



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

DIRECCIÓN DE INNOVACIÓN
MAESTRÍA EN ECONOMÍA CREATIVA Y EMPRENDIMIENTO
SOSTENIBLE

Tesis para optar al título de Master en economía creativa y emprendimiento sostenible.

Tema: Desarrollo de cooperativa que permita la oferta de servicios profesionales y varios, en el municipio de Jinotepe, periodo 2023 al 2024.

Autor: Lic. Yader José Rubí Aguirre

Tutor: Dr. Mario Ramón López

Asesora metodológica: Arq. Francis del Socorro Bermúdez Castillo

Managua, 15 de marzo de 2024

Carta Aval Tutor

Por medio de la presente hago constar que el maestrando Lic. Yader José Rubí Aguirre cédula 042-070189-0003W, estudiante de la maestría en Economía Creativa y Emprendimiento Sostenible finalizó su trabajo investigativo con el Tema: **Desarrollo de cooperativa como alternativa empresarial que permita la oferta de servicios profesionales y varios, en el municipio de Jinotepe, periodo 2023 al 2024.**

Este trabajo fue apoyado metodológica y técnicamente en la fase de planificación, ejecución, procesamiento y análisis e interpretación de datos, así como en sus respectivas conclusiones.

Por consiguiente, valoro que el mismo cumple con los requisitos establecidos en la normativa, por lo tanto, está listo para ser entregado ante las autoridades correspondientes para realizar un proceso de defensa.

Dado en la ciudad de Managua a los dos días del mes de febrero del 2024

Atentamente

|



Dr. Mario Ramón López
Tutor de tesis

Dedicatoria

El trabajo realizado está dedicado primeramente a Dios, a mi esposa Arq. Francis Bermúdez, a mi padre José Rubí, a mis hermanos, mi abuela Casimira Mercado(qepd) y toda la sociedad nicaragüense la cual de la mano de Dios y el gobierno central se encamina en tiempos de victorias y prosperidad.

Agradecimientos

El resultado de este trabajo no hubiese sido posible sin la ayuda y cooperación de un conjunto de persona e instituciones que contribuyeron su granito de arena desde sus diferentes ámbitos cotidianos y académico. Primeramente, agradezco al Dr. Mario Ramón López Tutor, Arq. Francis Bermúdez asesora metodológica, al Dr. Raúl Medrano, al Dr. Oscar Ramón López Calderón director del dpto. ciencias y tecnología, Msc.José Daniel Guido Chávez y a la comunidad universitaria. Centro Universitario Regional de **Carazo (CUR- Carazo)** de la **UNAN-Managua** y a la comunidad en general de Jinotepe. Además, agradecimientos especiales al MINJUVE, INATEC, MINED, a la UNAN-MANAGUA y a cada docente que aportaron desde lo académico para alcanzar una nueva meta en mi vida.

Tabla de contenido

Resumen	7
Palabras Claves:	7
Introducción	9
Planteamiento del problema	12
Antecedentes	15
Antecedentes locales	15
Antecedentes nacionales	15
Antecedentes internacionales	19
Objetivo general	22
Objetivos específicos	22
Marco teórico - conceptual	23
Técnicas y procedimientos	30
Definición de las fuentes	32
Técnicas y procedimientos	32
Técnicas e instrumento aplicados	32
Capítulo I	34
Desarrollo del diagnóstico	34
Ubicación Geográfica	34
Clima	35
Economía del municipio	36
Tecnología y telecomunicaciones	39
Breve reseña histórica fundacional del municipio de Jinotepe	41
Localización optima del emprendimiento	43
Capítulo II Estudio de mercado	44
Contribución innovadora del proyecto	44
Estudio de Mercado y organización de la Cooperativa de servicio	45
Resultados de la encuesta	46
5 fuerzas de Porter	51
Análisis FODA de la empresa	55
Buyer de persona	56
. Demanda actual y futura	58
Análisis de la demanda	58
Oferta	59

Canales de distribución	61
Capitulo III Aspecto proyecciones financieras	63
Inversión inicial	63
Presupuesto de Venta	67
Costos y gastos	71
Proyección de costo Mano de Obra directa por operación de 5 servidores	72
Estados financieros proyectados	74
Análisis del Flujo de fondo	76
Análisis de indicadores financieros	77
Capitulo IV plan de operaciones, organización y plataforma virtual	78
Marco Legal	78
Lineamientos de la cooperativa	80
Estructura Organizativa de SPONCOOP	81
Productos / Servicios	83
Descripción de servicio que ofrece SPONCOOP	83
Descripción del proceso de Producción o Ciclo del Servicio	84
Flujograma de Procesos Spon-Coop	85
Distribución de Planta por proceso	87
Conclusión:	90
Bibliografía	93

Abreviaturas:

CNU	Consejo Nacional de Universidades.
UNAN	Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.
CSUCA	Consejo Superior Universitario de Centro América.

Tabla de ilustraciones.

Figure 1condicion laboral municipio de Jinotepe; fuentes BCN 2020.....	13
Figure 2 condición laboral del municipio de Jinotepe Fuentes BCN 2020	13
Figure 3mapa satelital del municipio de Jinotepe; fuente googleearth	34
Figure 4 Día soleado Parque central de Jinotepe; fuentes I9Digital.....	35
Figure 5municipio de Jinotepe Niveles de Lluvias promedios anual; fuente https://es.weatherspark.com/	35
Figure 6Avenida Centra de Jinotepe Zona financiera	36
Figure 7Ubicacion de los establecimientos económicos en cantidades; fuentes BCN.....	37
Figure 8infraestructura escolar municipio de Jinotepe ; fuente Mapa de la educaciónMINED2023	38
Figure 9Estudiantes del Centro Escolar Mario Arana de Jinotepe. Recibiendo insumos tecnológicos; fuente Mined2023	38
Figure 10Este mapa representa la cobertura de la red móvil 2G, 3G, 4G y 5G Tigo Movil en Jinotepe. Ver también: el mapa de la velocidad móvil Tigo Movil en Jinotepe y de la cobertura de las redes móviles Claro Movil en Jinotepe.	40
Figure 11 Grafica de encuesta Genero; Fuentes propias	46
Figure 12Grafica de encuesta Edad; fuentes propias.....	46
Figure 13Grafica de encuesta Grado académico; fuentes propias.....	47
Figure 14Grafica encuesta Tecnología; Fuentes propias.....	47
Figure 15Grafica encuesta conectividad; fuentes propias	47
Figure 16Grafica encuesta preferencias de contratación de servicios	48
Figure 17Grafica encuesta disponibilidad de Adquisición de servicios de una cooperativa.	48
Figure 18Grafica encuesta Tipos de profesiones y servicios con potencial demanda.....	48
Figure 19Grafica encuesta técnico y oficios con mayor demanda	49
Figure 20Grafica encuesta Preferencia en la contratación de Servicios.....	49
Figure 21Grafica Encuesta rango de pago en córdobas a pagar por servicio menor.....	49
Figure 22Grafica encuesta preferencia en la forma de pago por servicios.....	49
Figure 23Grafica Encuesta opción preferida para adquirir servicios.	50
Figure 24Grafica encuesta aceptación de creación y reclutamiento para formación de cooperativa.....	50
Figure 25 Grafica de encuesta Aceptación y divulgación de la cooperativa.	50
Figure 26competencia en el mercado 5 fuerzas de porter fuentes: https://www.5fuerzasdeporter.com/	¡Error! Marcador no definido.

Resumen

En el marco de la maestría en Economía Creativa y Emprendimiento sostenible se busca generar alternativas integrales que impacten a la sociedad nicaragüense, mediante la creación y formulación de proyectos e intervenciones económicas-sociales que se enfoquen en el plan de desarrollo humano, en el cumplimiento de ODS (ONU, 2023) y de las diferentes acciones nacionales e internacionales que buscan el desarrollo integral de las sociedades en su conjunto.

Desde la maestría en Economía Creativa, se plantean diferentes líneas de trabajo que responde a portar incidentemente en la sociedad nicaragüense, por mencionar algunas líneas son: fomento a la innovación, sostenibilidad de emprendimientos, marketing, planificaciones estratégicas para empresas creativas, innovación social entre otras. Desde estas líneas se seleccionaron diversos elementos, con el fin de identificar las respectivas herramientas y métodos para consolidar un instrumento de incidencia social.

Con la creación de una cooperativa, se pretende generar que los habitantes del municipio de Jinotepe puedan obtener más ingresos económicos y potenciar sus habilidades técnicas, profesionales o de oficios, de la mano con un ecosistema innovador e interactivo, vinculado a la tecnología para dar respuesta a la oferta y demanda de servicios.

Palabras Claves:

Cooperativa, Servicios profesionales y Servicios varios, Empleos, estudio de mercado, Innovación Tic.

Summary

Within the framework of the master's degree in Creative Economy and Sustainable Entrepreneurship, the aim is to generate comprehensive alternatives that impact Nicaraguan society, through the creation and formulation of economic-social projects and interventions that focus on the human development plan, in the fulfillment of SDG (UN, 2023) and the different national and international actions that seek the comprehensive development of societies as a whole.

From the master's degree in creative economy, different lines of work emerge that respond to incidents in Nicaraguan society, to mention some lines: promotion of innovation, sustainability of ventures, marketing, strategic planning for creative companies, social innovation among others, from These lines were selected various elements in order to identify the respective tools and methods to consolidate an instrument of social impact.

With the creation of a cooperative, the aim is to ensure that the inhabitants of the municipality of Jinotepe can obtain more economic income and enhance their technical, professional or trade skills hand in hand with an innovative and interactive ecosystem linked to technology to give response to the supply and demand of services.

Keywords:

Cooperative, Professional services and various services, Jobs, market research, ICT Innovation.

Introducción

El proyecto busca aportar a la economía social y solidaria que ha tomado auge en las últimas décadas. Este modelo ha ayudado a frenar un poco las brechas de desigualdades sociales en el mundo. En el caso particular Nicaragua, ya viene caminando de la mano del gobierno y todos los actores sociales de la economía nacional, aplicando una economía social que vela por los intereses de las grandes mayorías.

El modelo nicaragüense es un ejemplo a seguir a nivel regional en la lucha contra la pobreza, ya que dispones de todos sus recursos para el cumplimiento del Plan Nacional de Lucha Contra la Pobreza y para el Desarrollo Humano 2022-2026 mediante el cual se realizan acciones transformadoras que ratifican la ruta de crecimiento económico y la defensa y restitución de los derechos de las familias nicaragüenses. El proyecto de creación de la cooperativa aportará de manera directa desde los actores sociales que se desarrollan en el ecosistema económico local y nacional, buscando aportar a la mejora de la calidad de vida de los mismos , además de aportar a los ODS en el caso contextual al objetivo 8 en lo referido a crecimiento económico inclusivo y sostenido puede impulsar el progreso, crear empleos decentes para todos y mejorar los estándares de vida (ONU, 2023).

