



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA

UNAN - MANAGUA

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS JURÍDICAS

“Año de la Reconciliación”

**TESIS DE SEMINARIO DE GRADUACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE
LICENCIADO (A) EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

TEMA:

Experiencias de emprendedurismo como oportunidad de desarrollo profesional en estudiantes de Comunicación para el Desarrollo de V año matutino de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua durante el I semestre 2019, caso de proyectos de emprendimiento; Fitografía, Chanfaina Tv, Yaru Make up y Pétalos Nails Nicaragua.

AUTORES:

Br. Suyen Margarita Aguirre Hernández

Br. Karla Nadieska Chévez González

Tutor y asesor metodológico: MSc. Milán Prado Cuarezma

Managua, Noviembre 2019

¡A la libertad por la Universidad!

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo a:

Dios, nuestro Padre Celestial por darnos vida, salud y sabiduría para lograr culminar nuestros estudios.

A nuestras madres, quienes han luchado arduamente para que podamos culminar nuestra carrera, por sus consejos y ánimo de seguir adelante a pesar de las adversidades.

A nuestras familias, por el apoyo incondicional, por los consejos y la motivación dada en cada etapa de la carrera.

A nuestros docentes, por su paciencia y consejos, por los conocimientos brindados de manera profesional y ética; desarrollando en nosotras un pensamiento crítico.

Agradecimientos

Damos gracias a Dios nuestro creador por la vida, fortaleza, sabiduría y paciencia dada para poder culminar nuestra carrera; por la familia que nos ha dado, quienes nos han brindado incondicionalmente su apoyo moral y económico.

Agradecemos de manera especial a los cuatro jóvenes emprendedores de la carrera de Comunicación para el Desarrollo; Bonnielly Calero, Lumara Alemán, Abigail Blandino y Rodolfo Rivas, por su apoyo en la realización de este proyecto de estudio de caso, por su tiempo e información brindada.

Contenido

I.	Introducción.....	1
II.	Antecedentes.....	2
III.	Justificación.....	4
IV.	Planteamiento del problema	5
A.	Caracterización	5
B.	Delimitación	5
C.	Formulación.....	5
D.	Preguntas directrices.....	5
V.	Objetivos.....	7
A.	Objetivo General.....	7
B.	Objetivos específicos.....	7
VI.	Marco Teórico	8
A.	La educación universitaria.....	8
B.	Formación Profesional.....	8
C.	El desarrollo profesional.....	8
D.	Emprendedurismo.....	9
E.	Emprendimiento	9
F.	Factores que motivan el emprendimiento.....	9
G.	Competencias y Emprendimiento.....	10
H.	Tipos de emprendedor	11
I.	Otros tipos de emprendedores	13
J.	Características de los emprendedores.....	14
K.	¿Porque algunas personas se hacen emprendedoras?.....	14
L.	Importancia de los emprendedores en la sociedad	17
M.	Responsabilidad social y desarrollo sostenible	18
N.	Propósito de los emprendimientos.....	18
VII.	Diseño Metodológico	20
A.	Tipo de estudio	20
B.	Área de estudio	20
C.	Unidad de estudio	20
D.	Universo y muestra.....	20

E.	Métodos y Técnicas	21
F.	Plan de tabulación y Análisis estadístico de los datos.....	22
G.	MOVI: Matriz de Operacionalización de Variables de Investigación	23
VIII.	Análisis y discusión de resultados de encuestas	25
IX.	Conclusiones.....	45
X.	Recomendaciones	46
XI.	Lista de Referencias	47
Anexos.	49

RESUMEN

El emprendedurismo en estudiantes universitarios ha sido de gran aceptación, ya que a pesar de que en las universidades no siempre se promueve el espíritu emprendedor, los jóvenes se aventuran a emprender haciendo lo que más les apasiona, logrando poner en práctica sus conocimientos mejorando su nivel de innovación y obteniendo un mejor desarrollo profesional. Pues cabe señalar que los estudiantes por medio del emprendedurismo han logrado romper barreras como el miedo tomando riesgos al tener un proyecto a cargo, llevarlo a cabo y mantenerlo a flote; esto influye en su desarrollo profesional al ejercer la comunicación desde diversos ámbitos desarrollando habilidades y destrezas comunicativas que lo convierten en personas capaces de generar ingresos con un mejor nivel de competitividad.

Hoy en día en la educación superior se debe de brindar las herramientas necesarias para promover el emprendedurismo en estudiantes, quienes al emprender buscan apoyo para llevar a cabo un proyecto referente a la carrera que se está cursando poniendo en práctica los conocimientos adquiridos, brindando servicios y productos innovadores con el objetivo de realizarse profesionalmente y apoyar al desarrollo del país tratando de ser empleadores en vez de empleados en busca de obtener rentabilidad para luego posicionarse en un mercado aportando así en la disminución de la tasa de pobreza del país.

I. Introducción

El emprendedurismo en universitarios cada vez va teniendo más auge, y es que, hoy en día los jóvenes se han animado a emprender a pesar de tener la responsabilidad de estudiar, ya que consideran que por medio de proyectos de emprendimiento pueden lograr generar ingresos para suplir gastos universitarios, poniendo en práctica los conocimientos de educación superior e influyendo en su desarrollo profesional. emprender va más allá de visionar, pues cabe señalar que emprender siendo estudiante tiene ventajas, entre estas es tener la claridad sobre lo que le apasiona hacer y lo que necesita poner practica para llevar a cabo un proyecto con innovación.

Esta investigación aborda la importancia de promover el espíritu emprendedor en universitarios, para mejorar el nivel profesional de los estudiantes por medio del desarrollo de habilidades y destrezas comunicativas adquiridas en la práctica. Cabe destacar que, al emprender, un universitario requiere de apoyo de ciertas asignaturas cursadas para consolidar ideas al momento de llevar a cabo un proyecto de emprendimiento, por lo que la metodología de los docentes podría requerir de clases más prácticas, así como fomentar la cultura emprendedora en universitarios.

Con esta investigación se pretende motivar a los estudiantes a emprender para desarrollar habilidades y destrezas comunicativas por medio de la práctica, así mismo instar a los docentes a promover el emprendedurismo para formar profesionales altamente capacitados que puedan ser empleadores a corto plazo y servir a la sociedad. Tal como los proyectos abordados en esta investigación por medio de estudio de caso en las experiencias de emprendedurismo como oportunidad de desarrollo profesional en estudiantes de Comunicación para el Desarrollo de V año matutino de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua durante el I semestre 2019, caso de proyectos de emprendimiento; Fitografía, Chanfaina Tv, Yaru Make up y Pétalos Nails Nicaragua.

II. Antecedentes

El tema “Experiencias del emprendedurismo como oportunidad de desarrollo profesional en estudiantes de Comunicación para el Desarrollo de V año matutino de la UNAN- Managua” resultó de gran interés, ya que son pocos los estudiantes del país que se deciden a emprender por falta de motivación y apoyo tanto en las universidades como en la familia.

Aunque, cabe destacar que diversas universidades como la Universidad Central de Nicaragua UCN, para promover el emprendedurismo en estudiantes, han implementado clases obligatorias de emprendimiento en todas sus carreras, instando a sus estudiantes a ser innovadores y a aprovechar las herramientas dadas para desarrollar proyectos de su perfil profesional. (Aleján, 2017).

Para elaborar los antecedentes se revisaron diferentes centros de documentación como; páginas de internet, biblioteca, así como la visita a diferentes centros universitarios y técnicos. Después de la búsqueda se verificó que el emprendedurismo en Nicaragua ha sido de gran interés para muchas empresas y organizaciones gubernamentales con programas de desarrollo de habilidades y destrezas e innovación, tal como Nicaragua Diseña y carreras técnicas impulsadas por el gobierno con acreditación del Instituto Nacional Tecnológico INATEC.

Se logró observar que a pesar que diversas instituciones y organizaciones promuevan el emprendedurismo, estas no le dan el debido seguimiento empresarial a los emprendedores, de manera que aprendan a desarrollarse mejor en el sector económico y puedan lograr una estabilidad económica. Es decir que, los emprendedores pueden tener ideas de como emprender con un capital prestado, pero no todos tienen idea de cómo seguir adelante con cada uno de sus proyectos ni como tener rentabilidad y un buen posicionamiento, por lo que no logran mantenerse ni por tres años.

La actual investigación se distingue por pretender motivar a los jóvenes universitarios a emprender a pesar de las dificultades por medio del análisis de experiencias desarrollado en el presente seminario de graduación; de manera que conozcan las oportunidades de desarrollo profesional que deben aprovechar con las herramientas que necesitan para crear y desarrollar sus proyectos tal como; Fitografía, Chanfaina Tv, Yaru Make up y Pétalos Nails Nicaragua.

Por medio de la búsqueda de información que se realizó, se encontró un estudio similar referente al emprendedurismo “Principales factores socioeconómicos que limitan la creación y el desarrollo del emprendedurismo en los jóvenes de la ciudad de Estelí en el II semestre del año 2016.” (Blandón A et al, 2016) Esta investigación aborda los factores que están obstaculizando a que los jóvenes emprendan, así como la falta de estímulo para el desarrollo económico del emprendedurismo y estrategias económicas que incentivan el desarrollo del emprendedurismo en jóvenes de la ciudad de Estelí.

También se encontró un estudio referente al emprendedurismo y el desarrollo profesional “Evaluación de Factores Básicos de Competencia de Emprendimiento Empresarial en los Estudiantes de Turismo. El caso de la Universidad San Martín de Porres, Lima (Perú)” (Meza, 2011). Esta investigación aborda los factores que motivan a emprender y buscar un desarrollo profesional por parte de los estudiantes que se deciden a emprender de forma que crean un ámbito competitivo en sus vidas creándose oportunidades de desarrollo.

La presente investigación se caracteriza por el análisis de experiencias de emprendedurismo como oportunidad de desarrollo profesional en estudiantes de Comunicación para el Desarrollo de V año matutino, casos de cuatro proyectos de emprendimiento distintos; Fitografía, Chanfaina Tv, Yaru Make up y Pétalos Nails Nicaragua, cuyos emprendedores son estudiantes que ponen en práctica sus conocimientos tratando de mantenerse a flote. Por medio de este análisis conoceremos la motivación de estos jóvenes que los llevó a emprender, sus experiencias y sus sueños más anhelados con cada uno de sus proyectos.

III. Justificación

Con la presente investigación se procura realizar un análisis de experiencias de emprendimiento como oportunidad de desarrollo profesional en jóvenes universitarios, de manera que se conozca la razón que los motivó a emprender, de qué manera emprendieron, como están poniendo en práctica sus conocimientos de educación superior, los obstáculos a los que se han enfrentado así como la importancia que tiene para ellos el emprender en el país.

“En Nicaragua, el tema de emprendedurismo está tomando relevancia en la agenda nacional producto del esfuerzo de la Red Nicaragüense de Fomento del Emprendedurismo, en la cual participan universidades públicas y privadas que tienen experiencias con áreas de emprendedurismo y otras instituciones públicas y privadas”. (Aráuz A, s.f.).

Sin embargo, la UNAN-Managua no tiene experiencia de emprendedurismo, aunque si tiene interés de iniciar el proceso de promoción del emprendedurismo por lo que puede retomar las experiencias de universidades que si la tienen. Pues es importante que los universitarios de hoy pongan en práctica sus capacidades contribuyendo en la generación de ingresos y mejorando su nivel de competitividad.

Según las Áreas de trabajo y Líneas de Investigación de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua, el tema de Experiencias de emprendedurismo como oportunidad de desarrollo profesional en estudiantes de Comunicación para el Desarrollo de V año matutino de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua durante el I semestre 2019, Caso proyectos de emprendimiento Fitografía, Chanfaina Tv, Yaru Make up, Pétalos Nails Nicaragua corresponde a la línea de investigación de Investigación, Innovación y emprendedurismo del Área de Población, educación, inclusión social e interculturalidad.

IV. Planteamiento del problema

A. Caracterización

El tema del emprendimiento en Nicaragua ha tenido auge, ya que hoy en día cada vez son más los jóvenes que se animan a emprender con programas como los del gobierno que fomentan la cultura emprendedora desde temprana edad por medio de la formación técnica vocacional impartidas con acreditación de INATEC. Sin embargo, el emprendedurismo no se ha visto reflejado tanto en universitarios, lo cual causa impacto, ya que con las herramientas básicas de educación superior solo abogan por prácticas pre-profesionales.

B. Delimitación

El anhelo de muchos estudiantes es poder tener un buen desarrollo profesional por lo que buscan insaciablemente donde realizar sus prácticas, mientras otros cuya cantidad es mínima, se avientan a emprender su propio negocio tal como los jóvenes dirigentes de los proyectos emprendidos de Fitografía, Chanfaina Tv, Yaru Make Up y Pétalos Nails Nicaragua, quienes actualmente cursan el V año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua.

A pesar de que emprender siendo aún un estudiante no es fácil por la responsabilidad que se adquiere con el rendimiento académico y un proyecto emprendido, por medio del emprendimiento se puede adquirir experiencia de lo que te apasiona hacer, así como realizar un proyecto del cual puedas emplear a corto o largo plazo y aportar a la reducción de la pobreza a nivel local.

