 Estrategias propuestas

Más que proponer estrategias podemos identificar oportunidades de mejoras que permita tanto a docentes que imparten las diferentes materias como estudiantes que desean emprender o que ya cuentan con emprendimientos.

- ✦ Que el presente documento elaborado pueda ser analizado y mejorado por futuras generaciones de estudiantes tanto de su último año como los que están cursando las diferentes modalidades y años.
- ✦ UCC por medio de su equipo técnico especializado en la investigación pueda elaborar un proyecto de estudio aplicado a sus estudiantes donde identifique y visibilice todos los emprendimientos que cuentan sus alumnos a nivel universidad y pueda crear un programa de fortalecimiento técnico e involucrar a los alumnos de las diferentes carreras y en conjunto puedan mejorar sus oportunidades de mejora como el fortalecimiento de sus conocimientos.
- ✦ Que el equipo técnico permita poder trabajar con proyectos o emprendimientos con una temporalidad menor a dos años de operación en el mercado lo que facilitara y permitir identificar las oportunidades de mejora como asesoría técnica siendo parte del estudio de caso.
- ✦ La creación de campañas publicitarias dirigidas a emprendedores para que puedan aplicar a programas de capacitación gratuita que cuenta UCC, para



ello pueden implementar herramientas de marketing así todos puedan estar enterados y preparar sus programas para que el equipo de expertos pueda analizar sus emprendimientos.



CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

En este apartado se presentan las conclusiones de nuestra investigación orientadas a los objetivos específicos que planteamos en el capítulo y finalmente futuras líneas de investigación que pueden ser objeto de estudio por otros estudiantes en pro del desarrollo del tema de emprendimientos.

Basados en los resultados obtenidos y seguimiento al objetivo número 1, se logró identificar que el 9.58% de los estudiantes encuestados cuentan con un emprendimiento activo bajo la modalidad semi presencial, siendo el turno sabatino el que aporta mayor número de emprendimientos para el desarrollo de nuestro trabajo representados por el 95.65% de los emprendimientos, y solo el 4.34% representa la modalidad dominical, con respecto al giro del negocio, se logró identificar que el 65.21% pertenecen al Giro Comercial bajo la categoría de Minorista, un 30.43% pertenece al giro de servicios y el 4.34% es de giro Industrial.

En el objetivo número 2, Se identifica que los emprendimientos en cuanto a las condiciones legales y administrativas en su mayoría no cuentan con registros o permisos para operación de negocios representando el 56.52% es decir que se encuentran de manera informal en el mercado nicaragüense. Con respecto a aquellos emprendimientos que cuentan con registros legales el 43.48% informo que cuenta con permisos tales como Matricula de Alcandía el 39.13% respondió que, si cuenta con dicho permiso, el 3.43% cuenta con registro ante la DGI y el 30.43% con registro de INSS.

Por otro lado, respecto al objetivo número 3, se logra determinar que la mayoría de los emprendimientos realizan publicidad de sus negocios, el 78.26% hace publicidad por medio de las redes sociales, el 82.62% ya cuenta con su propio logo, un 47.83% se considera una marca reconocida y un 39.13% ha creado su propia página web, también se pudo identificar que los medios publicitarios menos utilizados son los



materiales publicitarios impresos con un 26.09%, publicidad por radio un 17.39% y por último el pago a influencer para promover sus productos y servicios.

Respecto a nuestra hipótesis, se concluye que fue comprobado ya que más del 1.5% de estudiantes encuestados tenía un emprendimiento activo. Además, más del 40% de los emprendimientos informó que contaba con permisos o registros para sus operaciones.

De manera general se concluye que se cumplieron los objetivos propuestos en el capítulo 1. Se logró diagnosticar aspectos importantes de los emprendimientos de los estudiantes de la modalidad semi presencial, lo cual los datos recolectados servirán como base para futuras investigaciones que puedan ampliar más datos importantes al tema de emprendimiento, un tema que es de estudio a nivel mundial.