Con lo antes descrito surge la necesidad de dar un mayor empuje y aportar a la economía nacional y local, correlacionando de mejor forma acciones conjuntas para dar respuestas al contexto de empleabilidad y generación de ingresos para las familias la ¹OIT reconoce los beneficios de empresas sociales ; *Las empresas de la economía social y solidaria complementan otros canales de suministro de bienes y servicios. Esto incluye la reinserción de los grupos vulnerables en la vida laboral y la extensión de la protección social.* (OIT, 2014)

Por lo que se implementa la iniciativa de sumar impulsos positivos hacia la incorporación juvenil al ámbito laboral y la potenciación de sus talentos y habilidades en un ecosistema integral.

¹ OIT Organización internacional del trabajo.

Sumado a esto, es necesario tomar en cuenta el avance global y masificado de las distintas plataformas digitales generadoras de empleo y proveedoras. Servicios que han tomado mayor auge a causa de la pandemia y de otros fenómenos naturales y sociales, los cuales han cambiado un poco la interacción económica en la región y en el caso particular en Nicaragua.

En la actualidad podemos ver diversas plataformas virtuales a nivel internacional y nacional, formando parte del comercio electrónico; las cuales han invadido muchos ámbitos económicos y sociales del mundo. Para la CEPAL, en un estudio presentado en el año 2018 dice: que una plataforma digital es un modelo de negocios habilitado por la tecnología que crea valor al facilitar intercambios entre dos o más grupos interdependientes (CEPAL, 2018).

El proyecto surge a raíz de haber identificado la falta de empleo en las que se encuentran las personas formadas profesionalmente del municipio de Jinotepe. Por el cual, se propone el aprovechamiento del recurso y talento humano, a través de la creación de una asociación cooperativa de servicios que se vincule con el uso de una plataforma digital como puente para conectar la oferta y demanda de servicios técnicos y profesionales aportando al crecimiento del mercado laboral del municipio de Jinotepe.

En la era digital se ha determinado un cambio radical en el comportamiento de los consumidores, pasando de la utilización de un método tradicional de consumo, al uso de un espacio virtual para realizar el contacto, selección, compra y relación posventa con el proveedor de los productos o servicios. Se puede observar dichos cambios a nivel mundial y cómo han tenido un importante impacto en el intercambio comercial de bienes y servicios, a través del uso de formatos distintos a los tradicionales esta experiencia (Monar, 2023.).

La tecnología es un plus para la creación de una cooperativa que opere como empresa de servicio con el fin suplir la necesidad de la búsqueda de empleos a nivel local y nacional. Como una fortaleza mediante la interacción con plataformas que operan a nivel nacional. Se conoció que en las existentes no cuentan con una

interfaz de medir la satisfacción de usuario o cliente, no construyen un buyer de persona para atraer a potenciales clientes o usuario, además no cuentan con mejor seguimiento y ubicación de cada una de las demandantes o proveedores de servicios que usan las mencionadas plataformas las cuales cuentan con gran acogida en el mercado nicaragüense por mencionar las usadas Tecoloco, encuentra24, LinkedIn y Marketplace de Facebook.

A través del desarrollo y puesta en marcha de la cooperativa, se pretende proyectar a personas con capacitadas y habilidades varias que actualmente no laboran y están buscando como insertarse en el ámbito laboral y obtener mayores ingresos con nuevas oportunidades, de la mano con el desarrollo de la tecnología y la flexibilidad que ofrece el uso de las distintas plataformas digitales se pretende incidir en las realidades económicas y social de las familias del municipio.

A lo largo de esta investigación, se analizaron los factores que influyeron en el desempleo en el lugar geográfico mencionado, identificando que la tecnología es un gran aliado para generar empleo de forma gradual y adquirir ingresos de manera profesional, técnica o vocacional apoyándose a través del uso de las plataformas digitales en el país, en los distintos ámbitos; tales como: Educación, finanzas, comunicación, construcción, informática, transporte, mecánica, legales entre otros teniendo en cuenta el factor socio jurídico de las mismas, impulsará la productividad, innovación y circulación de servicios.

Este trabajo es pertinente con la investigación aquí planteada, ya que aborda la creación de una cooperativa dotada de una plataforma virtual como medio de captación del talento humano, además de dar soluciones a problemáticas cotidianos de los pobladores, empresas e instituciones de Jinotepe, se buscará promover la inserción laboral de manera individual, rápida, segura y confiable.

Planteamiento del problema

En Nicaragua, al igual que otros países de la región luchan contra el desempleo y la pobreza. En los últimos años, la pandemia generó una recesión económica mundial y en el contexto nacional se sufrió una ruptura de la economía tras el fallido Golpe de estado en 2018, ambos fenómenos directamente incidieron en un deterioro general en la economía nacional, informes de la OIT refieren al respecto;

Estos fenómenos han causado una profunda recesión, es decir, que, recibe la pandemia del COVID-19 en un contexto muy delicado. Antes de la crisis, el país había logrado mantener un buen ritmo de crecimiento (4.7% en el año 2017), debido a los disturbios sociales y políticos, la economía se contrajo a un -4.0% y -3.9% en 2018 y 2019. Respectivamente Se espera que la pandemia afecte negativamente a través de la disminución de las remesas, la contracción de sectores intensivos en mano de obra (comercio, turismo), el estancamiento de salarios. (OIT,2020)

Esto se traduce en falta de generación de empleo formales y el desaprovechamiento de la mano de obra calificada en constante formación y capacitación la OIT afirma: La alta incidencia de la informalidad es un rasgo importante del mercado laboral nicaragüense, por tanto, es bastante probable que el impacto de la crisis no se refleje únicamente en el incremento del desempleo y la informalidad, sino también en los ingresos laborales, especialmente de los ocupados menos calificados y en la economía informal, las personas jóvenes deben afrontar un elevado índice de desempleo y subempleo, y son más vulnerables frente a una disminución de la demanda de mano de obra, como se constató a raíz de la última crisis financiera mundial (OIT, 2020).

Desde un análisis local, se ha llevado a cabo estudios en el área geográfica de Jinotepe perteneciente al departamento de Carazo, el cual posee una población mayor de 50mil habitantes. Este municipio fue altamente afectado por los fenómenos anteriormente mencionados a pesar de poseer un alto índice de dinamismo económico y albergar a institutos, escuelas técnicas y oficios y universidades, presenta un significativo índice de desaprovechamiento de mano de

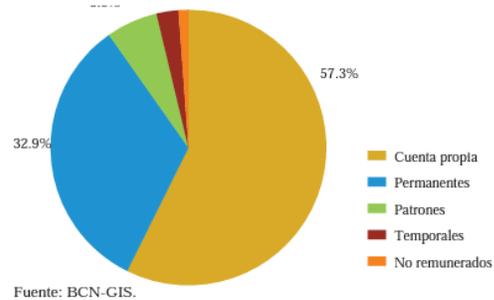
Desarrollo de cooperativa que permita la oferta de servicios profesionales y varios, en el municipio de Jinotepe, periodo 2023 al 2024.

obra capacitada para la falta de demanda de servicios técnicos, profesionales o de oficios (BCN, 2017).

Los egresados de las instituciones educativas se enfrentan a la realidad de la falta de empleos formales, según estadísticas del Banco Central de Nicaragua en su documento cartografía digital y censo de edificaciones 2017 destaca que; en términos generales el (57.3%) del empleo que se genera en la ciudad de Jinotepe es por cuenta propia,

seguido por trabajo permanente (32.9%), los patrones (6.0%), los trabajadores registrados como temporales (2.6%) y los trabajadores no remunerados (1.2%). Los trabajadores no remunerados normalmente son mano de obra familiar que ayuda en las actividades económicas sin devengar salarios (BCN,2017).

*Figure 2 condición laboral del municipio de Jinotepe
Fuentes BCN 2020*



En la mayoría de los casos estos empleos se caracterizan por ofrecer salarios bajos y carencias en materia de derechos laborales, los cuales dificultan el desarrollo integral de las habilidades y destrezas de los que ofertan sus servicios, además es de resaltar que no hay estructurada una empresa o cooperativa para poder captar el capital humano del municipio de Jinotepe y poder ofertar sus servicios a la población de la localidad y municipios aledaños.

Justificación

Los problemas de empleabilidad no es algo que se resuelve de la noche a la mañana, el estado nicaragüense ha generado diversos programas que promueven la capacitación continua y la inversión para emprendimientos, con el fin de empoderar a las familias nicaragüenses.

El municipio de Jinotepe es uno de los municipios con mayor dinámica económica del departamento de Carazo, mediante este proyecto de creación de la cooperativa de servicios se busca brindar respuestas a las diferentes problemáticas en materia de empleabilidad y de demanda de proveedores de servicios que tiene la población, las empresas e instituciones, por la cual se necesita la participación directa de sus pobladores, como protagonistas principales en la dinámica económica de la mano con el estado.

Como primera consecuencia de esto, encontramos que los trabajadores de una cooperativa son ellos mismos los dueños de la actividad, de forma que el rendimiento de sus acciones repercute sobre ellos mismos, bien en positivo o en negativo, las ganancias se reparten de forma igualitaria entre todos los miembros asociados de la cooperativa.

La cooperativa es un modelo de organización empresarial que busca el beneficio de sus miembros, que son, en gran medida, los que llevan a cabo la propia actividad empresarial. El control y gestión de la misma es democrático y comparte una serie de principios y valores que redundan en el tejido social y económico de la comunidad en la que se establecen.

La cooperativa de servicio captará el talento humano, de jóvenes hombre y mujeres técnicas, profesionales y de oficios que se encuentran en situación de desempleo o las que están sumida en el empleo informal para que adquieran nuevos, mayores o mejores ingresos desde la prestación de servicios a la comunidad y a los municipios aledaños, y proyectando al municipio de Jinotepe; como ejemplo exitoso de lucha contra la pobreza de la mano con sus pobladores, la cooperativa y la tecnología.

Antecedentes

En los antecedentes se retomaron investigaciones tanto a nivel local, nacional e internacional; es necesario mencionar que referente a las publicaciones internacionales, estas se mencionan por su contenido teórico, porque, aunque trabajan contextos diferentes tienen un nivel de similitud en las áreas temáticas abordadas, y para afianzar datos sobre el contexto en cuestión, aportando contenido que facilite la comprensión de la imagen local. Se retoman documentos nacionales que abordan algunos de los lineamientos que la economía creativa sigue y cómo ha ido transformando los contextos en los que se implementa este modelo.

Antecedentes locales

Sobre el empleo

En el municipio de Jinotepe, son escasas las fuentes y los antecedentes que brinden una visión estadística más amplia sobre los niveles de desempleo, trabajo informal y niveles de empleabilidad que se encuentran los habitantes de este municipio.