En este caso el emprendedurismo de los proyectos de fitografía, Chanfaina Tv, Yaru Make Up y pétalos Nails Nicaragua; presentan una importante repercusión para crear valor, crear en sus iniciativas y poner en práctica todo lo aprendido en su carrera.

C. Formulación

¿Cómo surgió el emprendimiento de Fitografía, Chanfaina Tv, Yaru Make Up y Pétalos Nails Nicaragua de manera que desarrollan habilidades y destrezas comunicativas por medio de las estrategias de emprendimiento y niveles de innovación en el transcurso de sus proyectos del primer semestre de 2019?

D. Preguntas directrices

¿Cuál es la experiencia estructural y el nivel de innovación en el desarrollo profesional?

¿Cómo influye la inserción de los proyectos emprendidos de Fitografía, Chanfaina Tv, Yaru Make Up y Pétalos Nails Nicaragua en el desarrollo profesional de los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo?

¿De qué manera los factores de emprendimiento, la formación académica y profesional de la carrera de Comunicación para el Desarrollo influyó en la puesta en marcha de los proyectos emprendidos como oportunidad de desarrollo profesional?

V. Objetivos

A. Objetivo General

Analizar las experiencias de emprendedurismo como oportunidad de desarrollo profesional en estudiantes de Comunicación para el Desarrollo de V año matutino de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua durante el I semestre 2019, Caso proyectos de Fitografía, Chanfaina Tv, Yaru Make up, Pétalos Nails Nicaragua.

B. Objetivos específicos

1. Sistematizar las experiencias de los proyectos de emprendimiento mencionados y destacar el nivel de innovación en el desarrollo profesional.
2. Indagar acerca del proceso de inserción al emprendimiento de los proyectos de emprendimiento de Fitografía, Chanfaina Tv. Yaru Make Up, Pétalos Nails Nicaragua como oportunidad de desarrollo profesional de los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo.
3. Valorar los factores de emprendimiento vinculados a la formación académica y profesional de los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo para la puesta en marcha de sus proyectos e incidencia como oportunidad de desarrollo profesional.

VI. Marco Teórico

A. La educación universitaria

Está en el interés de todos, creando cultura, ciencia y tecnología, recreando tradiciones y conocimientos. La educación está compuesta por profesores y estudiantes donde por medio del humanismo se pretende formar profesionales altamente capacitados a ejercer su labor con vocación, amor y respeto.

Para la sociedad, el Estado y la empresa, por el aporte que de ella esperan mediante la formación de profesionales con excelencia académica, humanistas, científicos, técnicos e investigadores dedicados a la generación y búsqueda de nuevos conocimientos, traducidos en respuestas competitivas y solidarias a las demandas que plantea el actual proceso de globalización y la revolución científica y tecnológica de la era del conocimiento (García, 2003)

B. Formación Profesional

La educación es un derecho humano y un deber social fundamental, es democrática gratuita y obligatoria. El Estado la asumirá como una función indeclinable y de máximo interés en todos sus niveles y modalidades, está fundamentada en el respeto a todas las corrientes de pensamiento, con la finalidad de desarrollar el potencial creativo de cada ser humano y el pleno ejercicio de su personalidad en una sociedad democrática basada en la valoración ética del trabajo y en la participación activa, consciente y solidaria en los procesos de transformación social consustanciados con los valores de la identidad cultural. (Meza, 2011)

El objetivo de la educación es la formación de hombres libres, conscientes y responsables de sí mismos, capaces de su propia determinación. En esto consiste el hecho humano de la educación, en la formación de la conciencia moral, en la capacidad de discernir entre el bien y el mal. El punto más importante del proceso educativo es la voluntad del individuo, para que sea capaz de tomar resoluciones libres, regidas por las normas y valores éticos y morales.

C. El desarrollo profesional

Por medio de la educación superior los estudiantes pueden tener una formación profesional que les permita desarrollarse en su ámbito. Para lograr el desarrollo profesional inciden varios factores tal como el emprendimiento empresarial del cual no se necesita un título para poder llevarlo a cabo sino que basta con poner en práctica los conocimientos adquiridos. Por lo general los universitarios en Nicaragua se desarrollan profesionalmente hasta que llegan a

sus prácticas pre profesionales sin saber que pueden desarrollarse profesionalmente por medio del emprendimiento.

D. Emprendedurismo

El emprendedurismo comprende desde los pensamientos hasta las ideas convertidas en un proyecto real, ya sea una empresa con fines lucrativos o una organización social que genere innovaciones y empleos. (MIFIC, 2016)

Por medio del emprendedurismo se identifican oportunidades de negocios llevando a cabo una meta planteada en determinado tiempo, generando beneficios y oportunidades según el compromiso de las personas.

E. Emprendimiento

El emprendimiento es la capacidad de una persona o grupo en llevar a cabo una meta u objetivo, utilizada para crear una empresa o innovar en una empresa para obtener productos nuevos o mejorar algunos ya existentes.(Gerencie, 2016). El emprendimiento no está ligado solo a la creación de negocios sino que también pueden ser otros tipos de organizaciones, instituciones no necesariamente comerciales.

El emprendimiento a diferencia del emprendedurismo está más ligada a la innovación y mejoramiento de productos o la oferta de una empresa. Esta actividad requiere esfuerzo, trabajo, dedicación y tiempo para poder tener rentabilidad potenciando el bienestar humano mejorando el nivel de vida de las personas. Para esto hay diversos factores que inciden al emprender según su motivación.

F. Factores que motivan el emprendimiento

La motivación es un aspecto estratégico que influye en el emprendimiento ya que a través de este se logra tener mayor voluntad y desempeño en la labor a desempeñar, alcanzando mejores índices de productividad. El universitario que decida emprender debe de estar siempre motivado para lograr un buen desarrollo y sea de calidad en la labor académica como estudiante y en la parte administrativa de su proyecto emprendido.

Al emprender un universitario, este debe de ser competitivo profesionalmente para poder tener éxito en su desempeño, de igual forma debe de ser generadora de ideas desarrollando competencias necesarias para ofrecer servicios de calidad. Para esto diversos factores que

motivan animan a los universitarios a emprender de acuerdo al sector económico, los principales son:

Oportunidades de inversión: Da como resultado en la promoción de la inversión pública y privada en el desarrollo de infraestructura básica y puesta en valor de determinados recursos.

Oportunidades de negocios: A pesar que hay diferencia entre una empresa y un negocio en cuanto a que el negocio está siempre ligado a obtener ganancias, estos aun así tienen la oportunidad de construirse una entidad determinada a ofrecer un servicio.

Demandas insatisfechas: Las demandas insatisfechas motivan a que universitarios se interesen a cubrir dicha demanda de forma completa supliendo las necesidades de las personas con determinados servicios.

Desarrollo profesional: Universitarios también emprenden con el objetivo de poner en práctica sus conocimientos, siendo auto empleado y poder creadores de empleo a corto o largo plazo.

G. Competencias y Emprendimiento

Al emprender se obtiene un buen desarrollo profesional que permite tener un nivel competitivo crucial para desarrollar o echar a andar un proyecto; ya que el ser competitivo consiste en tener la capacidad para responder exitosamente a una demanda, problema o tarea combinando recursos personales cognitivos o no y del entorno. (Araneda, 2009)

Una persona emprendedora es capaz de aprovechar las situaciones de insatisfacción para convertirlas en situaciones de satisfacción logrando obtener nuevos logros para suplir necesidades personales o del negocio. Actualmente, si quieres tener éxito estas obligado a tener una actitud empresarial, competitiva para poseer habilidades que puedan mejorar una empresa.

Según Araneda (2009) un emprendedor debe poseer ciertas habilidades y actitudes competitivas vinculadas al proceso de emprender, tales como: Identificar oportunidades, persuadir y negociar, implementar proyectos, interpretar en forma flexible, integrar cambios explícitos y no explícitos que ocurren en su entorno, adaptar las propias reacciones y tácticas a circunstancias cambiantes de su entorno entre otras características.

Al querer emprender no basta con ser creativo y competitivo también hay que tener una conducta emprendedora asociada al impulso que las personas dan a las actitudes y capacidades empresariales que poseen, es decir que tienen un espíritu empresarial lo cual puede ser productivo en su proyecto o negocio.

H. Tipos de emprendedor

Desde la edad media han existido muchas definiciones para este término, y como es natural ha evolucionado con el tiempo, desde el punto de vista económico existe una tendencia por considerar emprendedor a una persona “que combina recursos, trabajo, materiales y otros activos de una manera que su valor es mayor que antes”. (Olmos, 2007). Es decir que por medio de su iniciativa y su deseo de desarrollar un negocio o proyecto obtiene experiencia en su desarrollo profesional aparte de sus ganancias tangibles e intangibles.

Existen varios tipos de emprendedores según el estilo de sus iniciativas y habilidades, sin embargo coinciden con muchas decisiones y acciones por anhelar lograr rentabilidad y posicionamiento, por lo que se identifican los siguientes tipos de emprendedores:

Emprendedor social: De esta manera se identifican los emprendedores que no tienen intereses económicos propios, sino que tienen como objetivo dedicarse a desarrollar acciones distintas para solucionar problemas sociales mejorando la calidad de vida de las personas consideradas menos favorecidas.

Emprendedor especialista: Son aquellos emprendedores que poseen un perfil técnico, en la mayoría de casos centran sus actividades en sectores profesionales y generalmente ejercen en un nivel empresarial buscando explorar otras áreas que desconoce para complementar sus conocimientos y así obtener mejores resultados en su emprendimiento.

Multi-emprendedor: Este tipo de emprendedor tiene la capacidad, el deseo, el tiempo, la perseverancia y los recursos para emprender más de un proyecto al mismo tiempo, y logran condensar sus objetivos prósperos.

Son arriesgados porque la mayoría desarrolla proyectos y una vez que este entra a una etapa estable inicia otro ejecutándolo semejante.

Emprendedor por accidente o al azar: Se conoce como emprendedor al azar o por accidente a aquellas personas que consideran que la suerte los rodea todo el tiempo, es aquel

que no planea y por accidente ocurre algo que marca el comienzo de su proyecto. La desventaja de este tipo de emprendedor es que por su creencia puede que no logren obtener rentabilidad y mucho menos posicionamiento ya que suelen dejar todo a la suerte.

Emprendedor oportunista: Muchas veces se tiende a confundir a un emprendedor por accidente con un oportunista y si bien guardan alguna relación con el oportunista no siempre se da todo por suerte.

A este le ocurre algo por accidente y aprovecha la oportunidad sino que también busca las oportunidades y las aprovecha, analizando su entorno constantemente y cuando ven la oportunidad en el mercado ahí emprenden, generalmente se manifiesta junto a una crisis que genera necesidades descontentas en el mercado por lo que aprovecha la oportunidad para cubrirla y sacar beneficios de ella, también es calificado como precavido y analítico.

Emprendedor inversionista: Se caracteriza por invertir en un negocio, con el fin de obtener un retorno mayor, se identifica como aquel que tienen mayores recursos y capital garantizado para condensar ideas y negocios e invertir en proyectos que pueden ser de mucho provecho, su objetivo primordial es lograr la máxima rentabilidad de su inversión.

Desempeña el papel del socio capitalista, a menudo se presentan casos que dependiendo de la cantidad de recursos que posea, puede ser versátil e invertir en más de un proyecto.

Emprendedor por necesidad: Es la persona que no disfruta lo que hace y siempre está inconforme con su trabajo tomándolo como una obligación; debido a esta situación explora otros horizontes, con el fin de verse realizado profesionalmente buscando nuevas ideas para emprender, desarrollarse y satisfacer sus necesidades de desarrollo profesional y financieras.

Emprendedor innovador: El emprendedor innovador se caracteriza por buscar ideas de negocios novedosos, originales, que impacte a la sociedad de modo que pueda retarse para crear proyectos rentables. Este no se conforma con solucionar un problema, sino que siempre está creando cosas nuevas sin importar que tan arriesgado sea. Aplica nuevas ideas y estrategias para sacar nuevos productos al mercado.

Emprendedor visionario: Este emprendedor no solo se enfoca en negocios rentables, sino que cuenta con una visión que va más allá. Por esto trabaja con proyectos a largo plazo, aunque empiece con poco siempre ve hacia el futuro aun cuando todo parezca imposible.

Más que por una necesidad económica emprende por un sueño (que puede ser inspirado por una necesidad, talento, vivencia o sentimientos). No le teme al fracaso, por eso está en constante búsqueda y evolución, sin importarle el sector en el que valla invertir, porque al parecer vale más su satisfacción y deseos.

Para los emprendedores visionarios sus proyectos son tan grandes que su vida se les queda corta para cumplirlos, es aquí donde dejan legados, herencias para que sus generaciones continúen lo que ellos comenzaron.

I. Otros tipos de emprendedores

Hay especialistas que se dedican a estudiar a los emprendedores estos incluyen en otros tipos de grupos como:

Emprendedor constructor: Se identifica como el emprendedor más avanzado en el mundo de los negocios, y no por ser mejor o tenga buenas estrategias sino por querer estar siempre delante de aquellos que considere su competencia, se dice que estos emprendedores son listos y ambiciosos.

Emprendedor persuasivo: Por su manera de actuar logra convencer a todos los que siguen su proyecto. Se caracteriza por ser comunicativo y persuasivo. Suele ser constante y perseverante, lo que le permite convertirse en líder y consolidar sus objetivos.