5.1 Futuras líneas de investigación

1. Aplicar el tema de investigación y extenderlo a estudiantes UCC en la modalidad diurna como la aplicación en las otras sedes UCC.
2. Identificar las causas y barreras que limitan a los estudiantes emprendedores a formalizar su negocio.
3. Marketing y Publicidad, su importancia en el desarrollo del emprendimiento.
4. Metodología, saberes y tecnología
5. Procesos sociales y culturales
6. Estrategia Empresarial aplicada a las Mi Pymes
7. Comportamiento Organizacional
8. Competitividad y Productividad de las Mi Pymes
9. Administración de costos aplicados a Mi Pymes
10. Gestión de empresas familiares
11. Mejora de la Calidad Continua



CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES

Las recomendaciones planteadas en relación con los datos obtenidos a través de esta investigación son las siguientes;

6.1 Dirigidas a la Universidad

1. A partir de esta investigación poder contar con una base de datos que contenga información general del estudiante y de su emprendimiento.
2. Contar con un área específica que se encargue de los emprendimientos de los estudiantes en cuanto a dudas, información a programas a aplicar, cursos a desarrollar, etc.
3. Involucrar a los alumnos a través de ciertas materias al apoyo de los emprendimientos de manera interna, es decir, los emprendimientos de los estudiantes de UCC ayudándoles a desarrollar distintos aspectos del negocio y de esa manera aplicar los conocimientos adquiridos.
4. Convocar al alumnado en general para presentar todos los convenios con los que UCC cuenta en tema de emprendimientos.
5. Ofrecer cursos de Excel para emprendedores. Asimismo, cursos sobre el manejo de las redes sociales y la publicidad para el desarrollo de los emprendimientos.

6.2 Dirigidas a los estudiantes

1. Acercase a las autoridades de UCC a solicitar información sobre alianzas que puedan ayudarle en el desarrollo de su negocio.
2. En la medida de lo posible tomar cursos que universidad ofrece para el desarrollo de ciertas habilidades que pueden ayudar al desarrollo del emprendimiento.
3. Solicitar apoyo para la formalización de los emprendimientos.



6.3 Dirigidas a futuras líneas de investigación

1. Programar con tiempo la convocatoria a través de los encargados de escuela
2. Programar con tiempo las entrevistas con autoridades o personal que pretendan entrevistar.



Referencias bibliográficas

Bibliografía

Asamblea Nacional de Nicaragua. (4 de abril de 2008). *Legislación.asamblea.gob.ni*. Obtenido de *Legislación.asamblea.gob.ni*: [http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/b92aeea87dac762406257265005d21f7/2766ff9b6992b6190625744f00752273? OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/b92aeea87dac762406257265005d21f7/2766ff9b6992b6190625744f00752273?OpenDocument)

Asomif. (s.f.). *asomif.org*. Obtenido de *asomif.org*: <https://asomif.org/wpcontent/uploads/2015/06/ley-mipyme.pdf>

Banco Central de Nicaragua. (agosto de 2022). *bcn.gob.ni*. Obtenido de *bcn.gob.ni*: <https://www.bcn.gob.ni/sites/default/files/documentos/Indice%20Mensual%20de%20Actividad%20Econ%C3%B3mica%20-%20IMAE%20Agosto%202022.pdf>

Biasco, I. (s.f.). *El desafío de emprender en el siglo XXI Herramientas para desarrollar la competencia emprendedora*.

Carlos, M. R. (2015). *metodología de investigación*. Ciudad de México: Progreso S.A de C.V.

CGTN ESPAÑOL. (24 de Diciembre de 2021). *CGTN Español*. Obtenido de CGTN Español: <https://espanol.cgtn.com/n/2021-12-24/GDIJAA/Nicaragua-es-elpais-centroamericano-que-genero-mas-emprendimientos-durante-la-crisis-dela-COVID-19/index.html#:~:text=De%20enero%20a%20julio%20del, alternativas%20crearon%20sus%20propios%20emprendimientos>.