Se ha encontrado información relevante que presentan de forma general datos relacionados a la empleabilidad formal e informal en documentos del Banco Central de Nicaragua presenta en su documento cartografía digital y censo de edificaciones cabecera departamental de Jinotepe 2017 establece:

Condición laboral por género en términos generales la mayoría del empleo que se genera en la ciudad de Jinotepe es por cuenta propia (57.3%), seguido por trabajo permanente (32.9%), los patrones (6.0%), los trabajadores registrados como temporales (2.6%) y los trabajadores no remunerados (1.2%). Los trabajadores no remunerados normalmente son mano de obra familiar que ayuda en las actividades económicas sin devengar salarios. (BCN, 2017pg 16)

Antecedentes nacionales

población activa y mercado de trabajo. desempleo

Según los últimos datos publicados por CEPAL, la Población Económicamente Activa (PEA) se situó en 2020 en 3 millones de personas, siendo un 62% hombres y 38% mujeres. En los últimos años se ha producido una importante incorporación de personas al mercado laboral, ya que en 2006 la PEA era de 2,2 millones. De

hecho, CEPAL estima que cada año se suman aproximadamente 100 mil personas más a la PEA. Este incremento se atribuye a la incorporación de las mujeres y jóvenes al mercado laboral. Aunque en términos sociales este 13 aumento es positivo, hay que tener en cuenta que el mercado laboral no tiene capacidad para absorber la nueva demanda laboral (Guatemala, 2021, págs. 12-13).

La mayoría de los empleos en Nicaragua son generados por las pequeñas y medianas empresas

Empresas /MIPYMES

Desde el marco regulatorio nacional Asamblea nacional de Nicaragua en la ley N°. 645 define; a las MIPYME como todas aquellas micro, pequeñas y medianas empresas, que operan como persona natural o 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 (Asamblea, 24, págs. 1-5).

El Banco Mundial en el artículo titulado, Por qué para Nicaragua es vital apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas este artículo establece:

Tanto a nivel local como regional, las MIPyMES pisan fuerte en la economía. En Latinoamérica, el 60% de los empleados trabajan para empresas con cinco o menos empleados. En Nicaragua, generan alrededor de 1,6 millones de puestos de trabajo y contribuyen al 40% de las exportaciones y al 35% del PIB, de acuerdo al Consejo Nicaragüense de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa Conimipyme. No es para menos, según el Banco Central, casi el 90% del total de las compañías registradas son MIPyMES (Banco Mundial , 2015).

La monografía titulada: Inversión, crecimiento y desarrollo de la economía de Nicaragua, de la UNAN Managua de facultad de Ciencias Económicas establece: La importancia de las MIPYMES en Nicaragua es que representa la mayoría de las empresas nicaragüenses, convirtiéndose en generadoras de empleos y cuentan con gran flexibilidad en sus procesos productivos. (Gamez & Martinez , 2017 pg8)

Debido al impacto económico y social que tienen las MIPYMES en el sector empresarial y en la economía nacional es necesario un apoyo más directo del gobierno, tal como se ha venido ejecutando a través de diferentes programas que se impulsan como: “Hambre cero” en el caso rural y los créditos otorgados por Usura cero.

Las MIPYMES, se han convertido en una alternativa de desarrollo en la economía nacional y en la reducción de pobreza. A pesar de los obstáculos financieros que enfrentan por ser empresas pequeñas, han mejorado su mecanismo de trabajo.

Las MIPYMES no son un fenómeno reciente, éstas han pasado por diferentes dificultades hasta el punto de tener conflicto con las grandes empresas.

Desde el 2009 las MIPYMES han venido desarrollándose y creciendo cada vez más logrando un crecimiento económico de 5% anual y aportan al producto interno bruto entre el 35 y 40%. Las MIPYMES representan el 87.45% (106,619) del total de empresas que existen en Nicaragua. Por lo expresado Nicaragua, ha demostrado ser el país que más desarrollo ha tenido en Centro América en los últimos cinco años, con mayor presencia en el comercio nacional y la incursión que realiza en el mercado internacional (Gamez & Martinez , 2017).

Cooperativas

En una remembranza el BCID en su recoge datos sobre el surgimiento de la cooperativa y el evolucionar que ha tenido en los diferentes escenarios sociales y económicos en el siglo XX e inicio del XXI, en las cuales se destacan fechas mas relevante del contexto cooperativo, rescata: en los Años 30 se dan verdaderos intentos de un cooperativismo más consolidado, a partir de ese momento es que se establecen las referencias más sólidas del movimiento cooperativo, cooperativas formadas por Augusto Cesar Sandino, surgieron a la luz de la firma del convenio de paz en febrero de 1933 .A su vez en los Años 60: en esta época se da un auge del cooperativismo de ahorro y crédito, luego del terremoto de 1972, se da un nuevo auge del cooperativismo, pero esta vez en una forma diferente. Surge el comercio y como ente promotor del cooperativismo se encuentra FUNDE que organiza cooperativas de comerciantes en los mercados (BCIE, 2017, págs. 16-17).

Ya en los Años 80: el cooperativismo de estos años fue de carácter agrario y formó parte de una estrategia del gobierno revolucionario que asumió un rol protagónico, canalizando el proceso de reforma agraria en formas cooperativas.

En esta etapa se dio un gran crecimiento social del cooperativismo y se crearon las condiciones para el despegue de un pujante movimiento cooperativo, pero fue truncado con el cambio de gobierno en 1990.

En los años 90 significaron para el cooperativismo nicaragüense y regional un periodo de cambios radicales ante el nuevo orden económico internacional de los procesos de globalización y apertura comercial lo que creó incertidumbre en el movimiento (BCIE, 2017).

En el segundo quinquenio del siglo xxi algunas estimaciones de los registros oficiales de DIGECOOP indican que Nicaragua es el país en Centroamérica que cuenta con el mayor número de cooperativas registradas. El total, en febrero 2007, ascendía a 6,655 de las cuales se estima que sólo 2,500 cooperativas se encuentran activas, aunque el resto continúa formando parte del Registro Nacional Cooperativo. Aproximadamente, en ese entonces existían 500,000 asociados, conformando la membresía del movimiento, de los cuales el 60 % son varones y el 40% mujeres.

Las fuentes más reciente referentes a las cooperativas en Nicaragua se genera la reflexión y la visualización de la importancia del cooperativismo por mencionar:

En la actualidad las cooperativas proveen empleo, según estadísticas del Banco Central de Nicaragua a unos 500 mil nicaragüenses, en 17.700 establecimientos, contribuyendo de esta manera con la quinta parte de las ocupaciones proveídas en el sector de economía popular y social. (Bucardo, 2021).

Las cooperativas nicaragüenses están presentes en los diferentes rubros de la economía nacional, entre los que se destacan: sector lácteo, en la producción de cacao, granos y hortalizas, transporte, turismo, ahorro y crédito entre otros , Sin lugar a dudas, las cooperativas desempeñan un papel fundamental en la reducción

de la pobreza, pues tienen un impacto sobre el empleo en diferentes niveles, como la generación del empleo directo y del indirecto, y como consecuencia ayuda a establecer la estabilidad económica en los sectores más desfavorecidos. De igual manera, las cooperativas contribuyen al logro de la igualdad de género al ampliar las oportunidades de participación de las mujeres en la economía popular y social (Moreno, 2022).

Antecedentes internacionales

Sobre el empleo

El Observatorio de la OIT sobre el mundo del trabajo. Undécima edición Brecha mundial en términos de ocupación 2023 establece: los países de ingreso bajo quedarán más rezagados si no se actúa en favor de los empleos y la protección social diversas perturbaciones y riesgos mundiales están frenando la recuperación del mercado laboral, en especial en los países de ingreso bajo y mediano. En los países en desarrollo, la respuesta a esta crisis múltiple en curso (o «policrisis») se ve limitada por una combinación de inflación y tipos de interés elevados, junto con un riesgo creciente de endeudamiento (OIT, 2022).

Los países de ingreso bajo endeudados afrontan un déficit de empleos del 25,7 por ciento en 2023. En los países de ingreso bajo endeudados o en alto riesgo de endeudamiento, el déficit de empleos es significativamente superior al de los países en desarrollo con bajo riesgo de endeudamiento: del 25,7 por ciento para unos y del 11 por ciento para los otros. Esto refleja que las restricciones financieras y fiscales están obstaculizando sus respuestas normativas y empeoran aún más las condiciones del mercado laboral (OIT,2023).

La escasez de mano de obra y de profesionales calificados ha seguido siendo un problema prioritario para los responsables políticos, al menos en las economías avanzadas y en algunas economías emergentes. Pese a la rápida recuperación de las tasas agregadas de actividad, los sectores con trabajadores esenciales han manifestado su dificultad para atraer a personas que asuman la creciente demanda de trabajos de cuidados, transporte y comercio al por menor. También ha sido persistente la escasez de trabajadores en otros sectores, como la industria manufacturera, la construcción y las TIC (OIT, Perspectivas, 2024).

Empresas

Caso ecuador Andrés Loor Carpio (2018) en su artículo titulado El aporte de las empresas para la generación de empleo en el ecuador reflexiona: Las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) juegan un papel de gran importancia dentro del desarrollo de toda economía debido a su relación e incidencia en la generación de empleo, y crecimiento económico. De esta forma las Pymes se relacionan directamente con el desarrollo económico en todas las regiones del país. Si bien al analizar los factores de crecimiento económico se identifican como responsables a las grandes empresas, en realidad los resultados indican que el crecimiento depende en buena medida del desempeño de sus Pymes.

Al contar con estructuras más pequeñas es sencillo ajustarse a los requerimientos del mercado y de los clientes, sobre todo, si se trabaja con grandes empresas e igualmente pueden tener un trato más cercano con sus clientes (Carpio, 2018).

Cooperativas

Según Guy Ryder, Director General de la OIT, «las empresas cooperativas han nacido a partir de situaciones de crisis, respondiendo directamente a las necesidades de sus socios» y «cuando sus ideales se ponen en acción, continúan mostrando su eficacia»¹¹. De hecho, según la OIT «las empresas cooperativas están volviendo a emerger como una solución resiliente y relevante que no sólo es duradera, también es oportuna»¹², mientras que las cooperativas recién formadas tienden a durar más que otros tipos de empresas.

El informe aprobado por el Parlamento Europeo en julio de 2013 Contribución de las cooperativas a la salida de la crisis, subraya la capacidad de resiliencia de las cooperativas, tanto en términos de índices de empleo como de cierre de actividades y señala que, a pesar de la crisis, «se han creado cooperativas en sectores nuevos e innovadores y existen pruebas convincentes de su solidez, especialmente en lo que respecta a las cooperativas bancarias y a las cooperativas industriales y de servicios (cooperativas de trabajo asociado, cooperativas sociales y cooperativas constituidas por PYME) (Bruno, Eum , & Elisa , 2013)

Plataformas y tecnologías

Las tecnologías digitales están transformando prácticamente todos los aspectos de la economía y el comercio internacional no es una excepción. Las empresas y los hogares utilizan cada vez más los pedidos digitales. Muchos servicios que tradicionalmente requerirían proximidad entre productores y consumidores ahora se comercializan a distancia.

Las plataformas en líneas están desempeñando un papel cada vez más importante a la hora de hacer coincidir la oferta con la demanda y facilitar las transacciones económicas (World Trade Organization, 2023).

Objetivo general

Desarrollar propuesta de cooperativa, que permita la oferta de servicios profesionales y varios en el municipio de Jinotepe, periodo 2023 al 2024."