Emprendedor intuitivo: Tiene una fe ciega en sus impulsos y actúa según lo que dice su intuición. Generalmente se dedica en cuerpo y alma a sus negocios e inspira a su equipo hacer lo mismo, gracias a su empatía y cualidades comunicativas. (Sandoval, 2019).

Espíritu emprendedor: Existe una noción común de que los emprendedores y el espíritu emprendedor son asuntos orientados a negocios administrativos, y definitivamente estas actividades tienen mucha influencia cuando nos referimos a la creación de una nueva empresa, el carácter emprendedor implica un proceso continuo único tanto los factores internos del individuo (como la personalidad, valores, objetivos) como sus factores externos (la sociedad, el gobierno, la economía esta mezcla ayuda a personas específicas (emprendedores) a visualizar oportunidades que a la larga que convertirán en proyectos, que son susceptibles (tarde o temprano) de llevarse a cabo. (Olmos, 2007).

En otras palabras, el espíritu emprendedor es un proceso “orientado a la creación” sin importar que la organización sea lucrativa o no, en ambos casos los emprendedores son capaces de visualizar algo que los demás no pueden ver, y realmente se comprometen consigo mismo para hacer realidad sus sueños.

J. Características de los emprendedores

- Preferencia por el riesgo moderado: no toman riesgos a la ligera lo hacen de manera calculada.
- Confianza en su capacidad para tener éxito: optimistas acerca de las oportunidades para tener éxito.
- Alto nivel de energía: más energía que la gente promedio.
- Determinación y perseverancia: deben estar dispuestos a perseverar hasta alcanzar sus objetivos.
- Necesidad de obtener logros: una mayor necesidad de obtener logros que el común de la población.
- Predisposición a las oportunidades: una forma de vigilancia para detectar las oportunidades de negocios. (Olmos, 2007).

Los emprendedores también tienden a tener confianza en su capacidad para lograr el éxito así como tolerar el rechazo, la frustración y el estrés. También tienden a ser hábiles para organizar, tanto su tiempo como sus actividades innovadoras.

K. ¿Porque algunas personas se hacen emprendedoras?

Muchas personas se aventuran a emprender por querer lograr sus sueños y convertirlos en proyectos que le generen ganancias o bien satisfacción de poder ayudar, haciendo referencia a organizaciones lucrativas o no lucrativas.

Organización lucrativa	Organización no lucrativa
No quiero seguir recibiendo ordenes de un jefe	Me gustaría ayudar a mi comunidad
Me gustaría ganar más dinero	Una experiencia muy específica muestra la importancia de apoyar una parte específica de la población

me despidieron y ahora tengo que hacer algo por mi cuenta	La viada me ha dado mucho, es hora de retribuirle
---	---

Figura No. 1:

Existen diversas razones por las que a la gente les gustaría crear una organización, y para poder iniciarlas deben al menos de crear sus valores, objetivos y estilo de vida.

Antes de que se inicie un proyecto emprendedor, se debe incrementar las posibilidades de éxito. Tal como: prepararse para el reto con buena educación, acumular experiencias en el campo donde se quiere entrar así como empaparse de las diversas facetas de la administración de empresas como ventas, compras, producción, control de inventario, y administración financiera logrando ser un profesional multifacético.

De esta forma se puede mantener actualizado sobre las tendencias del mercado, mediante publicaciones de negocios o comerciales y a través de sus contactos. También debe darse cuenta de que puede ser capaz de reunir varios elementos y considerar varios factores internos y externos para iniciar una nueva organización. (Olmos, 2007).

Al emprender también hay que tomar en cuenta las ventajas competitivas como la rentabilidad del proyecto, por su menor tamaño, contar con poco personal, menos inversión y generan menores gastos. Obteniendo una comprensión mayor en proporción a su esfuerzo, comparado con una empresa grande, aunque una empresa grande tenga un margen menor de utilidades 2 o 3 por ciento (pueden ser millones de dólares), el mayor margen de beneficios del emprendedor (4 a 20%) pareciera poco dinero, pero al fin de cuentas es totalmente suyo, no hay que dividir con accionistas ni compensar a nadie con bonos.

Otra ventaja competitiva de ser empresario pequeño es que cuenta con, mayor margen de maniobra. Los grandes consorcios tienen aparatos burocráticos que hacen lentas la decisión y la puesta en marcha de nuevas acciones.

Los cambios en la tecnología y conocimientos son precipitados, los emprendedores a diferencia de las empresas de mayor tamaño se pueden adaptar más rápido y con menos tensión a la evolución de las tendencias, los sistemas y las nuevas tecnologías; un grupo de dos o tres emprendedores pueden aprender muy rápido y con la práctica constante progresan muy pronto.

Las grandes corporaciones cuentan con muchos empleados que aunque muy capaces, llevan mucho tiempo desempeñando las mismas labores, por lo que los cambios de mentalidad y adaptaciones a las nuevas tendencias serán más difíciles de implantar y aceptar.

Las grandes empresas son más reconocidas, gastan mucho dinero en publicidad y marketing, cuando conocen y como hacer campañas para permanecer en la mente y el gusto de sus consumidores.

Las empresas tienen que trabajar mucho para darse a conocer, pero cuentan con una de las ventajas competitivas más útiles: conocer las debilidades de las compañías consolidadas.

Las grandes empresas tienen gente talentosa, y eso puede generarles una nómina muy cara, ya que estos suelen cobrar mucho y también quieren progresar; los talentosos pueden recibir ofertas para trabajar en otras empresas o pueden llegar a emprender por su propia cuenta. Los emprendedores saben que, si bien no nacieron con talento, pero con la práctica lo pueden desarrollar.

Las grandes empresas gastan mucho en innovación, investigación y en crear nuevos materiales y productos, en cambio las empresas pequeñas tienen el contacto directo con sus clientes y consumidores y esto no les cuesta dinero. Los deseos, necesidades y quejas de los consumidores, les proporcionan a los emprendedores, información muy valiosa para producir tendencias, modas y satisfacciones; crear y proveer soluciones todo esto también es innovación.

Durante la fase inicial, cuando se aparece de la nada en un mercado, se llama la atención por novedoso. Solo se atraviesa por esta fase inicial una vez y hay que aprovecharla porque es una de las ventajas competitivas de los emprendedores. La primera impresión es lo más importante lo que los consumidores esperan de un nuevo producto o servicio no es que sea igual que los otros o más de lo mismo y más barato, esperan que ofrezca algo nuevo, que sea una solución singular, algo que rompa con lo establecido.

Tienen las características justas:

Es común que los productos más arraigados en el mercado compitan por el hecho de tener más características de su competencia, desde la aparición del minimalismo parece que los clientes no quieren más funciones, quieren las funciones o características adecuadas, los emprendedores pueden ajustarse con más facilidad a las necesidades de sus clientes sin gastar en el desarrollo de funciones que no utilizaran realmente.

Separan con más facilidad en sus segmentos de mercado:

Si más grande es la empresa, mayores serán los mercados que abarque, también creará más segmentos y competirá en varios sectores al mismo tiempo. Un emprendedor debe enfocarse de preferencia en un solo segmento de mercado, puede dirigirse a un selecto grupo de clientes y proporcionarles un trato especializado y personalizado, les puede garantizar una propuesta única que agregue valor como ninguna otra esto le da ventaja competitiva al personalizar su segmento de mercado.

La marca personal le beneficia:

El emprendedor que maneja, promueve y hace su propia marca personal a partir de dar un servicio personalizado genera confianza por sus acciones y por la conexión con sus valores, crea una ventaja competitiva, atrae clientes y hasta competidores. Una empresa pequeña puede convertirse en modelo de tendencia no por el dinero que ingrese, ni por el crecimiento que experimente, si no por su liderazgo en cuanto a su propuesta de valor. (Pérez, 2017).

L. Importancia de los emprendedores en la sociedad

Los emprendedores son personas que toman o se crean oportunidades aferrándose a ellas para lograr sus objetivos. En la mayoría de casos, las oportunidades representaran la ocasión para generar beneficios económicos, de esta manera generan un desarrollo económico. Estas personas sirven a la comunidad sin importar que la empresa sea lucrativa o no. (Olmos, 2007).

Es importante mencionar que estas decisiones no solo ayudan a los individuos a obtener un beneficio sino también a la sociedad, y además hay una influencia muy importante de la sociedad sobre los individuos; podemos encontrar comunidades que generan mejores condiciones empresariales que otras.

Relación entre el emprendedor y la economía:

Al mismo tiempo que los emprendedores aprovechan las oportunidades identificando necesidades y problemas, también deciden que recursos deberán reunir estas decisiones también tiene un gran impacto en el mercado debido a la cadena de desarrollo del proveedor que están creando. (Olmos, 2007).

Básicamente, las decisiones de los emprendedores de abrir o cerrar una organización en una comunidad tendrán un impacto directo en esta. No son solo las ganancias potenciales que la organización tendrá, sino entre las acciones del emprendedor y la sociedad ya que producirá beneficios para ambos. Estas acciones contribuyen al desarrollo económico de la comunidad, porque habrá algunas personas que proveerán materias primas, algunas que fabricarán los productos algunas se encargan de su distribución y otras que estarán más orientadas a los aspectos de servicios, pero cada interacción tiene el propósito de satisfacer una necesidad o resolver un problema. Así como hay personas sensibles que se preocupan mucho por los problemas sociales que enfrenta actualmente nuestra sociedad.

M. Responsabilidad social y desarrollo sostenible

Una vez determinado el propósito principal de una organización, su visión, objetivos y estrategias también se desarrolla un código de ética, se menciona que una organización sobrevive gracias a su relación con la sociedad, hablando desde una perspectiva organizacional, su comportamiento hacia ella determina su crecimiento o fracaso.

Según Olmos J. (2007) La responsabilidad social se refiere a “la obligación de una empresa, además de sus obligaciones legales y económica, de perseguir metas a largo plazo en beneficio de la sociedad”

Esto significa que no basta que logren sus objetivos organizacionales, sino que deben considerar también el beneficio de la sociedad desde una perspectiva más amplia. Existen muchas maneras en que las organizaciones apoyan a sus comunidades “una manera en que una compañía demuestra su sentido de responsabilidad es ayudando con tiempo y dinero a organizaciones de caridad, culturales y civiles.

N. Propósito de los emprendimientos

El propósito es satisfacer responsablemente las necesidades que la sociedad demanda según el contexto político, económico, social, cultural, tecnológico, ecológico y legal en el que se desenvuelven.

Un negocio o empresa será entonces una entidad que se construye para obtener una utilidad o ganancia, en otras palabras, valor económico, sin embargo, aunque el fin de cualquier negocio sea la permanencia y la generación de valor económico, debe recordarse que ambos elementos no se obtienen si antes no se preocupa de satisfacer responsable y épicamente una

necesidad, y si el bien o servicio que ofrecen no cumple por completo con lo que el cliente espera obtener al adquirirlo. (Prieto, 2014).

Aquí se desprende la importancia de hacer hincapié en la permanente tarea de satisfacer los gustos y preferencias del cliente en atender los constantes cambios tecnológicos para estar actualizados en el mercado que se abastece y en mejorar la calidad de productos para evitar ser rebasados por otros mejores.

La población mundial tiende a incrementarse dramáticamente al tiempo que los recursos naturales parecen agotar su disponibilidad para satisfacer las necesidades de las generaciones futuras, además de que la crisis económica y la falta de estabilidad financiera han dejado de presentarse ante nosotros como un hecho atípico y sus efectos se manifiestan continuamente en forma de pobreza extrema, desempleo, desigualdad social entre muchas otras problemáticas de la misma índole. . (Prieto, 2014).

Estos fenómenos se hacen evidentes en las relaciones que existen entre ellos por eje, la falta de fuentes de trabajo se encuentra íntimamente ligado con las diferencias sociales, el rezago educativo de determinados sectores de la población con sucesos de índole macroeconómico, siendo tan estrecho el vínculo entre las problemáticas.

VII. Diseño Metodológico

A. Tipo de estudio

Según el diseño metodológico el tipo de investigación que se realizó es descriptivo ya que según Hernández, Fernández y Baptista (2010, p.86) una investigación no solo puede incluir un solo estudio según su alcance. En el caso de este trabajo, por medio del nivel Descriptivo se busca especificar las características y perfiles de las personas (estudiantes emprendedores de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de V año matutino de la UNAN-Managua I semestre 2019). El enfoque de esta investigación es cualitativa. Con respecto a los estudios descriptivos, Arias (2006: p.19), señala que consisten en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere.

B. Área de estudio

El presente estudio se realizó en la carrera de Comunicación para el Desarrollo.

C. Unidad de estudio

Análisis de experiencias de emprendedurismo como oportunidad de desarrollo profesional en estudiantes de Comunicación para el Desarrollo de V año matutino de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua durante el I semestre 2019, Caso proyectos de Fitografía, Chanfaina Tv, Yaru Make up, Pétalos Nails Nicaragua.

D. Universo y muestra

Como universo de esta investigación tenemos 382 estudiantes, quienes son estudiantes activos de la carrera de Comunicación para Desarrollo de primero a quinto año de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua. Como muestra por conveniencia se entrevistó a cuatro estudiantes de quinto año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo quienes poseen características comunes de ser estudiantes activos de la carrera y haber emprendido un proyecto siendo estudiante. De igual forma se encuestó a 32 estudiantes de quinto año del turno matutino para conocer su opinión acerca del emprendedurismo y la experiencia que han adquirido sus compañeros emprendedores.