Española, R. A. (s.f.). *rae.es*. Obtenido de *rae.es*: <https://dle.rae.es/emprender?m=form>

Forero Roper, S. M., & Castillo Monroy, M. L. (2016). Ingeniería Industrial, Actulidad y Nuevas tendencias. En U. d. Carabobo, *Ingeniería Industrial, Actulidad y Nuevas tendencias* (págs. 139-152). Carabobo, Venezuela: Universidad de Carabobo.

Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional. (2022). *PLAN NACIONAL DE LUCHA CONTRA LA POBREZA*.

Google maps. (30 de octubre de 2022). *Google maps*. Obtenido de Google maps: <https://www.google.es/maps/place/UCC/@12.4186201,-86.8795948,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8f73fe1bb04e86d7:0x913c207>



40c9b6c0c!8m2!3d12.4186149!4d-86.8774061?hl=es

- Inatec. (5 de noviembre de 2020). *Tecnacional.edu.ni*. Obtenido de Tecnaciona.edu.ni : <https://www.tecnacional.edu.ni/programas/programausuracero/?programa=1>
- Israel, R. R. (2019). *Diagnóstico de los emprendimientos artesanales y su impacto en el desarrollo socio-económico de la comuna montañita, año 2018*. La Libertad, Ecuador.
- Larrazza Kintana, M., Contin Pilart, I., & Bayona Sáez, C. (s.f.). *Actividad Emprendedora, innovación y desarrollo económico en España*.
- María, V. C., & Steven, D. r. (2020). *Drivers y frenos del emprendimiento en Nicaragua: un análisis desde una perspectiva Kirzneriana y Schumpeteriana*. Managua: Banco Central de Nicaragua.
- Mario, P. M., Ana, Q. O., Dianelys, N. R., & Arialys, H. N. (enero-abril de 2016). *scielo.sld.cu*. Obtenido de scielo.sld.cu: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s1815-59362016000100010
- MEFCCA. (12 de enero de 2022). *Economía familiar.com.ni*. Obtenido de Economía familiar.com.ni: <https://www.economiafamiliar.gob.ni/websitemefccamvc/noticia-conoce-pasos-para-legalizaciaon-negocio/371>
- Meryfel, P. J. (15 de diciembre de 2021). *multiensayos.unan.edu.ni*. Obtenido de multiensayos.unan.edu.ni: <https://multiensayos.unan.edu.ni/index.php/multiensayos/article/view/368/435>
- Organización Internacional del trabajo. (2015). *Diagnóstico del entorno de negocios de Nicaragua*. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.
- Pro mujer. (19 de noviembre de 2022). *Promujer.org*. Obtenido de Promujer.org: https://promujer.org/b2b/es/#what_we_do
- Rafael, A. R. (2011). *El emprendedor de éxito* (cuarta ed.). Monterrey: McGraw-Hill.
- Torres Arroyave, M. M. (2013). *Prácticas discursivas y capacidad de agencia para el emprendimiento de los jóvenes en contexto de vulnerabilidad, estudiantes de la universidad Uniminuto de Dios-Sede de Bello-*.



Anexos

Entrevista a autoridades UCC

ENTREVISTA A AUTORIDADES UCC, SEDE LEÓN

I. Datos de identificación

Tabla 10. Datos del entrevistado

Nombre del entrevistado:	
Puesto que ocupa o desempeña:	
Fecha de la entrevista:	
Lugar:	
Nombre del entrevistador:	

II. Presentación del proyecto

Somos estudiantes del último año de carrera en la universidad de ciencias comerciales UCC sede León y estamos realizando nuestro proyecto de cierre y obtención de título universitario por lo que nos dirigimos a su persona para poder realizar una entrevista con el objetivo de poder obtener información y datos precisos que nos ayudará y permitirá poder elaborar nuestro proyecto.



Seleccionamos como tema de proyecto *“Diagnóstico organizacional y publicitario de emprendimientos realizados por estudiantes de la modalidad semipresencial de la Universidad de Ciencias Comerciales (UCC), campus León, en el periodo de julio a diciembre 2022”*, con el objetivo de poder proporcionar datos relevantes de los emprendimientos actuales que tienen los estudiantes de esa modalidad y servirá para poder identificar las oportunidades de mejoras y fortalecimientos que pueda brindar la universidad dentro de sus pensum académico como alianzas o apoyos que puedan proporcionar como entidad.