Objetivos específicos

1. Realizar diagnóstico del entorno socioeconómico y de conectividad tecnológica del municipio de Jinotepe.
2. Implementar un estudio de mercado que identifique las principales demandas de servicios técnicos, profesionales y de oficios.
3. Elaborar plan financiero para conocer la viabilidad de la puesta en marcha de la cooperativa.
4. Desarrollar un plan de operaciones y organización en conjunto con una plataforma virtual para el inicio de funciones de la cooperativa en el municipio de Jinotepe

Marco teórico - conceptual

Economía social

Tienen por objeto satisfacer las necesidades de sus miembros, o de la comunidad o sociedad en la que trabajan o viven, en lugar de maximizar los beneficios. La finalidad puede ser social, cultural, económica o medioambiental, o una combinación de ellas. Promoviendo tanto la solidaridad interna como la solidaridad con la sociedad, buscan conciliar los intereses de sus miembros, usuarios o beneficiarios con el interés general. Algunas leyes nacionales hacen referencia a este principio como «la primacía de la persona y del objeto social sobre los beneficios» (Zaragoza, 2014).

Cooperativa

Según la OIT se define como cooperativa a «una asociación autónoma de personas unidas voluntariamente para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales en común a través de una empresa de propiedad conjunta, y de gestión democrática» (OIT O. I., 2022)

Cooperativa de servicios

La Cooperativa de servicios empresariales y profesionales, denominada comúnmente “Cooperativa de servicios”, es una fórmula jurídica empresarial de gestión democrática donde el factor fundamental son las personas y su aportación a la actividad corporativizada, y el capital es un instrumento, necesario, pero no el factor determinante de la participación del socio. De acuerdo a su estructura socio-económica corresponde a la categoría “cooperativa de producción”, porque su objetivo es aumentar la renta de sus socios. (Zambrano, 2023)

Trabajo decente

Trabajo decente es un término muy utilizado en los inicios del Siglo XXI las transformaciones sociales y las nuevas normativas del mundo globalizado género que desde la ONU Y la OIT surgiera el siguiente concepto: “trabajo decente” es la que plantea la OIT en 1999, definiéndolo como el “trabajo productivo en condiciones de libertad, equidad, seguridad y dignidad, en el cual los derechos son protegidos y

que cuenta con remuneración adecuada y protección social”). En esta se señala que éste debe orientarse hacia los cuatro objetivos estratégicos de la OIT que son: a) la promoción de los derechos laborales; b) la promoción del empleo; c) la protección social contra las situaciones de vulnerabilidad, y d) el fomento del diálogo social. (OIT, 2003)

Desempleo

Tiempo atrás habrían nacido las nociones del desempleo que en consideración el fenómeno del desempleo es abordado por Keynes como una situación debida a una carencia de demanda, las inversiones públicas, al aumentar el montante de los salarios y activar el consumo, conseguirían reducir el desempleo gracias a la extensión de la base ocupacional y al estímulo ofrecido a las industrias productoras de bienes de consumo el trabajo asalariado es la forma dominante y el salario es la base de la supervivencia material. En otros términos, en esta sociedad los trabajadores cuentan cada vez en menor medida no sólo con esa ayuda tradicional de tipo familiar o comunitaria, sino también con las formas tradicionales de producción para el autoconsumo. La pérdida del trabajo supone la pérdida de las posibilidades de sustento. (Pugliese, 2005)

Empleo informal

Definición empleo informal: Todas aquellas personas ocupadas que por ley o en la práctica, no se encuentran cubiertas por la legislación laboral nacional. Por ej. No tienen seguridad social asociada a su trabajo, no poseen un salario establecido por la ley no son agentes que aporten mediante impuestos o retenciones a las arcas públicas nacional o municipal (Velasco, 2019).

- Amplía el ámbito de la informalidad más allá del sector informal creando un marco estadístico coherente. El empleo informal se puede presentar en cualquier tipo de unidad productiva: sector formal, sector informal y hogares como empleadores (trabajadores de servicio doméstico).

Servicios

Kotler, Bloom y Hayes, definen un servicio de la siguiente manera: "Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico. (Kotler, Bloom, & Heyes, 2004)

Mercado

Es un conjunto de transacciones y acuerdos de intercambio de bienes o servicios entre personas naturales o jurídicas. Es el acuerdo mutuo de las transacciones entre individuos e instituciones. Se concibe como el ambiente social que facilita las condiciones para el intercambio de satisfacciones; el ambiente social lo integran los oferentes y demandantes de los bienes y servicios que entran en una relación comercial con el fin de buscar la satisfacción de las necesidades. (Espinoza, 2015)

Plataforma virtual

Una característica particular de la economía digital es el dominio de las plataformas digitales globales, su control de los datos y su capacidad para crear y captar el valor resultante. Este aspecto tiende a acentuar la concentración y la consolidación en lugar de reducir las desigualdades entre los países y dentro de ellos.

La digitalización está transformando las cadenas de valor y abriendo nuevos canales para la generación de valor añadido y la transformación estructural. En prácticamente todas las cadenas de valor, la capacidad de recopilar, almacenar, analizar y transformar datos brinda capacidades y ventajas competitivas añadidas. Aunque el ritmo de la transformación digital puede variar, todos los países se ven afectados. Este aspecto repercute de manera importante en el logro de los objetivos de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, pues presenta grandes oportunidades —aunque también desafíos— para los países en desarrollo. (ONU, 2020)

E-comer

El e-comer se puede definir como la venta, compra, distribución y suministro de algún producto, servicio o información a través de internet (García, 2020). Lo que representa una nueva oportunidad de negocio para las empresas; ya que, con la expansión del Internet de las cosas y la aparición de nuevas tecnologías como la Inteligencia Artificial (que es ideal para el comercio electrónico), las estrategias de relacionamiento entre las empresas y los clientes están cambiando, trayendo consigo un sin fin de oportunidades para lograr un mejor posicionamiento de marca y una relación a largo plazo con sus usuarios.

El cooperativismo

El cooperativismo es un movimiento mundial, que genera efectos socioeconómicos sobre la sociedad, influyendo positivamente sobre el desarrollo económico, siendo asociaciones que buscan satisfacer, de manera sostenible en el tiempo, las necesidades de sus miembros y la comunidad en la que se encuentran insertas.

En tiempos de crisis, las cooperativas pueden ser una alternativa para la solución de diferentes problemáticas, principalmente el desempleo y el suministro de servicios públicos. Experiencias internacionales demuestran que las cooperativas son organizaciones resilientes a las crisis y permiten mejorar las condiciones en la vida de las personas.

Vega María Arnáez Arce: De acuerdo con la Declaración de Identidad Cooperativa aprobada en el año 1995 por la Asamblea General de la Alianza Cooperativa Internacional, la cooperativa puede definirse como una asociación autónoma de personas unidas voluntariamente para hacer frente a necesidades y aspiraciones comunes a través de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada, regida por un sistema singular de principios y valores (Morillas 2008, 37).

Precisamente, lo que distingue a las sociedades cooperativas del resto de formas de empresa que operan en el mercado, no es tanto la clase de actividad que desempeñan, como la naturaleza intrínseca que refleja los principios y valores

rectores de su organización y funcionamiento. y es que encuentran sus bases en la autoayuda, la responsabilidad, la democracia, la igualdad, la equidad y la solidaridad, Valores que, conforme a la precitada declaración, se ponen en práctica por medio de los siguientes principios: adhesión voluntaria y abierta; gestión democrática; participación económica; autonomía e independencia; educación, capacitación e información; cooperación entre cooperativas; e interés por la comunidad (Arce, 2018).

El instituto de economía social de México en su artículo titulado cooperativas de servicios establece:

Las cooperativas pueden ser de varios tipos, de producción de bienes y servicios, de consumo de bienes y servicios o de ahorro y préstamo; dependiendo de ello se tiene en el imaginario que hay giros muy definidos para cada una de ellas. Sin embargo, en la práctica se muestra que en cualquier iniciativa pueden generarse cooperativas fuertes y de trascendencia mundial que siguen los principios y valores del sector, cumpliendo así la máxima de que la Economía Social está en todo y es para todos (Social, 2020).

Cooperativas de Producción de Bienes y Servicios: generalmente se las conoce como cooperativas de producción y consisten en la agrupación de personas que realizan un mismo oficio o actividad económica, o que sencillamente persiguen un mismo fin, quienes con medios propios producen ciertos artículos o prestan algún servicio de manera directa, distribuyéndose entre ellos las ganancias **Fernández S., María Eugenia (2006)**.

Las Cooperativas prestadoras de servicios públicos son organizaciones de usuarios que se agrupan para auto prestarse un servicio de interés general y autosatisfacerse una necesidad colectivamente sentida en el seno de una comunidad, mediante una empresa de propiedad con-junta y gestión democrática. Las cooperativas objeto de estudio tuvieron lugar en Argentina por las necesidades que tenían los pobladores de las zonas periféricas de resolver los problemas comunes que afectaban las condiciones de vida. Así, los vecinos se agruparon a través de este tipo de

organización para auto gestionarse los servicios y, de ese modo, mejorar la condición de vida de los ciudadanos y bajar los costos de acceso a la prestación (Andreani, 2021).

Diseño metodológico

Preguntas directrices

- ¿Cuáles son las características geográficas, económicas, educativas, tecnológicas y demográficas del municipio de Jinotepe, que influyen en el desarrollo de la cooperativa de servicios profesionales?
- ¿Cuáles son las necesidades y demandas actuales de servicios profesionales en el municipio y sus alrededores?
- ¿Cuáles son las oportunidades y desafíos para la viabilidad económica y financiera de la cooperativa en el contexto local?
- ¿Cuáles estrategias de promoción y divulgación podrían ser efectivas para dar a conocer la cooperativa y sus servicios en la comunidad?

Matriz de operacionalización

Objetivo específico	Concepto	Definición	Indicador	Instrumento
1. Realizar un diagnóstico para caracterizar el entorno geográfico social, económico, tecnológico y educacional del municipio de Jinotepe.	Diagnóstico para caracterizar el entorno geográfico social, económico, tecnológico y educacional	Factores geográficos demográficos, tecnológico y económicos del Municipio	Caracterización y estado actual en materia geográfica demográfica, tecnológicas y económicas del Municipio	Exploración documental y guía de observación Encuestas, entrevistas. Cuestionario estructurado, guía de entrevista.

Desarrollo de cooperativa que permita la oferta de servicios profesionales y varios, en el municipio de Jinotepe, periodo 2023 al 2024.