E. Métodos y Técnicas

El método utilizado en esta investigación es el método científico inductivo o inductivismo donde se pretende mediante la observación y estudio de casos contrastar los datos obtenidos de las entrevistas cualitativas.

Las técnicas que se emplean en esta investigación en la recolección de datos son las entrevistas cualitativas con cuatro estudiantes de la carrera que han emprendido proyectos. Se empleó entrevistas debido a que la investigación es cualitativa y se aplicó a un delimitado grupo de cuatro personas que reúnen la característica común de emprendimiento.

Esta técnica permite que el entrevistado exprese libremente sus pensamientos con sus propias palabras. "el entrevistado desea saber, antes de comunicar, quién es su entrevistador, qué pretende, cuál es su cualidad profesional, su garantía de fidelidad, qué se puede temer o esperar de él, su nivel de credibilidad, de ingenuidad, de tolerancia, de manipulabilidad". Olabuénaga, R. JL (1996).

También se empleó la técnica de encuesta realizada a estudiantes de Comunicación para el Desarrollo V año matutino, compañeros de los 4 estudiantes entrevistados esto debido a que se pretende conocer la opinión que tienen ellos acerca del emprendedurismo siendo universitario y lo que piensan acerca de los emprendimientos de sus compañeros.

Como técnica de análisis de datos en este proyecto se empleó la técnica de triangulación, centrada en contrastar visiones o enfoques a partir de los datos recolectados. Por medio de esta se mezclan los métodos empleados para estudiar el fenómeno, es decir, entrevista y encuesta. El propósito de esta contraposición de datos y métodos que están centrados en una misma investigación, estableciendo así comparaciones evaluando así el problema con amplitud, diversidad, imparcialidad y objetividad.

Al respecto, Vallejo y Finol de Franco (2009) en su artículo de investigación titulado: ***La Triangulación como Procedimiento de Análisis para Investigaciones Educativas*** destacan lo siguiente:

La triangulación es la investigación social presenta muchas ventajas porque el utilizar diferentes métodos, estos actúan como filtros a través de los cuales se capta la realidad de modo selectivo. Por ello conviene recoger los datos del

evento con métodos diferentes; si los métodos difieren el uno del otro, de esta manera proporcionarán al investigador un mayor grado de confianza, minimizando la subjetividad que pudiera existir en cualquier acto de intervención humana (s.p).

Por otra parte, Leal (2011) en el libro titulado *La autonomía del sujeto investigador y la metodología de investigación*, se refiere a este tipo de triangulación de este modo: la denomina de métodos y técnicas y expone que tiene que ver con el uso múltiple de método para estudiar un problema específico. “por ejemplo cuando se emplea la técnica de la entrevista como proceso inicial de recolección de información para luego ser contrastado con la observación participante, la discusión grupal o los datos recolectados a través de encuestas” (pág. 117).

F. Plan de tabulación y Análisis estadístico de los datos

A partir de los datos recolectados se procederá a realizar la base de datos correspondientes por medio del uso del software estadístico EXCELL, para Windows. Una vez realizado el control de calidad de datos, se realiza el análisis estadístico pertinente.

De acuerdo a la naturaleza de las variables (cuantitativas o cualitativas), se realizó el análisis descriptivo correspondiente a cada uno de los objetivos, fueron realizados los análisis descriptivos correspondientes a las variables: a) proyectos de emprendimiento, b) proceso de inserción, c) factores vinculados a la formación académica y profesional.

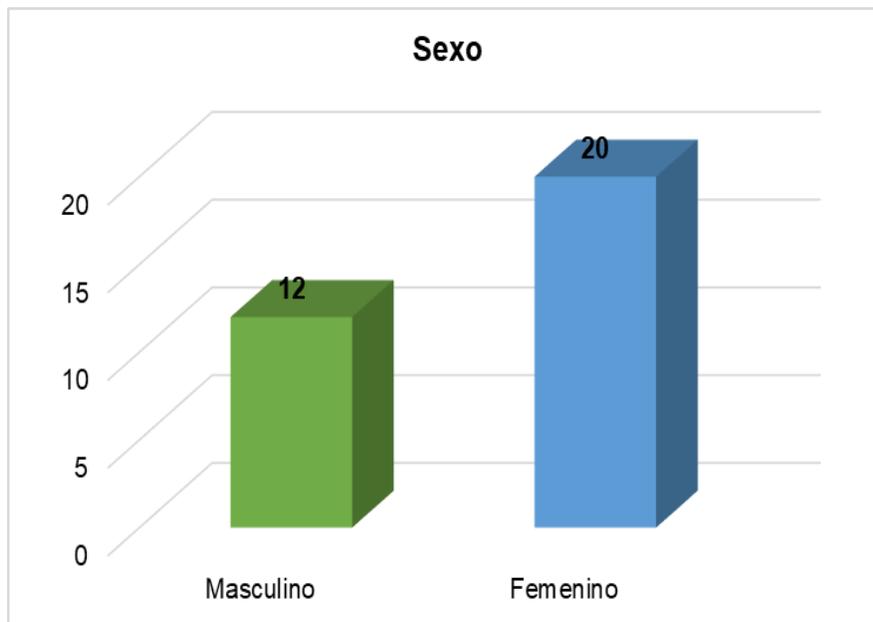
G. MOVI: Matriz de Operacionalización de Variables de Investigación

Analizar las experiencias de emprendedurismo como oportunidad de desarrollo profesional en estudiantes de Comunicación para el Desarrollo de V año matutino de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua durante el I semestre 2019, Caso proyectos de Fitografía, Chanfaina Tv, Yaru Make up, Pétalos Nails Nicaragua.

Objetivos específicos	Conceptualización de variable de investigación	Indicador	Instrumento a aplicar
<p>Sistematizar las experiencias de los proyectos de emprendimiento mencionados y destacar el nivel de innovación en el desarrollo profesional.</p>	<p>Sistematización: Consiste en metodizar una idea clasificando elementos para la obtención de resultados.</p> <p>Emprendimiento: Es la capacidad de una persona o grupo en llevar a cabo una meta u objetivo, utilizada para crear una empresa o innovar en una empresa para obtener productos nuevos o mejorar algunos ya existentes. (Gerencia, 2016)</p>	<p>Cantidad de estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de V año matutino que han emprendido.</p>	<p>Entrevista</p>
<p>Indagar acerca del proceso de inserción al emprendimiento de los proyectos de emprendimiento de Fitografía, Chanfaina Tv. Yaru Make Up, Pétalos Nails Nicaragua como oportunidad de</p>	<p>Desarrollo profesional: por medio del emprendedurismo los universitarios están conscientes que crean una oportunidad de desarrollo profesional al reconocer que no solo</p>	<p>Porcentaje de estudiantes que inserto en el emprendimiento por poner en práctica los</p>	<p>Encuesta</p>

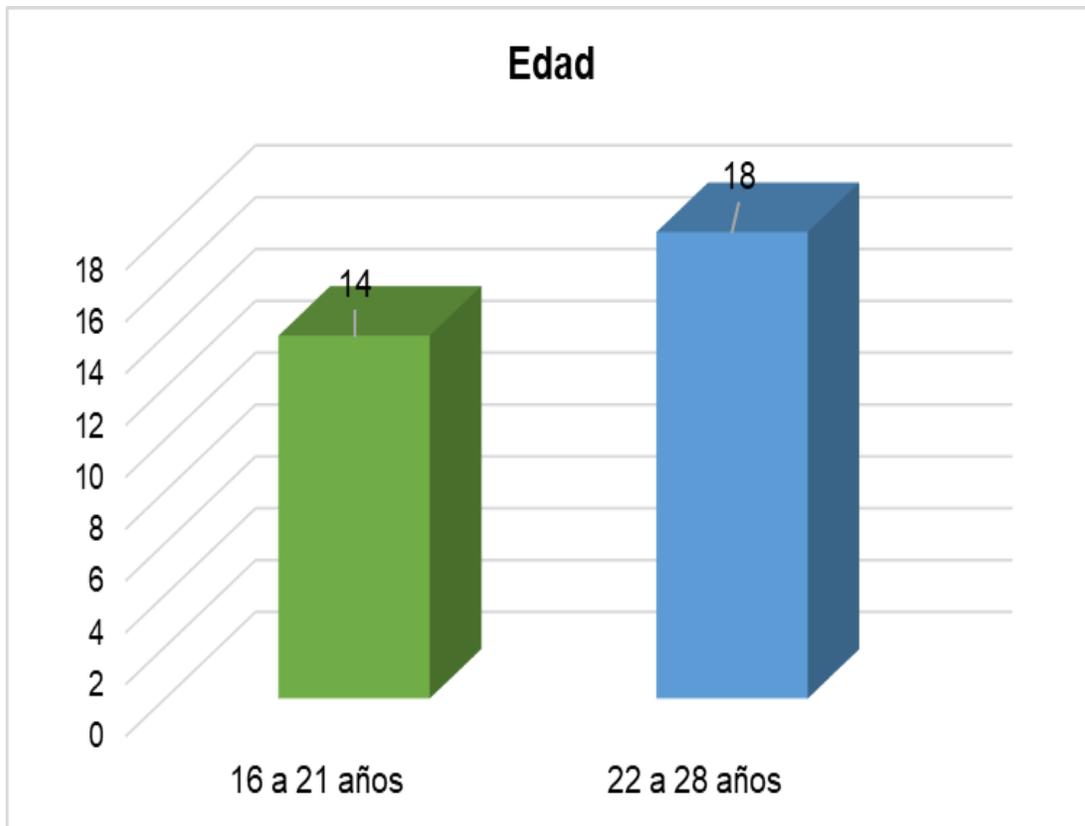
<p>desarrollo profesional de los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo.</p>	<p>pueden ser empleados, sino que pueden ser generadores de empleo. (Narváez,2012)</p>	<p>conocimientos universitarios.</p>	
<p>Valorar los factores de emprendimiento vinculados a la formación académica y profesional de los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo para la puesta en marcha de sus proyectos e incidencia como oportunidad de desarrollo profesional.</p>	<p>Factores de emprendimiento: La motivación es un aspecto estratégico que influye en el emprendimiento como factor ya que a través de este se logra tener mayor voluntad y desempeño en la labor a desempeñar, alcanzando mejores índices de productividad.</p> <p>Formación Académica para emprender: Según Narváez los programas de estudios de educación terciaria influye al querer emprender, ya que se necesita desarrollar y creer en un proyecto de vida, teniendo convicción, dedicando tiempo y tomando riesgos como desafíos para tener un desarrollo profesional. . (Narváez,2012)</p>	<p>Cantidad de estudiantes que emprendieron a partir de un emprendimiento.</p>	<p>Entrevista</p>

VIII. Análisis y discusión de resultados de encuestas



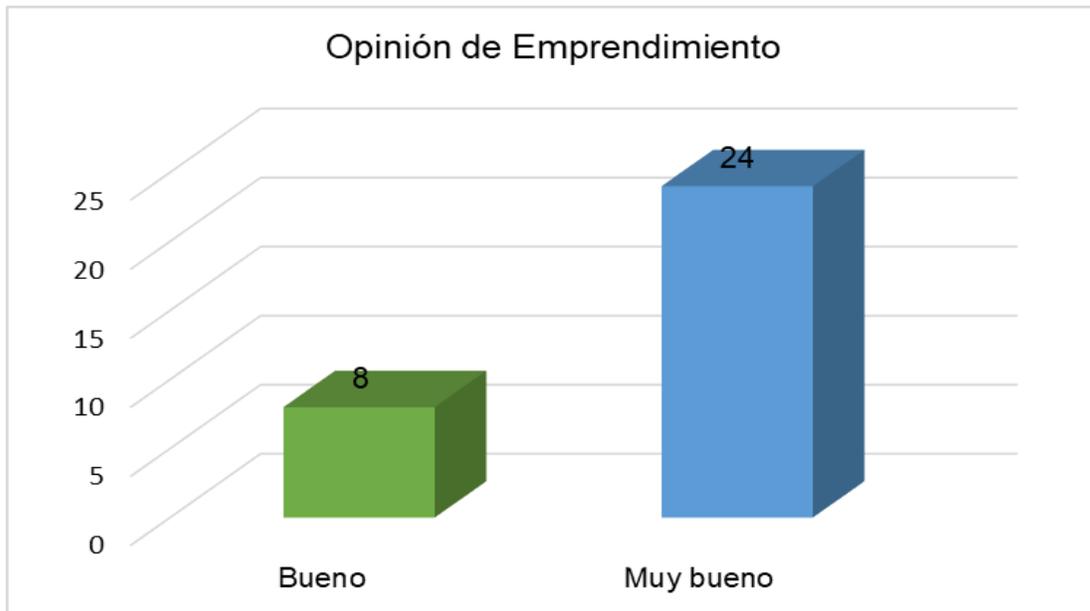
Gráfica No. 1 Género de los encuestados

El total de estudiantes encuestados fue de 32, como se declaró en la parte muestral del Diseño Metodológico, por tanto, la gráfica No. 1 muestra que de esa totalidad de 32 estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo, 20 estudiantes son del sexo femenino y 12 del sexo masculino.