Toda la información que se nos brinde y proporcione será utilizada únicamente para fines del proyecto, garantizando la confidencialidad de los datos y resguardo de estos.

III. Entrevista

1) ¿Considera usted importante que UCC por medio de nuestro proyecto pueda obtener una base de datos de emprendedores que estudian en la sede UCC en la ciudad de León y que cuentan con proyectos de emprendimientos activos? si su respuesta es “SI”, favor especifique ¿Por qué?

2) ¿Con base a su experiencia y conocimientos, qué herramientas, apoyo técnico o financiero puede brindar UCC sede León, a los emprendimientos que se identifiquen durante la investigación que estamos realizando?

3) ¿Dentro de su modelo educativo, a qué cursos, programas o posgrados pueden optar los estudiantes con emprendimiento para fortalecer sus conocimientos y habilidades empresariales?



4) ¿UCC cuenta con convenios o acuerdos con instituciones públicas o privadas, así como ONG, que beneficien a los estudiantes - emprendedores de la UCC? si su respuesta es “SÍ”, ¿nos puede indicar cuáles son esas entidades?

Basándonos en la pregunta anterior y si su respuesta fue “SI”

4.1) ¿Cómo pueden aplicar a los beneficios los estudiantes UCC con proyectos de emprendimiento o que pasos debe seguir para poder optar a ellos?

Sabemos que muchos emprendimientos su primer año en operaciones es muy difícil y que pueden fracasar si no cuentan con las herramientas o habilidades necesarias para subsistir en el mercado y mundo de los negocios lo que surge la siguiente interrogante.

5) ¿UCC ha pensado o tiene algún interés en poder desarrollar o implementar algún programa de fortalecimiento y seguimiento a aquellos proyectos de emprendimiento que se encuentren en esta fase siendo beneficiados los estudiantes-emprendedores de UCC?

Muchas gracias, agradecemos su participación y respuestas brindadas.



Encuesta a estudiantes de UCC

ENCUESTA A ESTUDIANTES UCC DE LA MODALIDAD SEMIPRESENCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES (UCC), SEDE LEÓN, NICARAGUA

I. Introducción

El objetivo de la presente encuesta es poder conocer los proyectos o emprendimientos propios que tienen los estudiantes de las diferentes carreras que estudian en UCC sede León de la modalidad semipresencial y servirá como base de datos a la universidad y permitirá lograr identificar las oportunidades de mejoras como aportes que puede brindar la entidad en el crecimiento profesional y conocimientos a adquirir los estudiantes para el logro de sus objetivos personales y de emprendimiento.

toda la información y datos proporcionados solo serán utilizados para fines del estudio y proyecto de graduación de los presentes entrevistadores resguardando los datos e información brindada bajo la norma de confidencialidad.

Instrucciones:

- 1) Marco con una **X** en la casilla donde corresponda mi respuesta
- 2) Lleno los espacios en blanco con los datos requeridos

I. Datos del encuestado:

Modalidad de estudio: Sabatino Dominical

Número de carné estudiantil: _____

Sexo al nacer: Masculino Femenino

Grupo Etario:

15-19 , 20-24 , 25-29 , 30-34 , 35-39 , 40-44 , 45-49 50 a más

Carrera que cursa:



Administración de Empresas

Administración de Empresa Turística y Hotelera

Agronomía

Arquitectura

Contabilidad Pública y Finanzas

Derecho

Diseño Gráfico

Ingeniería Civil ingeniería

Industrial

Ingeniería en Sistemas

Marketing y Publicidad

Otra

Año que cursa: Primero Segundo Tercero Cuarto Quinto

III. Descripción de negocio o emprendimiento:

¿Usted cuenta con emprendimiento propio? SÍ NO

¿Cuál es el nombre de su emprendimiento? _____

¿Cuál es el giro de su emprendimiento?