<p>2. Implementar un estudio de mercado que identifique las principales demandas de servicios técnicos, profesionales y de oficios.</p>	<p>Necesidades y demandas de servicios profesionales del municipio de Jinotepe.</p>	<p>Requerimientos y solicitudes de servicios en diversas áreas profesionales</p>	<p>Número y tipo de servicios demandados, áreas profesionales con mayor demanda</p>	<p>Encuestas, análisis de datos demográficos y económicos.</p>
<p>3. Elaborar plan financiero para conocer la viabilidad de la puesta en marcha de la cooperativa.</p>	<p>Plan financiero para conocer viabilidad y ejecución de la cooperativa</p>	<p>Factores y condiciones relevantes para el establecimiento.</p>	<p>Inversión inicial y diferida, capital de trabajo, presupuestos de ventas, costos y gastos proyección financiera.</p>	<p>Matriz contable y financiera de Excel.</p>
<p>4. Desarrollar un plan de operaciones y organización en conjunto con una plataforma virtual para el inicio de funciones de la cooperativa en el municipio de Jinotepe</p>	<p>Plan de organizacional y operativo y plataforma virtual</p>	<p>Estructura organizativa aspectos legales y productivos, establecimiento y creación del sitio virtual.</p>	<p>Actividades principales de los socios y registro operativos</p>	<p>LEY 499 "Ley General de Cooperativas" Y Decreto 91-2007 "Reglamento de la Ley General de Cooperativas" Google Sites.</p>

El enfoque de la investigación

En el desarrollo del proyecto se estableció un enfoque analítico integrador en la cual se desarrollaron elementos propios de distintas ciencias, como la economía, la estadística, la etnografía, la geografía, la historia y el marketing de estos se procesaron elementos cuantitativos y cualitativos de cada una de las especialidades. Una de las principales considerada, fué investigación de mercado. Esta tiene su alcance para recopilar información útil para el desarrollo de los negocios. Se utilizaron unas u otras en función del objetivo final que persiga en cada uno de sus estudios (Barcelona, 2021).

Técnicas y procedimientos.

Investigación de mercado: Técnica de investigación de mercado se dividen en dos categorías: cuantitativas y cualitativas son: Los estudios de mercado cuantitativos, son aquellos que tienen por objetivo clasificar, agrupar en categorías y medir los datos obtenidos. Los más habituales son los siguientes:

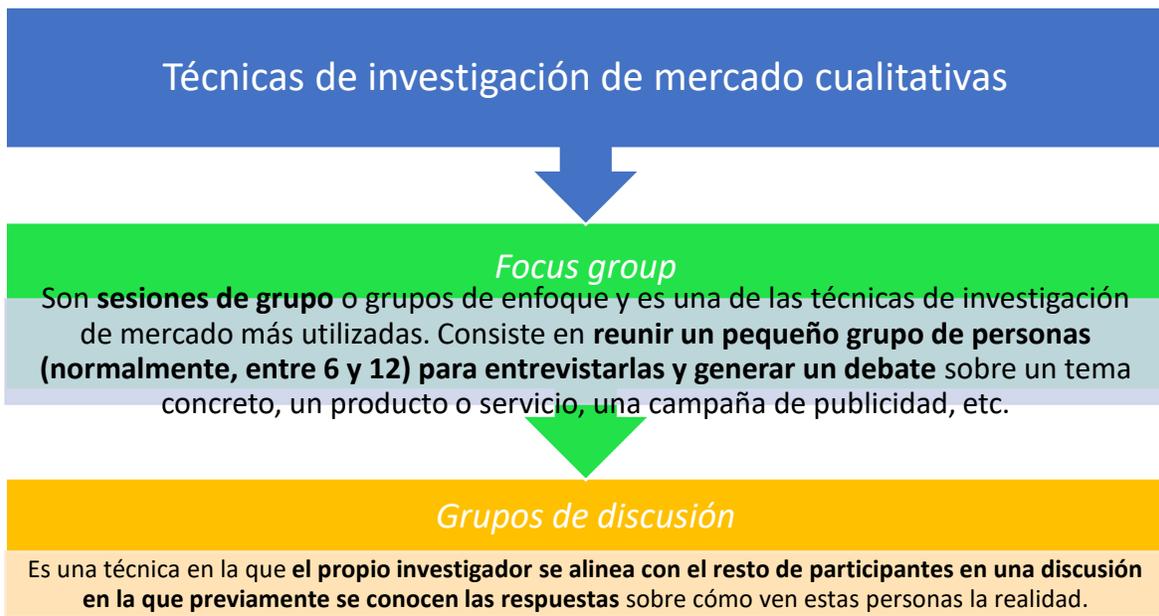
Técnicas de investigación de mercado cuantitativas		
<p>Encuestas</p> <p>Esta técnica de investigación de mercado cuenta con una serie de preguntas de respuesta cerrada que permiten obtener una gran cantidad de información con menos recursos que las entrevistas. Además, ni siquiera es necesario hacerlas en persona o a través de correo postal, puesto que internet es una herramienta muy versátil que permite optimizar este método e incluso ampliar la población de estudio y ver los datos en tiempo real.</p>	<p>Entrevistas</p> <p>Son preguntas cara a cara para obtener respuestas sobre diseño de producto, precio, publicidad, opiniones sobre temas delicados. Se trata de un cuestionario con respuestas abiertas que permiten profundizar sobre un tema concreto, aunque es un método costoso y que requiere de tiempo. Además, sólo se obtendrá la información requerida si el entrevistador es hábil para obtener esos datos.</p>	<p>Redes sociales</p> <p>La manera de obtener información sobre el cliente ha cambiado gracias a las redes sociales, donde es posible conocer todo tipo de datos sobre consumo, preferencias, estilo de vida... A veces, ni siquiera es necesario preguntar para conocer esos gustos de las personas que pueden ayudar a la empresa a tomar decisiones. Por eso son una gran herramienta de investigación de mercado.</p>

Las entrevistas fueron aplicadas a informantes claves del municipio de Jinotepe, dicha entrevista fue semiestructurada, lo que permitió conocer la necesidad de la creación de una cooperativa y el aprovechamiento del capital humano en formación técnica, profesional y vocacional del municipio.

Las encuestas, se aplicaron a estudiantes universitarios y de escuelas técnicas, docentes universitarios y población en general. Para un total de muestra de 300 participantes.

Las técnicas de mercado cualitativas, sirvieron para realizar un análisis más profundo y comprender cómo es la naturaleza humana y cuáles son sus motivaciones para tener una conducta u otra. En este sentido, se busca profundizar en sentimientos, valores, creencias, opiniones y otros aspectos que ayudan a tomar decisiones en la empresa en cuanto a precios, campañas de marketing, promociones, etc. Veamos las técnicas más frecuentes:

Ilustración 1 (Álvarez, 2008).



Se diferencia del focus group en este caso se conocen las opiniones previamente, por lo que ya se sabe en qué consistirá el debate, mientras que en el focus group el debate es más espontáneo.

Se aplicó el enfoque cualitativo, este método nos permitió recopilar información correspondiente al tema de estudio por medio de las observaciones y descripciones.

Método enfoque cuantitativo: proporciono estrategias de obtención y procesamiento de información que emplean magnitudes numéricas y técnicas formales y/o estadísticas para llevar a cabo sus análisis siempre enmarcados en una relación de causa y efecto.

Método etnográfico: se utilizó este método por no ser un proceso lineal, sino circular, aunque en él puede identificarse diferentes momentos, que en la práctica pueden darse (y se dan) simultáneamente. Son la negociación y el acceso al campo, el trabajo de campo propiamente, el análisis de los datos y la elaboración del informe etnográfico (Álvarez, 2008).

Definición de las fuentes

Fuentes primarias (directas). biográfica o revisión de la literatura y proporcionan datos de primera mano (Sampieri, 2006).

El testimonio de los protagonistas o actores locales fueron las bases para contrastar con lo que se ha escrito sobre el municipio y problema en estudio.

Fuentes Secundarias son aquellas fuentes que “permiten conocer hechos o fenómenos a partir de documentos o datos recopilados por otros” las fuentes secundarias fueron de importancia ya que se podrá obtener información de carácter cualitativa y cuantitativa y fortalecer la investigación que se está ejecutando (Stein, 1982).

Técnicas y procedimientos

Técnicas e instrumento aplicados

- Entrevista: se redactaron de forma semi-estructurada, dirigida a los diferentes prestadores de servicios, líderes comunales e instituciones públicas. Este tipo de entrevista es un cuestionario flexible que tiene como propósito obtener información más espontánea y abierta, ya que durante la misma puede profundizarse la información que se considera de interés para la investigación.
- FODA: nos proporciona la información necesaria de forma resumida sobre los principales hallazgos encontrados.

Encuestas

Las encuestas, son uno de los procedimientos más utilizados por los equipos de Marketing encargados de la investigación de mercados. Esta técnica de investigación primaria posibilita la recopilación de una gran cantidad de datos por lo que permiten acceder a una muestra grande otorgando una gran fiabilidad a los resultados obtenidos (Madrid, 2022).

En relación al enfoque cuantitativo desarrollado para la investigación se consideró la realización de un cuestionario (encuesta) dirigido a estudiantes, profesorado, responsables de instituciones públicas.

Focus group

Los Focus Group son grupos de discusión compuestos por una selección de 10 a 15 personas y moderados por un especialista que va conduciendo la conversación sobre la base de un guion previamente elaborado que busca conocer su opinión sobre una marca, un producto o un servicio concreto.

La selección previa de los participantes tiene por objeto conocer la valoración y el posicionamiento de consumidores pertenecientes a diferentes segmentos de mercado.

Gracias al formato colaborativo de esta técnica los participantes van a poder interactuar entre sí, pues la fortaleza de este procedimiento reside precisamente en fomentar la discusión en el grupo sobre el tema propuesto.

Guía de observación

La técnica de guía de observación previamente establecida permitió agrupar elementos biogeográficos, aspectos económicos, servicios básicos, espacios de recreación y aspectos de infraestructura. Entre las que se destacan los siguientes aspectos que fueron parte de estudio:

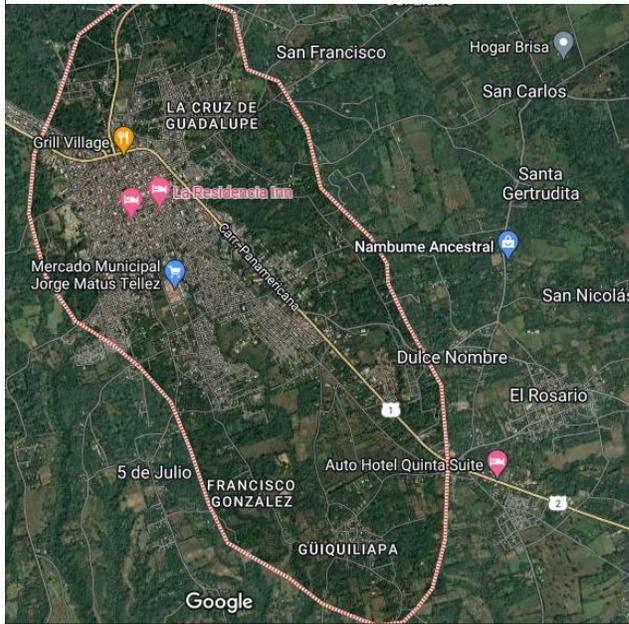
1.suelo, relieve 2. flora fauna 3. Comercio 4. salud 5. industria 6. Agua Potable 7. Energía eléctrica 8. Espacios de recreación 9. telecomunicaciones 10. Satisfacción de necesidades básicas 11 Infraestructura urbana.

Capitulo I. Desarrollo del diagnóstico.

Caracterización del entorno geográfico, Histórico, económico, tecnológico y educacional del municipio de Jinotepe.

Ubicación Geográfica.