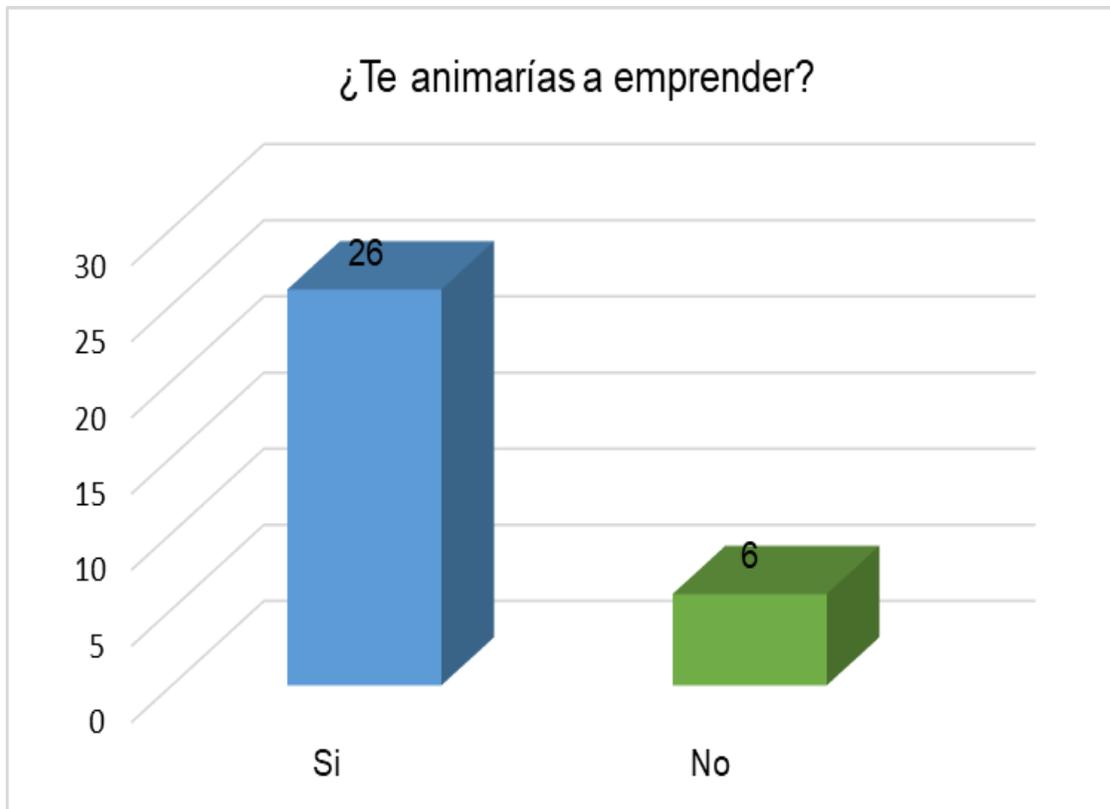
Grafica No. 2 Etapa de madurez.

La gráfica No. 2, destaca que de los 32 estudiantes encuestados 18 están entre las edades de 22 a 28 años y 14 entre las edades de 16 a 21, lo cual indica que por las edades entre las que oscilan están en su etapa de madurez.



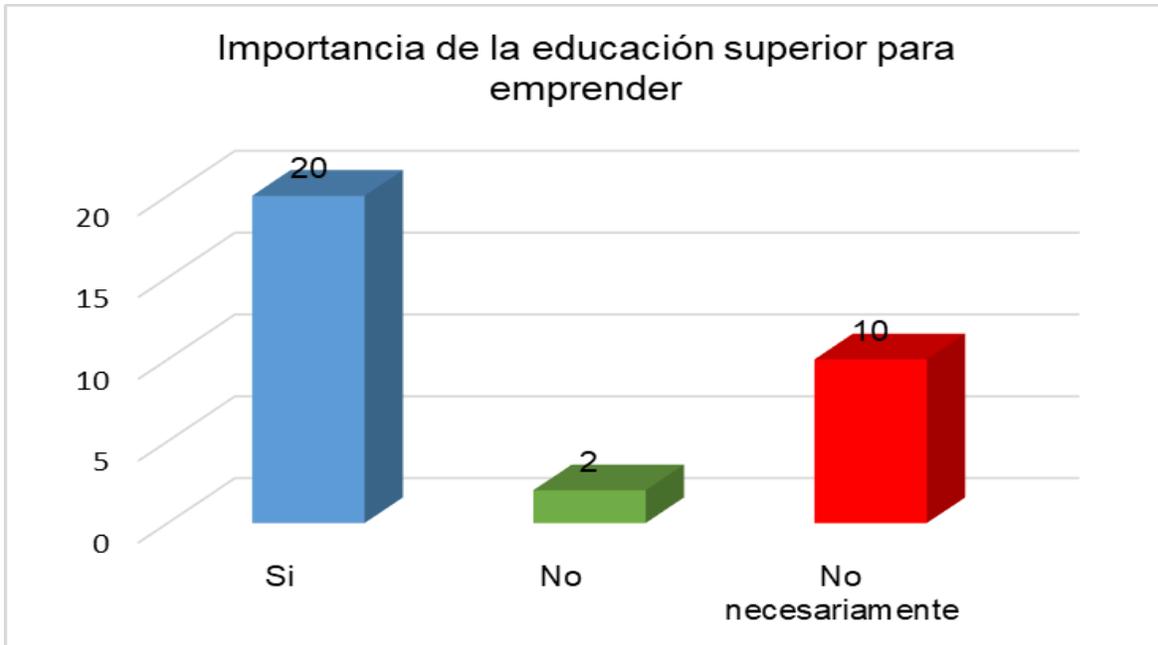
Grafica No. 3 Importancia del emprendimiento.

Al preguntarle a los encuestados acerca de lo que piensan del emprendimiento 24 consideran que es algo muy bueno y 8 consideran que es algo bueno lo cual indica que 24 personas podrían animarse a emprender al ver que sus compañeros han podido hacerlo.



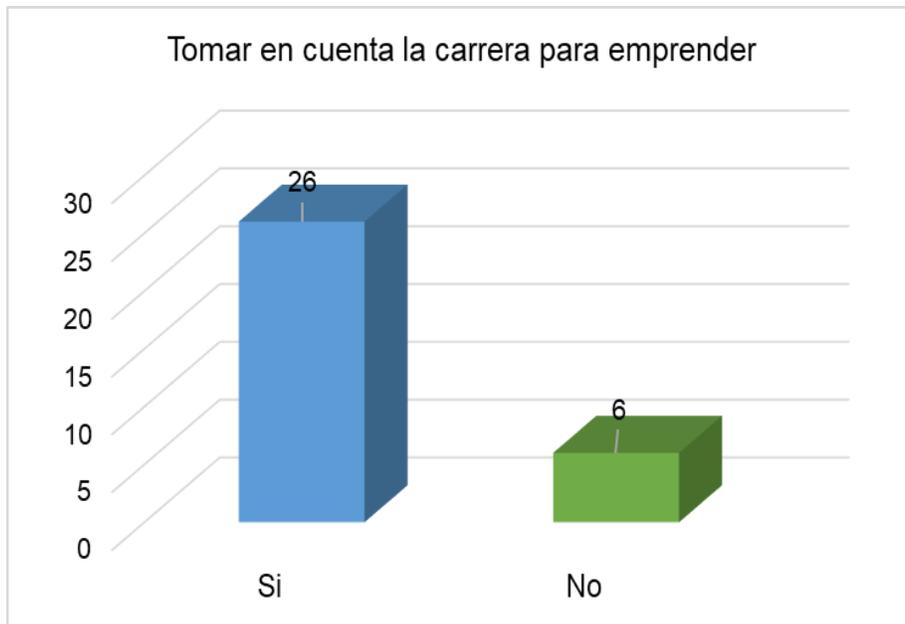
Grafica No. 4 Deseos de emprender.

Por medio de esta pregunta a los encuestados podemos observar que 24 estudiantes de los 32 encuestados les gustaría emprender y a 6 no.



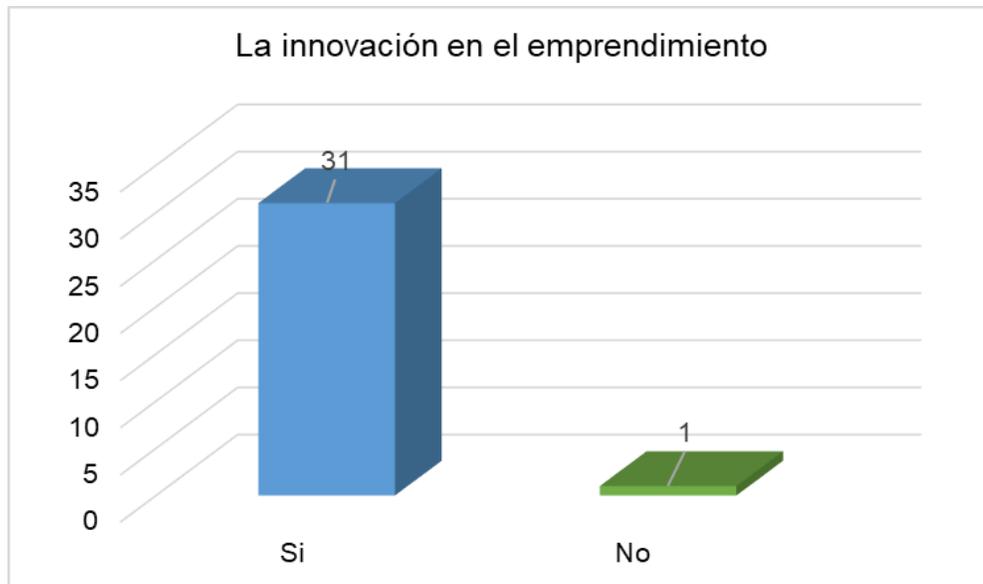
Grafica No. 5 Importancia de la educación superior para emprender.

Para (Narváez, 2012) emprender siendo universitario te ayuda a creer en un proyecto de vida, teniendo convicción y un mejor desarrollo profesional. Lo que 20 estudiantes afirman esta aseveración considerando que la educación superior es importante para emprender, 2 consideran que no es importante ser universitario para emprender y 10 consideran que no necesariamente tienes que estar en la educación superior para emprender con éxito.



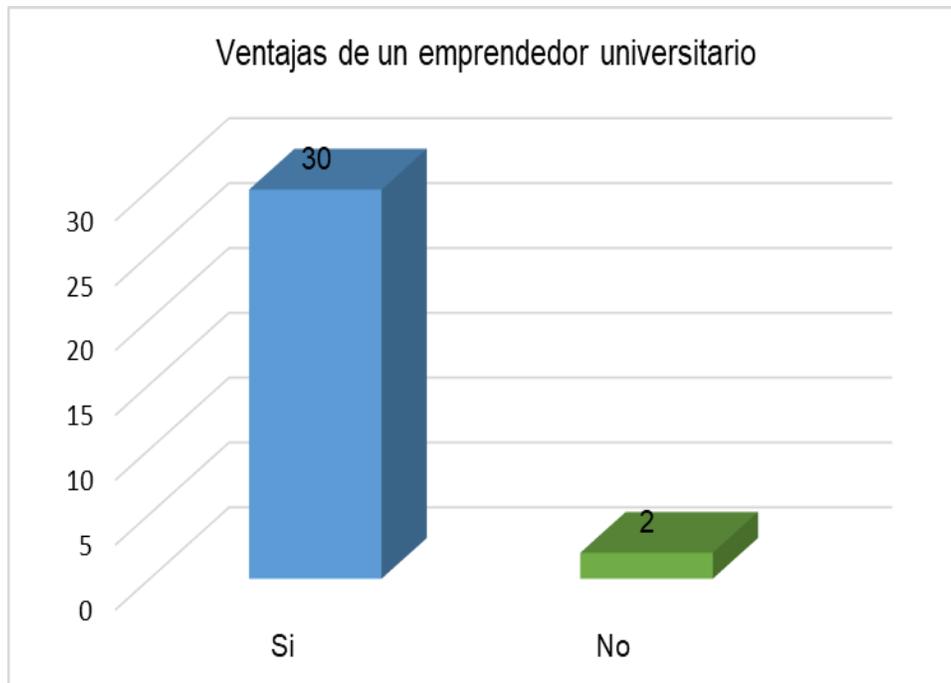
Grafica No. 6 Desarrollo pre profesional por medio del emprendimiento.

Al tomar en cuenta la carrera al emprender tienes la ventaja de tener un mejor desarrollo profesional por medio de la práctica de tus conocimientos, esto lo afirman 26 estudiantes de los 32 encuestados y 6 consideran que no es necesario tomar en cuenta la carrera.