Nota: marca con una X solo la categoría que corresponde según el giro de su emprendimiento



Giro de Empresa	Categoría	Marca con una X
1. Giro Comercial	Minorista	<input type="checkbox"/>
	Mayorista	<input type="checkbox"/>
	Comisionista	<input type="checkbox"/>
2. Giro de Servicios	Ofrecidos a personas	<input type="checkbox"/>
	Ofrecidos a otras empresas u organizaciones	<input type="checkbox"/>
3. Giro Industrial	Empresas agropecuarias	<input type="checkbox"/>
	Empresas manufactureras	<input type="checkbox"/>
	Empresas extractivas	<input type="checkbox"/>
	Empresas extractivas	<input type="checkbox"/>
	Empresa de giro auxiliar	<input type="checkbox"/>

¿Cuánto tiempo tiene su emprendimiento o negocio de estar operando?

a) menor a 1 año b) de 1 a 2 años c) más de 2 años

¿Cómo obtuvo su capital inicial o fuente de financiamiento?



- a) Ahorros b) Préstamos c) Aporte familiar d) Venta de bienes o activos e) Herencia f) Fondos de Gobierno g) Otros

¿Cómo se clasifica su empresa según su forma jurídica?

- a) Empresario Autónomo
b) Sociedad Anónima (S.A)
c) Sociedad Limitada (SL)
d) Sociedad Cooperativa

¿Tipo de empresa?

- Microempresa, (de 1 a 10 trabajadores)
 Pequeña, (de 10 a 50 trabajadores)
 Mediana, (de 50 a 250 trabajadores)
 Grande, (más de 250 trabajadores)

IV. Permisos y registros

¿Cuenta con los siguientes registros o permisos?

- a. Matrícula de Alcaldía: SI NO
b. Registro DGI: SI NO
c. Registro INSS: SI NO

V. Estructural

¿Posee?

- a. Organigrama: SI NO
b. Manual de funciones SI NO



- c. Términos de Referencia SI NO
- d. Procedimientos Operativos Estandarizados SÍ NO
- e. N/A

VI: Contables

¿Su emprendimiento o negocio cuenta con los siguientes registros o servicios?

- a. Libro diario: SI NO
- b. Libro mayor: SI NO
- c. Emisión de Facturas: SI NO
- d. Servicio profesional (contador Auxiliar o titulado): Si NO
- e. Libreta de Apuntes Si NO
- f. Registro en bases de datos formato Excel: Si NO
- g. Programas de contabilidad para Pymes y Empresas: Si NO
- h. N/A

VII. Marketing y Publicidad

¿Su emprendimiento ya es una marca reconocida? SÍ NO

¿Su empresa o emprendimiento cuenta con logotipo? SÍ NO

¿Hace publicidad en redes sociales? SÍ NO

¿Su emprendimiento posee página Web? Si NO

¿Paga a Influencer o colaboradores para promover su empresa o emprendimiento?
SÍ NO

¿Elabora materiales publicitarios como panfletos, trifoliales o volantes? SÍ NO



¿Paga servicio publicitario en radios? SÍ NO Otros,

especifique: _____

Muchas gracias por su participación y datos proporcionados

Tabla 10.

Hoja de registro de encuestados

Fecha de visita	Número de estudiantes en listado UCC	Número de estudiantes que se presentaron a clases	Número de estudiantes que respondieron o levantaron la mano: Que "Si" cuentan con emprendimiento	Número de estudiantes que si cuentan con emprendimiento pero que no aceptaron responder la encuesta
15/10/2022	6	5	2	0
15/10/2022	5	5	2	0
15/10/2022	16	14	1	0
15/10/2022	9	8	0	0
15/10/2022	5	5	1	0
15/10/2022	4	4	1	0
15/10/2022	21	19	1	0
15/10/2022	5	4	0	0
15/10/2022	17	4	1	0
15/10/2022	6	6	2	0
15/10/2022	24	17	0	0
15/10/2022	24	12	0	0
15/10/2022	11	11	2	0
15/10/2022	32	26	1	0
15/10/2022	38	32	1	0
15/10/2022	2	2	0	0
15/10/2022	9	9	2	0
15/10/2022	16	15	2	0
15/10/2022	7	7	3	0
16/10/2022	12	10	0	0
16/10/2022	5	1	0	0
16/10/2022	1	1	1	0
16/10/2022	37	15	0	0
16/10/2022	13	5	0	0
16/10/2022	4	1	0	0
16/10/2022	11	2	0	0
	340	240	23	