Figure 3 mapa satelital del municipio de Jinotepe; fuente googleearth



En la región pacífico de Nicaragua se ubica el departamento de Carazo con una extensión de 1,032 Km², y repartida política y administrativamente en ocho municipios: Jinotepe, Diriamba, San Marcos, Dolores, El Rosario, Santa Teresa, La Paz de Carazo y La Conquista, siendo Jinotepe, la cabecera departamental y por lo tanto, el centro político o alcaldía, donde se ubican las instituciones estatales, educativas y financieras

más importantes del departamento además de ser el municipio con el mayor foco de concentración de población de Carazo.

Jinotepe es un municipio que pertenece al departamento de Carazo. Fue fundado el 11 de febrero de 1883. Se encuentra ubicada en la parte más alta de la meseta caraceña o meseta de los pueblos, geográficamente se localiza entre las coordenadas 11°.51" latitud norte y 86°.12" longitud oeste, se encuentra a 46 kilómetros de la ciudad de Managua. Limita al norte con San Marcos y Masatepe, al sur con el Océano Pacífico, al este con El Rosario, Santa Teresa y La Conquista y al oeste con Diriamba y Dolores. Tiene una extensión territorial de 292 km²

Clima

Figure 4 Día soleado Parque central de Jinotepe; fuentes I9Digital



La región Carazo tiene un clima tropical de sabana², la temporada de lluvia es opresiva y nublada; la temporada seca es bochornosa, ventosa y parcialmente nublada y es caliente durante todo el año. Durante el transcurso del año, la temperatura

generalmente varía de 19 °C a 30 °C y rara vez baja a menos de 17 °C o sube a más de 32 °C.

La temporada calurosa dura 1.4 meses, del 2 de abril al 13 de mayo, y la temperatura máxima promedio diaria es más de 30 °C. El mes más cálido del año en Jinotepe es abril, con una temperatura máxima promedio de 30 °C y mínima de 21 °C.

La temporada fresca dura 5.3 meses, del 4 de septiembre al 12 de febrero, y la temperatura máxima promedio diaria es menos de 28 °C. El mes más frío del año en Jinotepe es enero, con una temperatura mínima promedio de 19 °C y máxima de 28 °C.

Figure 5 municipio de Jinotepe Niveles de Lluvias promedios anual; fuente <https://es.weatherspark.com/>



31 días de lluvia de por lo menos 13 milímetros. El mes con más lluvia en Jinotepe

La temporada de lluvia dura 7.9 meses, del 13 de abril al 8 de diciembre, con un intervalo móvil de

² El clima tropical de sabana o clima tropical húmedo-seco, es un subtipo de clima tropical caracterizado por poseer al menos dos estaciones bien definidas y en equilibrio, una húmeda monzónica y una seca a lo largo del año.

Desarrollo de cooperativa que permita la oferta de servicios profesionales y varios, en el municipio de Jinotepe, periodo 2023 al 2024.

es septiembre, con un promedio de 167 milímetros de lluvia en cambio el periodo del año sin lluvia dura 4.1 meses, del 8 de diciembre al 13 de abril. El mes con menos lluvia en Jinotepe es enero, con un promedio de 1 milímetros de lluvia. (weatherspark, 2023)

Economía del municipio

La economía de Jinotepe, se basa principalmente en la agricultura, la ganadería, la industria alimentaria y el comercio. La ciudad es conocida por su producción de café, caña de azúcar, maíz, frijoles y hortalizas. También cuenta con industrias de procesamiento de alimentos, como la producción de lácteos, carne y productos agrícolas.

El comercio es una parte importante de la economía local, con mercados y tiendas que ofrecen una variedad de productos a los residentes y visitantes según datos estadísticos del Banco Central de Nicaragua detalla que en materia de infraestructura que alberga

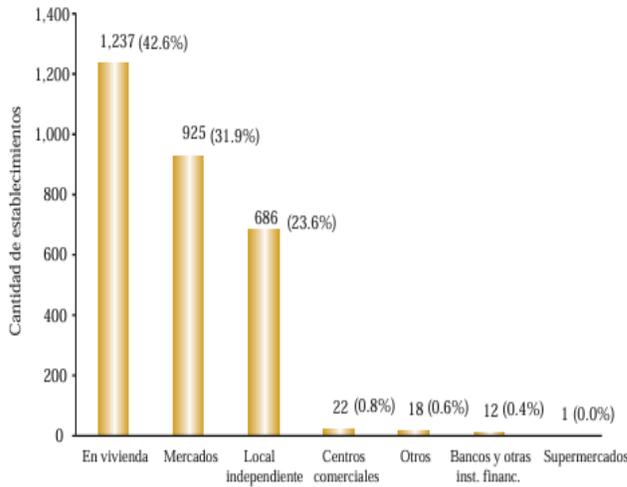
Figure 6 Avenida Centra de Jinotepe Zona financiera



las actividades comerciales cuenta con los siguientes: 2,901 establecimientos, donde 1,237 están ubicados en viviendas (42.6%), 925 en mercados (31.9%), 686 en local independiente (23.6%) y 53 en otras edificaciones como centros comerciales, bancos, supermercados, entre otros (1.8%). Esta conformación se puede apreciar en el gráfico.

Desarrollo de cooperativa que permita la oferta de servicios profesionales y varios, en el municipio de Jinotepe, periodo 2023 al 2024.

Figure 7 Ubicación de los establecimientos económicos en cantidades; fuentes BCN

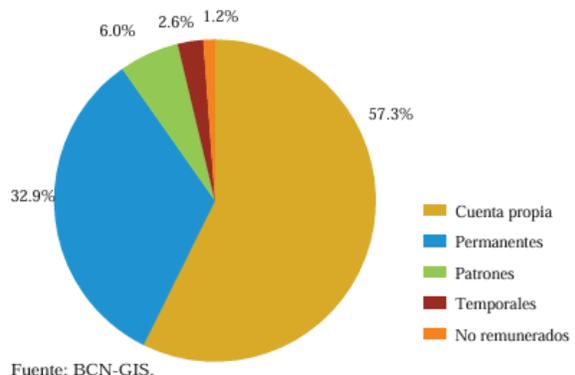


Fuente: BCN-GIS.

Según el Banco Central de Nicaragua la mayor cantidad de establecimientos del municipio de Jinotepe están en manos de personas naturales con 2,625 establecimientos (90.5%). Seguidamente, se ubican las instituciones sin fines de lucro con 80 (2.8%), las instituciones públicas con 57 establecimientos (2.0%) y las sociedades anónimas con 33 establecimientos (1.1%). Las otras formas de condición jurídica

ascienden a 17 establecimientos, las cuales están compuestas por sociedad colectiva (0.3%), cooperativa (0.2%) y otras (0.1%), que sumadas representan el 0.6 por ciento. (BCN, 2017)

Continuando con los datos brindados por el BCN es de resaltar que en la cabecera municipal de Jinotepe los establecimientos económicos generan 11,451 puestos de trabajo, de los cuales 7,801 (68.1%) son ocupados por hombres y 3,650 (31.9%) por mujeres este contexto la condición laboral por género es que el género masculino tiende a lobar por de forma independiente , haciendo un desglose general la mayoría del empleo que se genera en la ciudad de Jinotepe es por cuenta propia (57.3%), seguido por trabajo permanente (32.9%), los patrones (6.0%), los trabajadores registrados como temporales (2.6%) y los trabajadores no remunerados (1.2%).



Fuente: BCN-GIS.

Educación

El municipio de Jinotepe en materia educativa cuenta con un poco más de 60 escuelas de los siguientes diferentes niveles educativos, educación inicial, educación primaria, educación secundaria, escuela normal de educación superior y educación especial en números y en infraestructura se distribuirían de la siguiente forma según (MINED, 2023)

Figure 8 infraestructura escolar municipio de Jinotepe ; fuente Mapa de la educación MINED 2023

Educación Inicial y primaria	Educación secundaria	Escuela normal	Educación especial
40	18	1	1

En el municipio están presente todas las modalidades y de resaltar que también está presente la educación multigrado, educación primaria y secundaria a distancia en el campo y la primaria en educación especial, en sus mayorías estas últimas mencionada son emblemáticas ya que el GRUN restituye el derecho a la educación en todos los niveles de escolaridad edad y niños y jóvenes con didáctica especiales para estimular su aprendizaje es de resaltar la mejora en infraestructuras, el uso y dotación de las TICs y la merienda escolar para la retención escolar y para la formación integral en cada uno de los niveles educativos. (MINED, 2023)

Figure 9 Estudiantes del Centro Escolar Mario Arana de Jinotepe. Recibiendo insumos tecnológicos; fuente Mined2023



En materia de educación técnica, el municipio de Jinotepe cuenta con un centro tecnológico que es parte del INATEC El Centro Tecnológico Ernst Thelmann, tiene una amplia oferta educativa para los jóvenes para la formación de jóvenes y adultos que deseen un mejor futuro, de los sectores Comercio y Servicio, así como Industria y Construcción.

De forma General ofrece estudios técnicos tales como: Técnico Especialista en Entrenamiento Físico y Deportivo, Técnico General en Corte y Soldadura, Técnico General en Mecánica Automotriz de Vehículo Liviano Diésel y Gasolina, Técnico General en Electricidad Industrial, Técnico General en Instalaciones Eléctricas Automatizadas, Técnico General en Topografía, Técnico General en Maestro de Obras en Construcciones

Ilustración 2 Joven realizando prácticas en obras verticales INATEC2023

Verticales, Técnico General en Instalaciones de Telecomunicaciones, Técnico General en Refrigeración y Aire Acondicionado, Técnico General en Electrónica, Técnico General en Enderezado y Pintura.



Tecnología y telecomunicaciones

La tecnología y las telecomunicaciones son de gran importancia para un municipio en Nicaragua por varias razones:

Conectividad: La tecnología y las telecomunicaciones permiten la conectividad a Internet y comunicación entre las personas, empresas, y entidades gubernamentales. Esto facilita la transmisión de información, la realización de trámites, y el acceso a servicios en línea.

Desarrollo económico: La tecnología y las telecomunicaciones permiten a las empresas locales acceder a mercados globales, mejorar su eficiencia operativa, y ofrecer nuevos productos y servicios. Esto puede impulsar el crecimiento económico del municipio.

Educación: La tecnología y las telecomunicaciones permiten el acceso a recursos educativos en línea, la formación a distancia, y la comunicación entre estudiantes, profesores, y centros educativos. Esto es crucial para mejorar la educación y el desarrollo de habilidades en la población.

Acceso a servicios de salud: La tecnología y las telecomunicaciones pueden facilitar la telemedicina, la transmisión de datos médicos, y la comunicación entre pacientes y profesionales de la salud, mejorando el acceso a servicios de salud en zonas remotas.

Administración pública: La tecnología y las telecomunicaciones pueden mejorar la eficiencia de los servicios públicos, la transparencia en la gestión municipal, y la participación ciudadana a través de plataformas digitales.

La tecnología y las telecomunicaciones son fundamentales para el desarrollo social, económico, y administrativo de un municipio en Nicaragua, ya que permiten mejorar la calidad de vida de la población, impulsar el crecimiento económico, y fortalecer la infraestructura y los servicios públicos.