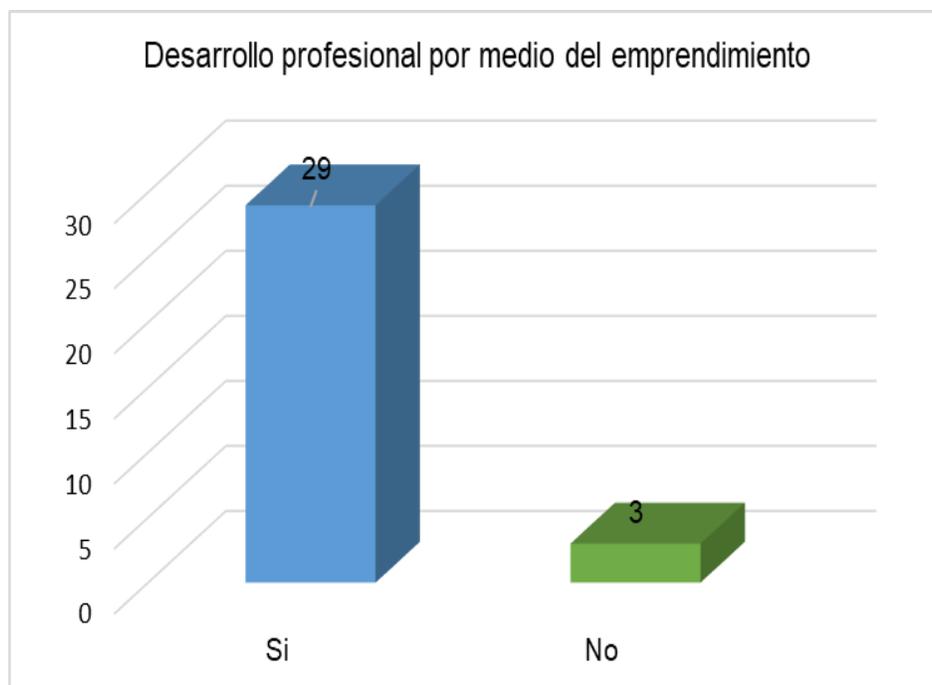
Grafica No. 7 Importancia de la innovación en el emprendimiento.

En palabras de Alemán (2019) la innovación es la clave para emprender ya que por medio de esta puedes diferenciar tu marca de otra. Por lo que 31 estudiantes encuestados consideran que la innovación es importante en el emprendimiento y 1 no.



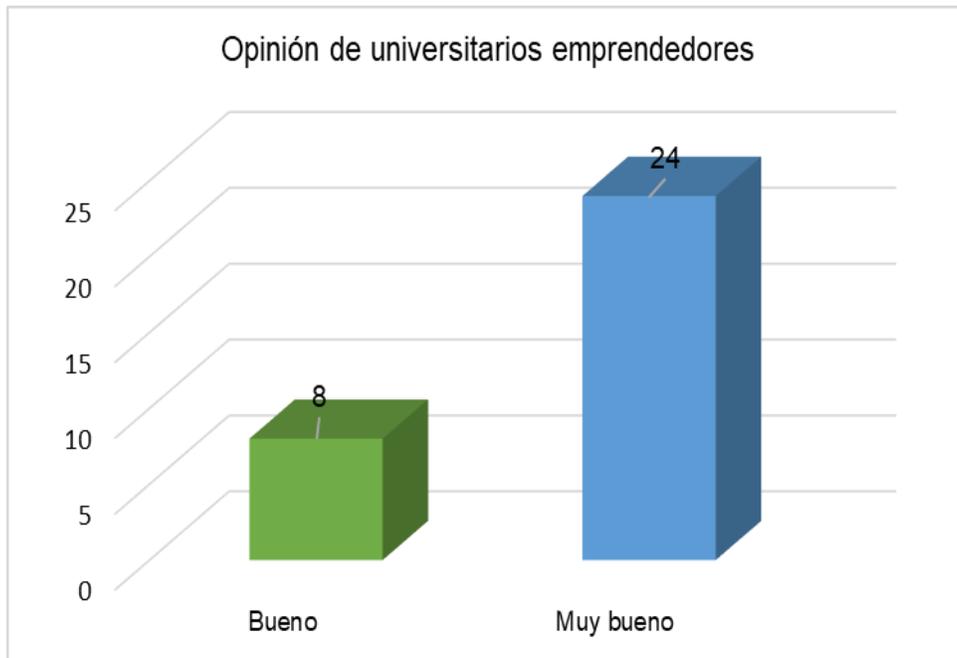
Grafica No.8 Ventajas de emprender siendo universitario.

Según Calero (2019) emprender siendo universitario es bueno, ya puedes poner en práctica tus conocimientos en lo que te llama la atención o te apasiona, por lo que 30 encuestados consideran que si hay ventajas al emprender siendo universitario y 2 piensan lo contrario.



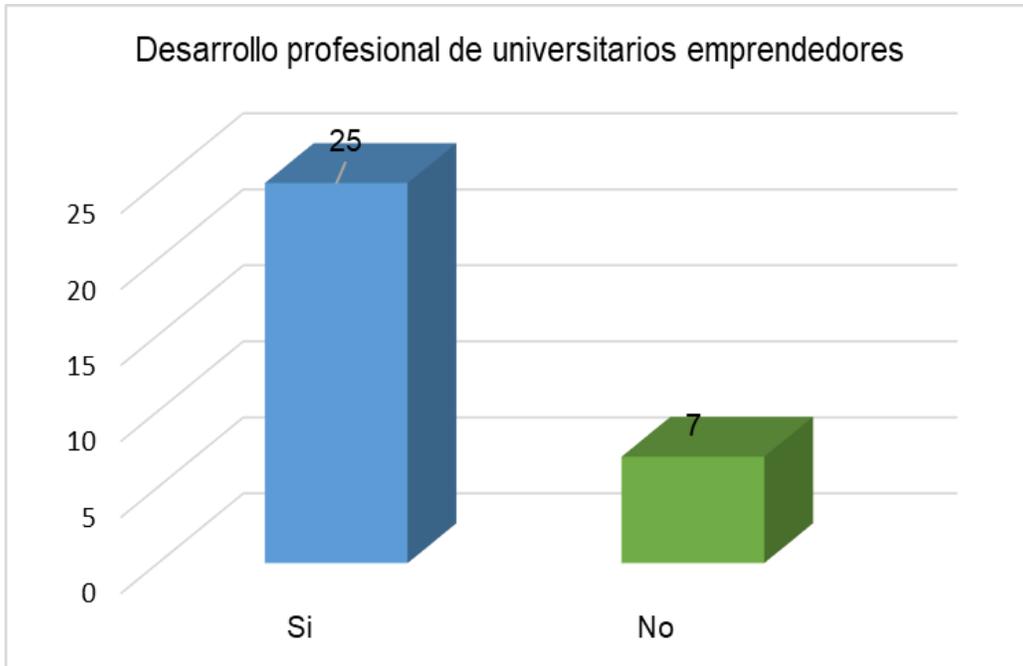
Grafica No. 9 Desarrollo profesional por medio del emprendimiento.

Al preguntarles acerca de que si se puede tener un mejor desarrollo profesional por medio del emprendimiento 29 estudiantes consideran que si y 3 consideran que no se logra tener un desarrollo profesional.



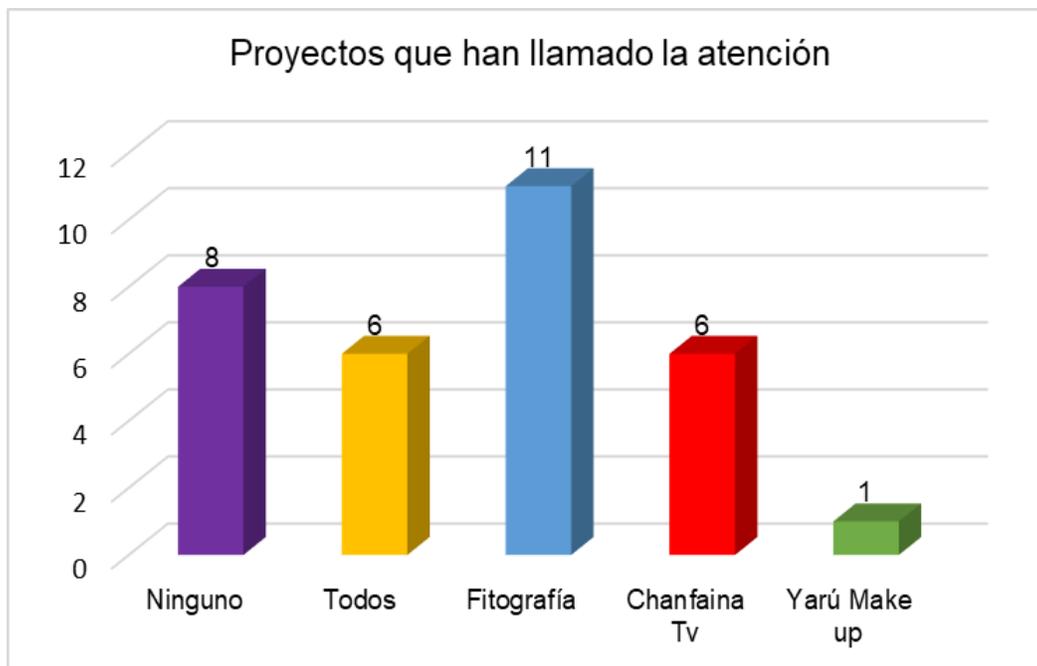
Grafica No. 10 Opinión acerca de universitarios que han emprendido.

Al indagar acerca de lo que los estudiantes opinan de sus compañeros que han emprendido 24 expresan que es algo muy bueno y 8 que es bueno lo cual puede motivar a los 24 estudiantes a emprender.



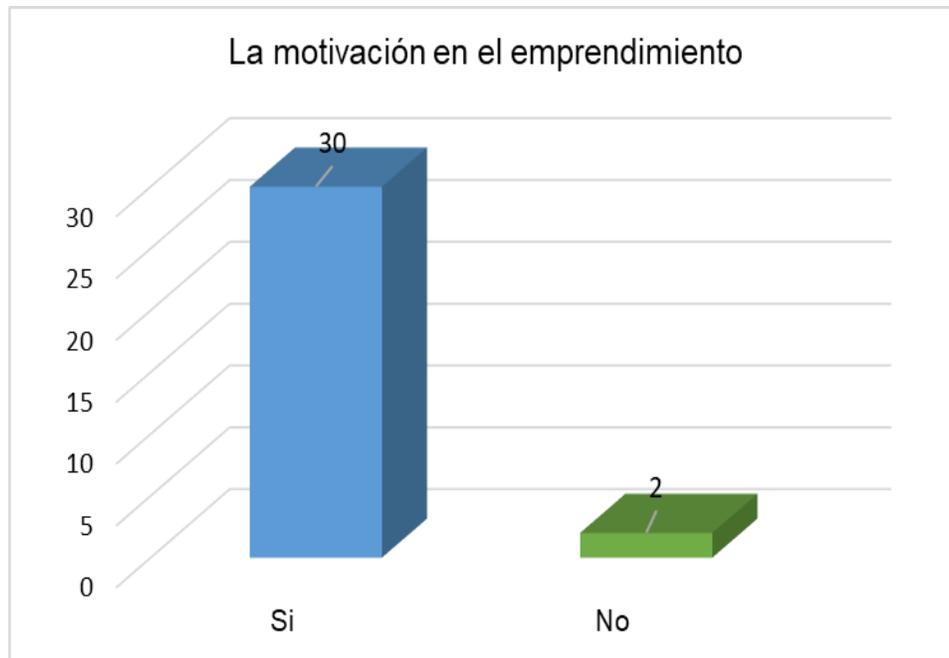
Grafica No. 11 Desarrollo profesional en emprendedores universitarios.

Una de las ventajas de emprender es tener un mejor desarrollo profesional por lo que cuestionamos a los 32 encuestados acerca de esta ventaja, a lo que 25 encuestados consideran que sus compañeros que han emprendido han tenido un buen desarrollo profesional y 7 consideran que no.



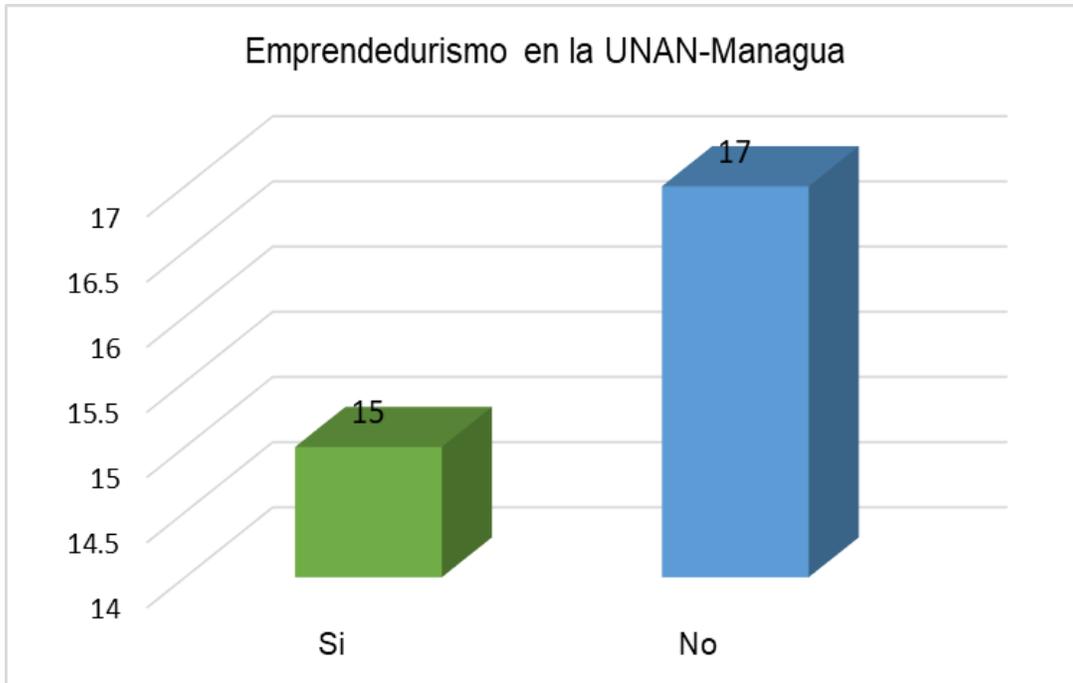
Grafica No. 12 Proyecto emprendido que más ha llamado la atención.