Fuente: Elaboración de los autores

Figura 19, 20, 21 y 22

Fotos aplicando encuestas, campus León



Tabla 11.
Presupuesto de efectivo

Descripción de Gastos	Gastos Previsto	Gasto Real	Diferencia
Movilización y Transporte	C\$640.00	C\$ 200.00	C\$ 440.00
Alimentos	C\$1,000.00	C\$700.00	C\$300.00
Papelería y útiles	C\$1,040.00	C\$2,364.00	C\$1,324.00
Servicio de Internet	C\$1,000.00	C\$100.00	C\$900.00
Asesor Tecnológica	C\$1,500.00	0	0
Incentivos y otros	C\$1,500.00	C\$550.00	C\$950.00
Sumatorias	<u>C\$6,680.00</u>		

Fuente: Elaboración de los autores

Figura 23, 24 y 25

Cronograma de actividades julio, agosto y septiembre 2022.

Detalles de actividades				Julio														
Actividad	Encargado de realizar	Fecha de in	Fecha final	17/07/2022	18/07/2022	19/07/2022	20/07/2022	21/07/2022	22/07/2022	23/07/2022	24/07/2022	25/07/2022	26/07/2022	27/07/2022	28/07/2022	29/07/2022	30/07/2022	31/07/2022
Elección del tema	Brayan, Christopher, Allison	17/07/2022	31/07/2022	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
Desarrollo de objetivos	Brayan, Christopher, Allison	31/07/2022	31/07/2022															
Realización de antecedentes, justificación, planteamiento del problema	Brayan, Christopher, Allison	31/07/2022	31/07/2022															
Presentación de primer avance	Brayan, Christopher, Allison	31/07/2022	31/07/2022															

Detalles de actividades				Agosto																																	
Actividad	Encargado de realizar	Fecha de in	Fecha final	01/08/2022	02/08/2022	03/08/2022	04/08/2022	05/08/2022	06/08/2022	07/08/2022	08/08/2022	09/08/2022	10/08/2022	11/08/2022	12/08/2022	13/08/2022	14/08/2022	15/08/2022	16/08/2022	17/08/2022	18/08/2022	19/08/2022	20/08/2022	21/08/2022	22/08/2022	23/08/2022	24/08/2022	25/08/2022	26/08/2022	27/08/2022	28/08/2022	29/08/2022	30/08/2022	31/08/2022			
				Retroalimentación primer avance	MSc. Armando Hernández	01/08/2022	01/08/2022	█																													
Presentación de primer avance con correcciones incluidas	Brayan, Christopher, Allison	07/08/2022	07/08/2022							█																											
Presentación de capítulo I completo	Brayan, Christopher, Allison	21/08/2022	21/08/2022																																		
Retroalimentación del capítulo I completo	MSc. Armando Hernández	21/08/2022	21/08/2022																																		
Correcciones de observaciones del capítulo I completo	Brayan, Christopher, Allison	22/08/2022	31/08/2022																																		
Desarrollo del capítulo II	Brayan, Christopher, Allison	22/08/2022	31/08/2022																																		
Presentación de avances del capítulo II	Brayan, Christopher, Allison	31/08/2022	31/08/2022																																		