<https://www.nperf.com/es/map/NI/3618926.Jinotepe/169658.Claro-Movil/signal/>



Figure 10 Este mapa representa la cobertura de la red móvil 2G, 3G, 4G y 5G Tigo Movil en Jinotepe. Ver también: el mapa de la velocidad móvil Tigo Movil en Jinotepe y de la cobertura de las redes móviles Claro Movil en Jinotepe.

Según la plataforma nperf, el municipio de Jinotepe posee una cobertura sólida de 4G representado en la red de color rojo en la zona del municipio, esto optimiza el tráfico de datos que respalda el acceso a internet de forma rápida y estable para dar respuestas a la demanda de los usuarios.

La plataforma NPERF establece: Las mediciones almacenadas son realizadas por los usuarios de la aplicación Nperf. Son mediciones hechas en condiciones reales, directamente sobre el terreno. Las mediciones se efectúan a través de los terminales de los usuarios. La precisión de la geolocalización depende de la calidad de recepción de la señal GPS en el momento de la medición. Para los datos de cobertura, nosotros solo conservamos las mediciones cuya precisión de geolocalización se encuentra a un máximo de 50 metros. Para los datos de velocidad, ese umbral sube a los 200 metros (nperf, 2023).

Breve reseña histórica fundacional del municipio de Jinotepe

La población de Jinotepe forma parte de las corrientes migratorias mexicanas, período de las crisis de las formas de estado de ese entonces, llamándose migraciones del norte y a lo interno se dieron desplazamientos de grupos indígenas de estos lugares.

El nombre de Jinotepe tiene por origen etimológico ha atribuido a dos procedencias lingüísticas: la primera afirma que Jinotepe significa “Cerro o pueblo”; la segunda afirma que Jinotepe significa “Campos de chilotes” o ‘lugar de las mazorcas tiernas’ proviene de las palabras nahuatl “*shilo*” (‘maíz tierno’), “*tépetl*” (‘cerro’) y “*tl*” (‘lugar’) esta última es considerada la más acertada, debido a que se acerca más a la identidad del municipio, tomando en cuenta el cultivo desde nuestros aborígenes hasta nuestros días .

En 1751, según los cronistas españoles Fray Agustín Morel de Santa Cruz y Gonzalo de Oviedo, Jinotepe no era más que una villa de 55 casas de paja con 280 habitantes.

En 1871 Jinotepe pertenecía al departamento de Granada, que además comprendía los departamentos de Managua, Carazo y Masaya. El 17 de abril de 1891 se creó el departamento de Carazo, con los municipios de Jinotepe, Diriamba, San Marcos, Santa Teresa, El Rosario, La Conquista y Dolores, siendo Jinotepe la cabecera departamental.

Desarrollo de cooperativa que permita la oferta de servicios profesionales y varios, en el municipio de Jinotepe, periodo 2023 al 2024.

En 1860 la corporación municipal creó la Junta de Edificación y se hizo el emplazamiento de la actual Parroquia Santiago, en honor al Patrono de la Ciudad. En 1882 estando al frente de la municipalidad Antonio Navarro, envió una comisión formada por José Manuel Cordero, Serapio Sánchez y Manuel Villavicencio que gestionaron ante el presidente Joaquín Zavala para que Jinotepe fuera elevada a ciudad; y fue el 11 de febrero de 1883 que a Jinotepe se le otorgó la categoría de ciudad.



Según fuentes en 1751 Jinotepe no era más que una villa de 55 casas de paja con 280 habitantes, en 1860 la corporación municipal creó la Junta de Edificación (Nicaragua, 2023).

En 1871 Jinotepe pertenecía al departamento de Granada.

El 11 de febrero de 1883 se le otorgó la categoría de ciudad a Jinotepe. Por la ley del 11 de febrero del año 1883, bajo el gobierno del presidente Joaquín Zavala (Gaceta,1883).

Localización óptima del emprendimiento.

La cooperativa tendrá su oficina física de operaciones en el municipio de Jinotepe, desde este sitio se operará de manera física y virtual desde una plataforma digital o solicitudes presenciales.

Este municipio cuenta una infraestructura estable de conexión a internet, servicios de electricidad y agua potable a bajos costos, en comparación con algunos lugares de la capital. Es una de las principales rutas que une los departamentos de Rivas, Granada y Masaya con el departamento de Carazo y principalmente con la capital Managua.

Factores geográficos: por su clima fresco se ahorrará en ventilación o aire acondicionado en los cubículos de servicios y en ventilación externa para los dispositivos, tiene pocos niveles de contaminación y diversas rutas de conexión por carretera hacia los municipios aledaños de los departamentos de Carazo Masaya y Managua, elementos muy estratégicos para operar en parte de la región del pacífico. La ubicación del negocio está en las zonas más seguras y con vigilancia por parte de la policía nacional y otras personas que de manera comunitaria realizan protección a los negocios y hogares aledaños un elemento importante de agregar es la apertura positiva brindada la alcaldía municipal al facilitar los procesos de operación y seguridad legal del negocio sin tanta burocracia.

Al estar sobre la carretera panamericana y cerca de escuelas, iglesias, negocios, centro de salud, hoteles, restaurantes, misceláneas y otros centros de servicios facilitan la movilización del demandante y proveedor de servicios de manera rápida y oportuna.

Por otra parte, y muy importante el municipio cuenta con una demanda muy alta de hombres y mujeres en los rangos de edad muy productivos, estos a su vez están en busca de empleo para generar ingresos económicos y aportar en la economía familiar y comunitaria del municipio.

Capítulo II Estudio de mercado.

Contribución innovadora del proyecto

En el mundo moderno las tecnologías de la información y la Comunicación repercuten en todos los ámbitos de nuestra vida, dando pie a cambios que ocurren a una velocidad vertiginosa. La ciencia y la tecnología generan grandes movilizaciones e innovaciones que inevitablemente se manifiestan en nuestro entorno.

Con la creación de la cooperativa y plataforma, contribuiremos a incentivar el uso correcto y oportuno de las herramientas tecnológicas, como medio generador fuente de empleo/ingreso, a través de un interfaz seguro, que propicie un cambio significativo en los aspectos socio-culturales de las personas del municipio de Jinotepe que están en busca de una oportunidad laboral que les permita cambiar su condición de vida. La creación de la plataforma virtual estará acompañada de una aplicación móvil que facilitará el alcance, monitoreo y navegación del candidato en función de brindar un servicio, a esto se le agrega la facilidad de localización ya que esta conlleva un mapa de localización que permitirá conocer la cercanía que habrá entre el servidor y el demandante de servicio.

Con este proyecto se aporta al cuidado del medio ambiente, una de las líneas importantes de investigación en pro al cuidado de nuestro medio ambiente, ya que la plataforma virtual contemplará un bolsón de almacenaje de información, que permitirá dar continuidad y seguimiento cercano a cada uno de los que adquirirán su espacio con los dueños de la plataforma virtual, además de ser partes del Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza impulsado por nuestro buen gobierno de reconciliación nacional, a través de la creación y puesta en marcha de la mencionada plataforma.

Dentro de esta propuesta, se puede expresar que hay un sinnúmero de elementos diferenciadores que nos hacen únicos entre las demás plataformas de uso nacional, debido a que estaremos desde el inicio, seguimiento, monitoreo de uso, proporcionamiento de servicio, hasta conocer la opinión del cliente. Ser responsables desde la

creación de la plataforma digital y estar en continuo contacto con los que adquirirán un espacio oportuno de empleo seguro y confiable.

Estudio de Mercado y organización de la Cooperativa de servicio.

Estudio de mercado

Un estudio de mercado es importante para una empresa de servicios profesionales porque le permite entender mejor las necesidades, preferencias y comportamientos de sus clientes potenciales.

Algunas razones por las que se debe realizar un estudio de mercado incluyen:

Identificar oportunidades de mercado: Un estudio de mercado puede ayudar a la empresa a identificar nichos de mercado no atendidos o necesidades no satisfechas por la competencia, lo que puede ayudar a desarrollar nuevos servicios o mejorar los existentes.

Conocer a la competencia: El estudio de mercado permite a la empresa conocer a sus competidores directos e indirectos, entender sus fortalezas y debilidades, y evaluar su posicionamiento en el mercado.

Determinar el precio adecuado: Conocer el precio que los clientes están dispuestos a pagar por los servicios profesionales puede ayudar a la empresa a fijar precios competitivos y rentables.

Algunas razones por las que se debe realizar un estudio de mercado incluyen:

Entender las preferencias del cliente: Un estudio de mercado puede proporcionar información sobre las preferencias, necesidades y expectativas de los clientes, lo que puede ayudar a la empresa a adaptar sus servicios para satisfacer mejor a su público objetivo.

Evaluar la viabilidad de nuevos servicios: Antes de lanzar un nuevo servicio, es importante realizar un estudio de mercado para evaluar su viabilidad y determinar si hay demanda por parte de los clientes potenciales.

Resultados de la encuesta.

Para la siguiente aplicación de instrumento se trabajó con un tipo de muestreo no probabilístico considerando que la población del municipio de Jinotepe es de 55,333 habitantes aproximadamente se tomó una muestra de 383 protagonistas, con un margen de error del 5% generalmente el número 385 se obtiene al considerar, para un nivel confianza de 95%, la desviación media de 1.96, y un margen de error de 5%, a partir de lo que puede realizarse el siguiente cálculo:

$$n = (1.96 * 1.96 * 0.5 * 0.5) / (0.05 * 0.05) = 0.9604 / 0.0025 = 384.16$$

Como resultado, obtenemos que con una muestra aleatoria de 385 individuos se pueden alcanzar resultados con una alta precisión para el nivel de confianza y el margen de error previamente establecido (Questionpro, 2024).