Al preguntar acerca del proyecto de emprendimiento que más le ha llamado la atención a 11 de los 32 encuestados les llamó más la atención el proyecto de fitografía, 6 el proyecto de la Chanfaina TV, 1 Yaru Make Up, 6 reflejan que todos les han llamado la atención y a 8 estudiantes ninguno les ha llamado la atención.



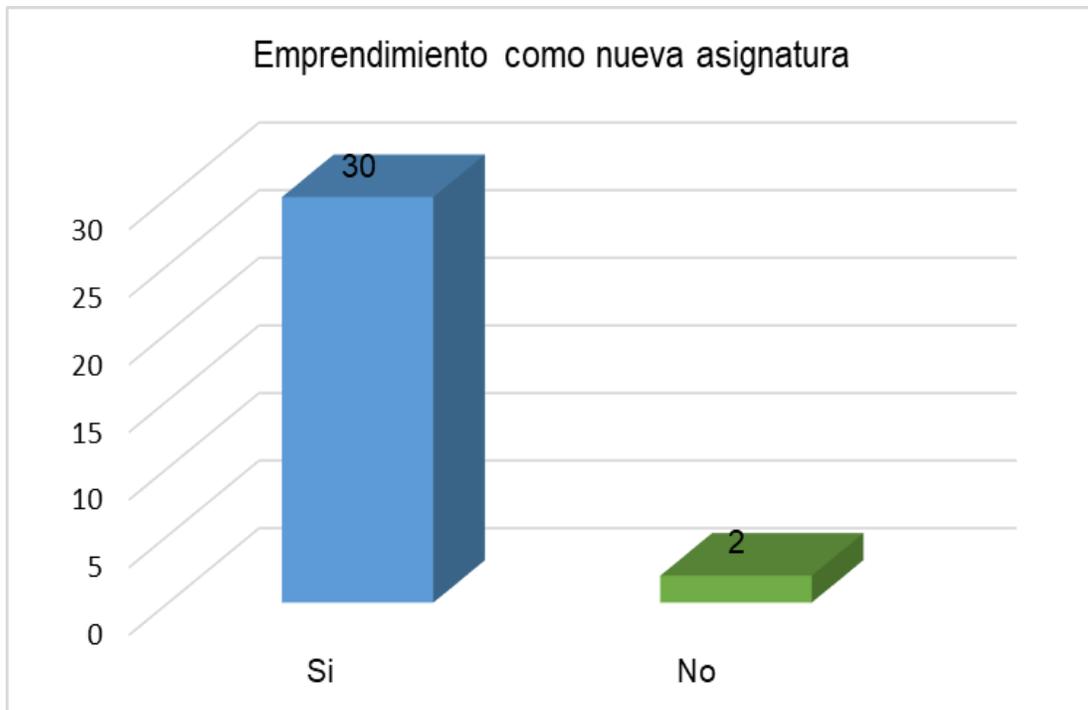
Grafica No.13 Factor de la motivación en el emprendimiento.

Al preguntar acerca de la motivación como factor en la formación académica y para emprender, 30 de los estudiantes consideran que la motivación es importante para emprender y 2 consideran lo contrario.



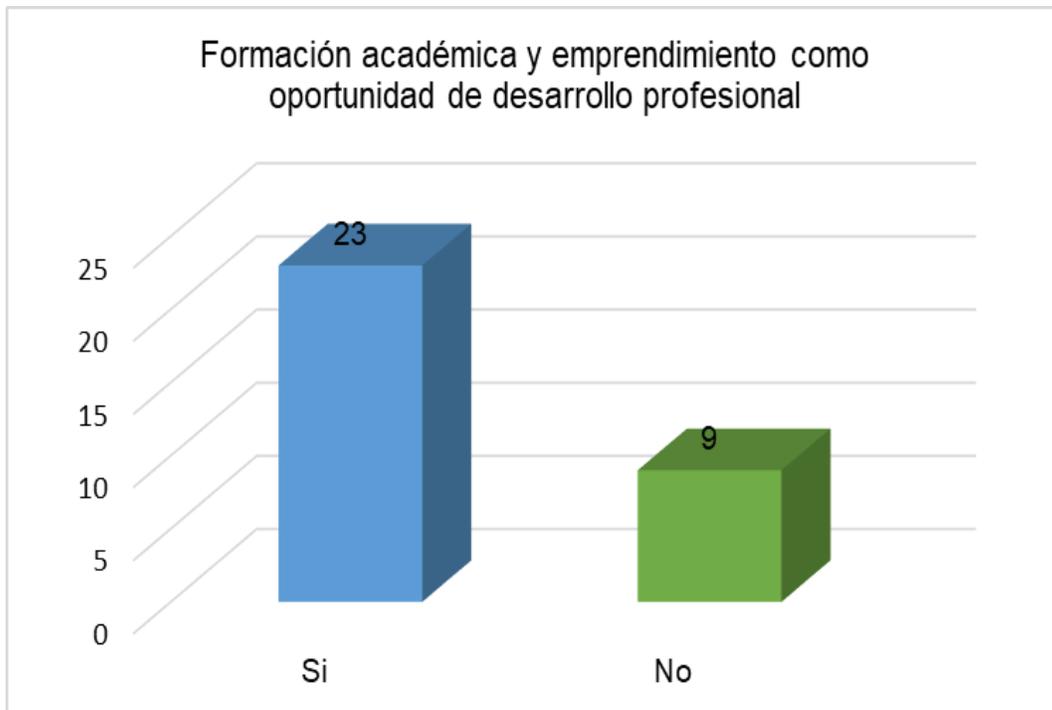
Grafica No. 14 Espiritu emprendedor en la UNAN-Managua.

Con el objetivo de reconocer si la universidad como tal promueve el emprendedurismo preguntamos si la universidad promueve el espíritu emprendedor a sus estudiantes. 17 aseveraron que no y 15 consideran que sí.



Grafica No. 15 El emprendedurismo como nueva asignatura.

Para indagar si hay interés en emprender por parte de los estudiantes les preguntamos si les gustaría cursar una clase referente al emprendimiento, por lo que se cotejó que 30 de los 32 encuestados confirman que sí y 2 no.



Grafica No. 16 Formación académica y emprendimiento como oportunidad de desarrollo profesional.

También le preguntamos a los encuestados si consideran que la formación académica y profesional de la carrera como factores de emprendimiento influyó en la puesta en marcha de los proyectos emprendidos para la oportunidad de desarrollo profesional, por lo que 23 consideran que si influyó la formación académica y profesional y 9 consideran que no.

Análisis y discusión de resultados de entrevistas

Para el análisis y discusión de resultados de entrevistas se ha procedido a realizar tres tablas las cuales corresponden a cada uno de los objetivos planteados en la investigación, por lo que se pretende responder a cada uno de los objetivos según lo expresado de cada uno de los entrevistados en cuanto a su experiencia como emprendedor universitario.

Cuadro de Análisis e Interpretación de Entrevistas	
Reflexiones a Fondo	
Informante/ Proyecto emprendido	Nivel de innovación en proyectos de emprendimiento para un desarrollo profesional
Bonnielly Calero <i>Chanfaina Tv</i>	La innovación es importante en los proyectos de emprendimiento para poder seguir dentro de un mercado, ya que de lo contrario corres el riesgo de quedarte estancado en lo común sin llamar la atención de la gente.
Abigail Blandino <i>Pétalos Nails</i> <i>Nicaragua</i>	Al emprender no tome en cuenta la carrera aunque esta me ha ayudado a promover y brindarle publicidad a mi emprendimiento el cual requiere de innovación para brindar un servicio de calidad con calidez humana.
Lumara Alemán <i>Yaru Make Up</i>	Para emprender debes tener motivación e ideas de que es lo que te gustaría emprender, de igual forma la clave para emprender es la innovación, ya que ayuda a marcar la diferencia entre tu marca y otra.
Rodolfo Rivas <i>Fitografía</i>	La innovación es importante para seguir adelante con los proyectos y darse a conocer para obtener un mejor desarrollo profesional.

Tabla No. 1: Nivel de innovación en proyectos de emprendimiento.

Como conclusión a lo planteado por los informantes en la tabla No.1, la innovación es considerada como una pieza clave para emprender con éxito, ya que puedes brindar servicios o productos de calidad y promoverlos a partir de la diferenciación de marca, esto permite que como estudiantes obtengan un mejor desarrollo profesional y un mejor nivel de competitividad.

Informantes	Proceso de inserción al emprendimiento como oportunidad de desarrollo profesional
Bonnielly Calero	<p>Los proyectos de emprendimiento ayudan al desarrollo profesional, ya que en lo personal por medio de mi proyecto Chanfaina TV he logrado fortalecer mis conocimientos haciendo lo que me apasiona, la producción, y es que emprender siendo universitario es bueno ya que logras poner en práctica tus conocimientos en lo que te llama la atención o te apasiona, porque no podemos negar que en la carrera hay un déficit en la práctica lo cual esperamos que mejore para las futuras generaciones. El Proyecto Chanfaina TV nace como un proyecto de culminación de estudios en la clase de televisión, al tener que crear un canal en YouTube al cual debíamos darle un seguimiento hasta cierto tiempo; luego de esa asignación me anime a emprender, continuando el proyecto en vacaciones pero esta vez promoviendo a emprendedores. Considero que gracias a la continuidad que le di a mi proyecto en conjunto con algunos compañeros he podido desarrollarme profesionalmente ya que a pesar de contar con pocos recursos se ha logrado realizar productos bien producidos generando aceptación en el público.</p>
Abigail Blandino	<p>Pétalos Nails Nicaragua es un proyecto de emprendimiento de aplicación de uñas acrílicas, este nace a partir de la donación que mi mamá me hace luego de haber cursado la Aplicación de Uñas Acrílicas debido a que los productos son caros. Fue difícil llevar a cabo este proyecto a pesar de que los primeros productos fueron donados ya que tenía que abrir mercado y dar a conocer mi trabajo regalando prácticamente mi trabajo para crear demanda y generar aceptación en el público. Tengo grandes expectativas por lo que quiero continuar con mi proyecto aún al egresar la carrera de Comunicación para el desarrollo ya que tener mi propio negocio es algo extra y a la vez un ingreso garantizado. Considero que he tenido un buen desarrollo profesional al poner en práctica mis conocimientos en el manejo de redes sociales para promover mi proyecto y con clases como Relaciones Publicas.</p>
Lumara Alemán	<p>Yaru Make Up es un proyecto de pareja, mi novio me ayudo con el capital para iniciar, de esta forma dejé a un lado mis miedos y empecé a trabajar con productos exportado de los Estados Unidos. Empecé con poco por el miedo de no lograr vender el producto, ya que es un maquillaje profesional de primera mano y su costo es caro, pero, al ver que si había demanda decidí ir invirtiendo más para generar más ingresos. Este proyecto de emprendimiento me ha ayudado en mi desarrollo profesional, logrando comprar mi laptop e incluso mi celular, herramientas básicas para un comunicólogo. También he crecido profesionalmente al poner en práctica lo recibido en diferentes asignaturas, realizando el logo de mi emprendimiento, su imagen y aplicando estrategias de comunicación.</p>

Rodolfo Rivas	Fitografía es un proyecto audiovisual que consiste en fotografiar eventos especiales y brindar publicidad al público que lo solicite. Este proyecto nació como un hobby en el 2011 y se echó a andar como emprendimiento en el 2016 al lograr comprar mi primera cámara profesional con ayuda de mi abuelo. Al inicio empecé regalando mi trabajo tomando fotos a personas populares para dar a conocer mi trabajo, luego me fui abriendo mercado teniendo una gran aceptación pues cabe destacar que en la fotografía hay bastante demanda al igual que competencia. Gracias a este proyecto de emprendimiento he podido poner en práctica mis conocimientos planteándome como meta tener mi propio estudio de fotografía y audiovisual para trabajar con especialidad en pymes.
----------------------	---

Tabla No. 2 proceso de inserción al emprendimiento.

Según las experiencias recabadas de los informantes en la tabla No.2, por medio de los proyectos emprendidos los jóvenes han logrado fortalecer sus conocimientos de forma que han tenido un mejor desarrollo profesional haciendo lo que les apasiona; cabe destacar que esto lo han logrado al poner en práctica ciertas asignaturas que les han ayudado a consolidar sus proyectos por lo que se muestran satisfechos de lo que han logrado teniendo como meta ahora continuar sus proyectos aún al egresar de la carrera de Comunicación para el Desarrollo.