Detalles de actividades				Septiembre																																	
Actividad	Encargado de realizar	Fecha de in	Fecha final	01/09/2022	02/09/2022	03/09/2022	04/09/2022	05/09/2022	06/09/2022	07/09/2022	08/09/2022	09/09/2022	10/09/2022	11/09/2022	12/09/2022	13/09/2022	14/09/2022	15/09/2022	16/09/2022	17/09/2022	18/09/2022	19/09/2022	20/09/2022	21/09/2022	22/09/2022	23/09/2022	24/09/2022	25/09/2022	26/09/2022	27/09/2022	28/09/2022	29/09/2022	30/09/2022				
				Retroalimentación del avance capítulo II	MSc. Armando Hernández	01/09/2022	01/09/2022	█																													
Correcciones de observaciones del capítulo II	Brayan, Christopher, Allison	02/09/2022	10/09/2022		█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
Presentación de capítulo II con correcciones incluidas	Brayan, Christopher, Allison	11/09/2022	11/09/2022																																		
Retroalimentación de capítulo II con correcciones incluidas	MSc. Armando Hernández	11/09/2022	11/09/2022																																		
Desarrollo capítulo III (Diseño metodológico)	Brayan, Christopher, Allison	12/09/2022	16/09/2022																																		
Presentación de avances del capítulo III	Brayan, Christopher, Allison	17/09/2022	17/09/2022																																		
Retroalimentación de avances capítulo III	MSc. Armando Hernández	17/09/2022	17/09/2022																																		
Correcciones de capítulo III	Brayan, Christopher, Allison	17/09/2022	20/09/2022																																		
Entrega de protocolo	Brayan, Christopher, Allison	21/09/2022	21/09/2022																																		

Fuente: Elaboración de los autores

Figura 26, 27 y 28

Cronograma de actividades octubre, noviembre y diciembre 2022

Detalles de actividades				Octubre																																	
Actividad	Encargado de realizar	Fecha de in	Fecha final	01/10/2022	02/10/2022	03/10/2022	04/10/2022	05/10/2022	06/10/2022	07/10/2022	08/10/2022	09/10/2022	10/10/2022	11/10/2022	12/10/2022	13/10/2022	14/10/2022	15/10/2022	16/10/2022	17/10/2022	18/10/2022	19/10/2022	20/10/2022	21/10/2022	22/10/2022	23/10/2022	24/10/2022	25/10/2022	26/10/2022	27/10/2022	28/10/2022	29/10/2022	30/10/2022	31/10/2022			
Aplicación de entrevistas a autoridades UCC	Brayan, Allison	01/10/2022	15/10/2022																																		
Aplicación de encuestas a estudiantes en estudio	Brayan, Allison	01/10/2022	15/10/2022																																		

Detalles de actividades				Noviembre													
Actividad	Encargado de realizar	Fecha de inicio	Fecha final	21/11/2022	22/11/2022	23/11/2022	24/11/2022	25/11/2022	26/11/2022	27/11/2022	28/11/2022	29/11/2022	30/11/2022	1/12/2022	2/12/2022	3/12/2022	4/12/2022
Entrega de trabajo final para revisión	Brayan, Christopher, Allison	21/11/2022	21/11/2022														
Retroalimentación	Mesa técnica de revisión	22/11/2022	1/12/2022														
Corrección de observaciones	Brayan, Christopher, Allison	3/12/2022	3/12/2022														
Pre defensa	Brayan, Christopher, Allison	4/12/2022	4/12/2022														

Detalles de actividades				Diciembre													
Actividad	Encargado de realizar	Fecha de inicio	Fecha final	5/12/2022	6/12/2022	7/12/2022	8/12/2022	9/12/2022	10/12/2022	11/12/2022	12/12/2022	13/12/2022	14/12/2022	15/12/2022	16/12/2022	17/12/2022	18/12/2022
Entrega de trabajo final para revisión	Brayan, Christopher, Allison	21/11/2022	21/11/2022														
Retroalimentación	Mesa técnica de revisión	22/11/2022	1/12/2022														
Corrección de observaciones	Brayan, Christopher, Allison	3/12/2022	3/12/2022														
Pre defensa	Brayan, Christopher, Allison	4/12/2022	4/12/2022														
Corrección de observaciones	Brayan, Christopher, Allison	5/12/2022	14/12/2022														
Entrega de trabajo final	Brayan, Christopher, Allison	14/12/2022	14/12/2022														
Defensa final	Brayan, Christopher, Allison	18/12/2022	18/12/2022														

Fuente: Elaboración de los autores