Informantes	Factores de emprendimiento vinculados a la formación académica para la puesta en marcha de proyectos y su incidencia como oportunidad de desarrollo profesional
Bonnielly Calero	Uno de los factores que me motivó a emprender fue la curiosidad y el querer poner en práctica mis conocimientos en la parte de producción, esto lo lleve a cabo por medio de la formación académica ya que en una de las asignaturas como examen teníamos que crear un canal al que debíamos nombrar; al hacerlo me anime a continuarlo junto con otros compañeros teniendo por medio de la practica un mejor desarrollo profesional.
Abigail Blandino	El factor que me llevó a emprender fue la necesidad de tener un ingreso como universitaria para ir teniendo un poco de independencia económica de mis padres. También porque sentí que de esta manera podría ser una persona más responsable y organizada, ya que al emprender siendo universitaria debemos de aprender a organizar nuestro tiempo e incluso planificar nuestras actividades por medio de una agenda.
Lumara Alemán	Uno de los factores que me motivó a emprender fue la necesidad de suplir ciertos gastos universitarios para ayudar a mi familia, generando mis propios ingresos. Al ser universitaria la formación académica me ha ayudado a emprender , ya que gracias a asignaturas como Relaciones Publicas, Planificación de la Comunicación,

	Imagen e Identidad Institucional, Marketing y Diseño de Prensa he fortalecido mis conocimientos y mi proyecto ya que he sido capaz de crear el logo, imagen e identidad de mi proyecto e inclusive he mejorado mi relación interpersonal y mi nivel de comunicación con mis clientes tanto al ofrecer mi producto y aplicar mis estrategias de venta como en el cobro.
Rodolfo Rivas	Mi pasión por la fotografía me motivó a emprender así como mi carrera de Comunicación para el Desarrollo al poner en práctica diversas clases que me ayudaron a llevar a cabo mi proyecto, de forma profesional ahora sé cómo fotografiar con diversos ángulos y planos así como brindarle publicidad a mi proyecto al que ya le establecí una imagen. Gracias a este proyecto el cual considero que es muy rentable he podido desarrollarme profesionalmente y lograr metas que por un momento dude, tal como; costear mi propio equipo, comprando mis reflectores y lentes.

Tabla No.3: Factores de emprendimiento para la puesta en marcha de los proyectos.

En conclusión, en la tabla No.3 los jóvenes emprendedores expresan que debido a la necesidad de suplir gastos universitarios y generar sus propios ingresos, se aventuraron a emprender a pesar de los miedos y riesgos que se tiene. Al igual que otros jóvenes que por la curiosidad de llevar a cabo lo que les apasiona decidieron poner en práctica sus conocimientos por medio de sus proyectos, ya que, cabe mencionar que el déficit en la práctica existente en la carrera de Comunicación para el Desarrollo es notoria y como jóvenes se puede obtener un mejor desarrollo profesional por medio de un proyecto emprendido que permita desarrollar habilidades y destrezas comunicativas.

IX. Conclusiones

Una vez analizado los resultados de la presente investigación enfocados en los objetivos planteados se concluye lo siguiente:

1. Los proyectos de emprendimiento de estudiantes de Comunicación para el Desarrollo de V año matutino; Fitografía, Chanfaina TV, Yaru Make Up y Pétalos Nails Nicaragua, han logrado tener una gran aceptación en determinados públicos por medio del nivel de innovación puesto en sus proyectos, obteniendo un mejor desarrollo profesional al poner en práctica sus conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera; cabe destacar que a pesar de que son proyectos distintos se constató que cada uno de los emprendedores ha tenido en cuenta más de una asignatura que le ha ayudado a llevar a cabo o mejorar su proyecto de emprendimiento lo cual refleja que emprender siendo universitario tiene la ventaja de no solo de la práctica sino de lograr mantener un proyecto al egresar, generar ingresos y ejercer la comunicación en diversos ámbitos.
2. Los estudiantes emprendedores han podido experimentar que al emprender se requiere de motivación para romper barreras y miedos a enfrentar para conseguir el éxito, ya que al insertar en el mundo del emprendimiento puedes aprovechar la oportunidad de tener un desarrollo profesional continuando un proyecto de emprendimiento aún siendo egresado de la carrera trabajando en lo que te apasiona.
3. El factor principal que motivó a los estudiantes a emprender sus distintos proyectos fue la necesidad de generar ingresos y suplir sus necesidades, así como la curiosidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos en lo que les apasiona, debido a que hay un déficit en lo que respecta a la práctica en la carrera de Comunicación para el Desarrollo.

X. Recomendaciones

Para formar profesionales capaces de crear su propia empresa contribuyendo al desarrollo del país generando empleo, se recomienda promover el espíritu emprendedor en la universidad, en este caso, por medio de una clase de emprendimiento obligatoria a estudiantes de Comunicación para el Desarrollo, motivando de esta manera a los estudiantes y dejando en sus manos el continuar sus proyectos. Cabe destacar que por medio de encuestas realizadas a estudiantes de V año matutino se constató que les hubiese gustado llevar una asignatura relacionada al emprendimiento para poner en práctica sus conocimientos.

Debido al déficit en las diferentes prácticas de la carrera de Comunicación para el Desarrollo, también se recomienda incidir en el desarrollo profesional de los estudiantes por medio de clases prácticas en cada asignatura, generando convicción y reconociendo que no solo se pueden formar empleados sino generadores de empleos.

Por último, se le recomienda a la universidad iniciar el proceso de promoción del emprendedurismo para que todos los estudiantes de las diferentes carreras de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, pongan en práctica sus conocimientos por medio de sus capacidades, generando ingresos y mejorando su nivel de competitividad.

XI. Lista de Referencias

- Alemán S. (2017). Aumenta cultura emprendedora desde las universidades. El Nuevo Diario. Edición Impresa.
- Aráuz A. (s.f.). Promoción del Espíritu Emprendedor en Nicaragua. Recuperado el 10 de julio. Tomado de <https://www.mific.gob.ni/Portals/0/Portal%20Empresarial/u8.%20Proyecto%20Promocion%20Espiritu%20Emprendedor%20Nicaragua.pdf>
- Araneda, H. (2009). Innovaciones en formación para la empleabilidad: una agenda en construcción. Recuperado de <http://www.innovum.cl/portal/web/guest/biblioteca-online>
- Arias, F. (2006). Introducción a la metodología científica. Caracas-Venezuela: Episteme.
- Blandón A, Martínez A & Siu J. (2016). Principales factores socioeconómicos que limitan la creación y el desarrollo del emprendedurismo en los jóvenes de la ciudad de Estelí en el II semestre del año 2016. (Tesis inédita de licenciatura). Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua.
- García Zárate, O. A. (2003). (Compilador). Hacia una nueva universidad en el Perú. Lima: UNMSM, Fondo Editorial.
- Gerencie. (8 de Mayo de 2016). Emprendimiento. Obtenido de <http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación. Ciudad de México: Mc Graw Hill.
- Leal Gutiérrez, J. (2011). La Autonomía del Sujeto Investigador y la Metodología de Investigación. Venezuela, 3ra Edición.
- Meza E. (2011). Evaluación de Factores Básicos de Competencia de Emprendimiento Empresarial en los Estudiantes de Turismo. El caso de la Universidad San Martín de Porres, Lima (Perú). (Tesis Doctoral)

MIFIC. (9 de Mayo de 2016). MIFIC. Obtenido de <http://www.mific.gob.ni/Portals/0/Portal%20Empresarial/u15.%20emprendedurismo.pdf>

Olabuénaga, R. JL. (1996) Metodología de la investigación cualitativa.

Olmos J. (2007). Tu potencial emprendedor, Pearson educación, México. Primera edición.

Pérez G. (2017). 10 Ventajas competitivas de los emprendedores. Recuperado el 12 de Julio. Tomado de <https://www.themanagerspodcast.com/ventajas-competitivas-emprendedores-emprender/>

Prieto C. (2014). Emprendimientos conceptos y plan de negocios. Escuela bancaria y comercial, primera edición 2014, Pearson Educación, Pag3

Sandoval L. (2019). Tipos de emprendedores ¿Cuál eres tú? Recuperado el 10 de Julio. Tomado de <https://www.emprender-facil.com/es/tipos-de-emprendedores/>

Vallejo, R., Finol de Franco., M. (2009). La Triangulación como Procedimiento de Análisis para Investigaciones. Recuperado de: <https://normasapa.net/triangulacion-definiciones-tipos/>

Anexos.

Instrumentos



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua

UNAN-Managua

Recinto Universitario Rubén Darío “RURD”

Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas

Carrera de Comunicación para el Desarrollo

Entrevista

Objetivo: Recopilar información necesaria para el análisis de las experiencias y nivel de innovación de los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo de V año matutino que han emprendido.

1. ¿Qué te motivó a emprender?
2. ¿Qué factores te llevaron a emprender?
3. ¿Cómo llevó a cabo su proyecto de emprendimiento?
4. ¿Ha puesto en práctica sus conocimientos de educación superior en su proyecto emprendido?
5. ¿Considera importante estar en la fase de educación superior al haber emprendido?
6. ¿Ha puesto en práctica alguna asignatura en especial en su emprendimiento?
7. ¿Cree usted que por medio de su emprendimiento ha tenido un buen desarrollo profesional?
8. ¿Qué es más importante para usted, poner en práctica sus conocimientos o la ganancia monetaria?
9. ¿Tomó en cuenta su carrera al elegir qué proyecto emprendería?

10. ¿Considera que al poner en marcha su proyecto de emprendimiento ha fortalecido sus conocimientos o ha descuidado sus estudios?
11. ¿Cómo ha sido su experiencia en el emprendimiento?
12. ¿Qué expectativas tenías al emprender?
13. ¿Lograste superar tus expectativas con tu proyecto?
14. ¿Qué fue lo más difícil al momento de emprender?
15. ¿Considera importante la innovación en el emprendimiento para el desarrollo Profesional?
16. ¿Cree usted que por medio del emprendedurismo se obtenga un desarrollo Profesional?
17. ¿Consideras rentable tu proyecto emprendido?
18. ¿Consideras que al emprender tiene mayor ventaja que los demás en el ámbito laboral?
19. ¿Planea continuar con su proyecto emprendido una vez graduado?



Encuesta

Objetivo: Recopilar información acerca del proceso de inserción al emprendimiento como oportunidad de desarrollo profesional de los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo V año matutino que han emprendido.

Estimado(a) estudiante se le pide llenar la presente encuesta de manera objetiva marcando con una (X) en su respectiva cuadrícula la respuesta que considere apropiada; esta encuesta es anónima y la información obtenida será de mucha utilidad para conocer la importancia del emprendimiento en universitarios para el desarrollo profesional.

I. Datos generales

Sex M F

Edad 16-21 22-28

II. Nivel de innovación en proyectos de emprendimiento

1. ¿Qué opinas acerca del emprendimiento?

Bueno Muy Bueno No es
recomendable

2. ¿Te animarías a emprender?

Sí No

3. ¿Considera importante la educación superior para poder emprender con éxito?

Sí No No necesariamente

4. Si llegara a emprender, ¿Tomaría en cuenta su carrera?

Sí No

5. ¿Consideras clave la innovación en un proyecto de emprendimiento?

Sí No

III. Proyectos de emprendimiento como oportunidad de desarrollo profesional en estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo.

1. Al ser universitario ¿Consideras que emprender podría ser una ventaja?

Sí No

2. ¿Crees que por medio del emprendimiento como universitarios puedan tener un mejor desarrollo profesional?

Sí No

3. ¿Qué opinas acerca de tus compañeros que han emprendido?

Bueno Muy Bueno Otros

4. ¿Consideras que tus compañeros que han emprendido los proyectos de Yaru Make Up, Pétalos Nails Nicaragua, Fitografía y La Chanfaina TV han tenido un buen desarrollo profesional?

Sí No

De los cuatro proyectos de emprendimiento antes mencionados, ¿alguno te llama la atención? ¿Por qué?

IV. Factores de emprendimiento vinculados a la formación académica y profesional de los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo para la puesta en marcha de sus proyectos e incidencia como oportunidad de desarrollo profesional.

1. ¿Consideras que la motivación es un factor que influye en la formación académica y profesional al emprender un proyecto?

Sí No

1. ¿Promueve la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua el emprendedurismo?

Sí No

2. ¿Te gustaría cursar una clase referente al emprendimiento?

Sí No

3. ¿Consideras que los factores de emprendimiento, la formación académica y profesional de la carrera de Comunicación para el Desarrollo influyó en la puesta en marcha de los proyectos emprendidos de “Yaru Make Up, Pétalos Nails Nicaragua, Fitografía y La Chanfaina TV” como oportunidad de desarrollo profesional?

Sí No

¡Gracias por su colaboración!

Fotografías



Entrevista realizada a la joven Bonnielly Calero, emprendedora del proyecto Chanfaina Tv.



Entrevista realizada al joven Rodolfo Rivas, emprendedor del proyecto de Fitografía.



Entrevista realizada a Lumara Yaru, emprendedora del proyecto Yaru Make Up.



Entrevista realizada a Abigail Blandino, emprendedora del proyecto Petalos Nails
Nicaragua.



Estudiantes de Comunicación para el Desarrollo de V año turno matutino respondiendo encuesta.



Aplicando encuesta a estudiantes de Comunicación para el Desarrollo de V año turno matutino.