El instrumento de recolección de datos la encuesta se estructuró con **16 reactivos con el fin** de recopilar información sociodemográfica, educacional, tecnológica, acceso a servicios, financiera, y de aceptación potencial de la cooperativa, a continuación, se describen e interpretan cada dato:

Figure 12 Grafica de encuesta Genero; Fuentes propias

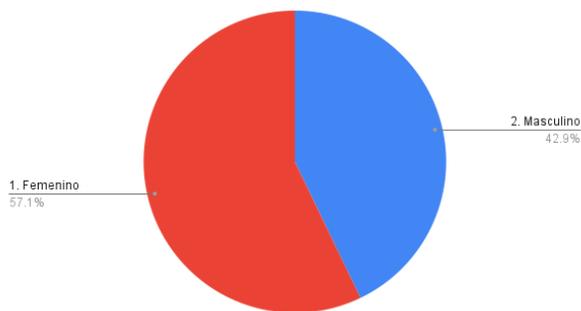
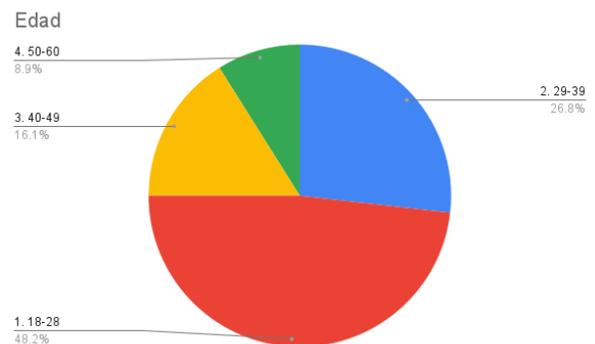


Figure 11 Grafica de encuesta Edad; fuentes propias



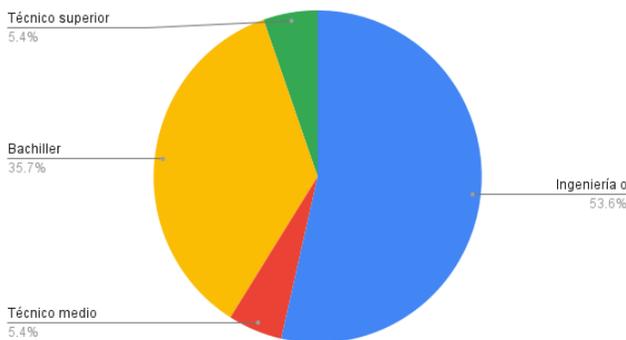
según los datos recopilado en la encuesta en la opción perfil sociodemográfico logramos obtener los siguientes datos: En materia de genero de los y las encuestadas un 57% corresponden a mujeres y el restante 43% a hombres, respondieron y dieron seguimiento a la encuesta en cada uno de sus reactivos siguientes.

reactivo 2 se establecieron rangos de edades en las cuales nuestra segmentación está dirigida a personas de ambos géneros entre las edades 18 -60 años en consideración al bono demográfico activo para trabajar según las normativas en este se destacan que mayoritariamente compartieron información personas jóvenes

Desarrollo de cooperativa que permita la oferta de servicios profesionales y varios, en el municipio de Jinotepe, periodo 2023 al 2024.

de 18-28 con un 48% y 27% adultos entre los rangos de edades de 29-39, siendo indicadores deseado de captación de información y de potenciales colaboradores en la cooperativa de servicios sin excluir el restante 25% que sobre pasan edades.

Figure 15 Grafica de encuesta Grado académico; fuentes propias



reactivo 3 Fué de mucho interés para el proyecto conocer el nivel académico de los informantes, ya que este tiene como fin reclutar y captar personal calificado, en la muestra se obtuvo una diversidad de los niveles formativos de los encuestados. En este predominaron profesionales que poseen una Lic./Ingeniería con un

53.6 y bachiller con un 36% luego están los técnicos y técnicos medio. Esto es un indicador del potencial apto para la captación de proveedores de servicios y posible alcance del proyecto

Figure 14 Grafica encuesta Tecnología; Fuentes propias

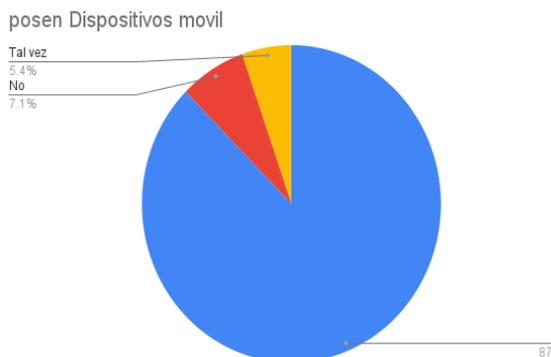
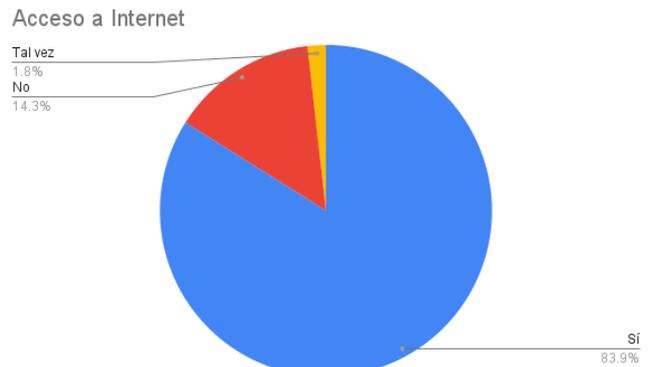


Figure 13 Grafica encuesta conectividad; fuentes propias



Reactivo 4-5. la mayoría de los encuestados respondieron haciendo uso de un dispositivo móvil acceso a internet. La propuesta de la creación de la cooperativa espera integrar la tecnología de las comunicaciones mediante el uso de dispositivos móviles, algo que es muy cotidiano y de multiuso para los pobladores empresas e instituciones en el municipio de Jinotepe. Por otra parte, el uso del internet permite estar informado mediante las plataformas digitales, pero también permite el E-comer el cual dinamiza el comercio local, El municipio de Jinotepe posee un internet estable a como se puede apreciar en fig9 de la página 27 del presente proyecto el 94% de los informantes poseen acceso al internet ya sea móvil o desde sus hogares.

Desarrollo de cooperativa que permita la oferta de servicios profesionales y varios, en el municipio de Jinotepe, periodo 2023 al 2024.

Figure 16 Grafica encuesta conocimiento sobre la existencia de cooperativas de servicio a nivel local

¿Conoce sobre la existencia de alguna cooperativa de servicios profesionales y de oficios, cercano a su comunidad?

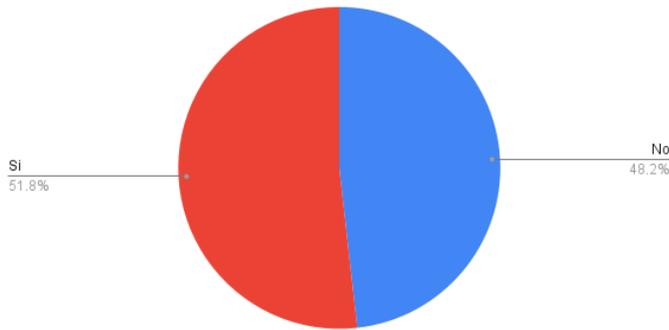
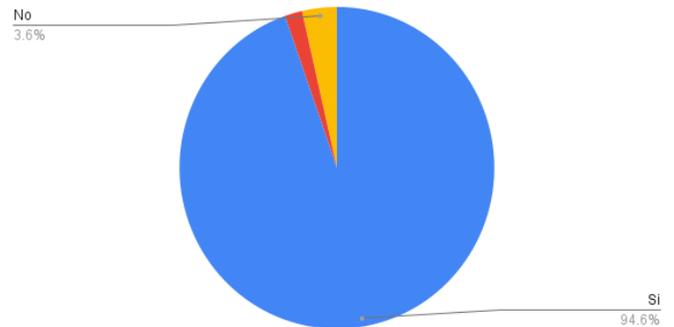


Figure 17 Grafica encuesta disponibilidad de Adquisición de servicios de una cooperativa.

¿Estaria dispuesto aquirir la asistencia de una cooperativa servicios?



Reactivo 6-7 es de interés potencial conocer si los encuestados del municipio conocen sobre otras empresas que brinden servicios profesionales o de oficios cercano a la comunidad en este ítem un 51% respondió que sí y un 49%, se visualizó un fenómeno ya que en ocasiones confundieron algunas empresas de comercio con una empresa de servicio. A esto se suma la disponibilidad la aceptación positiva en esta pregunta se consultó si los informantes estarían dispuestos a adquirir asistencia o servicios de una cooperativa, aproximadamente el 95% respondió que sí y un 3.6 no. Esto proyecta una alta aceptación en la percepción / necesidad de cooperativa de servicio es aceptable.

Figure 18 Grafica encuesta Tipos de profesiones y servicios con potencial demanda

¿Que servicios le gustaria contratar?

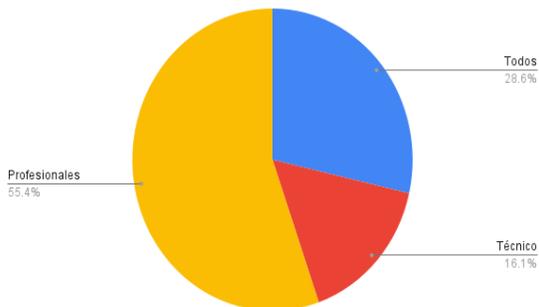
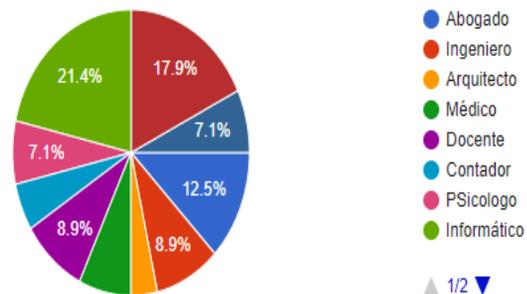


Ilustración 3 servicios profesionales con mayor demanda



R8-9 con el establecimiento de una cooperativa de servicios profesionales se consultó cuáles serían las principales profesiones a solicitar por parte del cliente, los resultados se distribuyeron a como aparecen en la gráfica, pero predominan en el municipio los siguientes: informáticos, abogados, ingeniero, médico y docentes

Desarrollo de cooperativa que permita la oferta de servicios profesionales y varios, en el municipio de Jinotepe, periodo 2023 al 2024.

Figure 20 Grafica encuesta técnico y oficios con mayor demanda

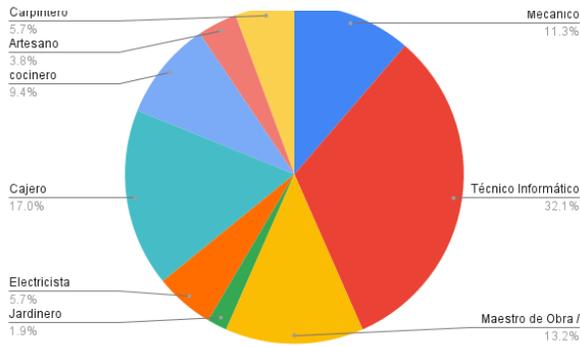
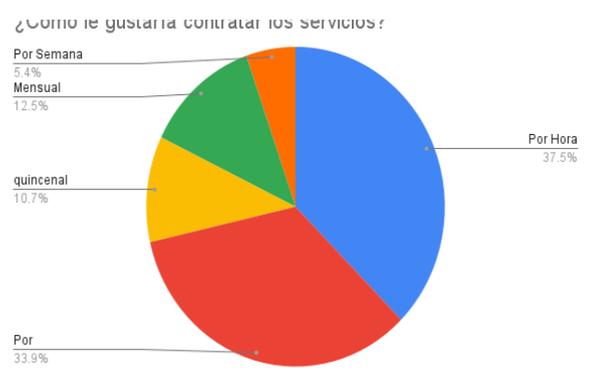


Figure 19 Grafica encuesta Preferencia en la contratación de Servicios



R10-11

En el apartado de oficios se obtuvo un porcentaje significativo en las opciones de informático, maestro de obra, mecánico, cajero y cocinero demostrando que hay una potencia de demandas en la rama de la construcción y la tecnología además esto demuestra que mediante los jóvenes egresados de los centros tecnológicos y escuelas de oficios se pueda captar esas demandas.

Con esta interrogante se exploró cual sería la opción más idónea de contratar los servicios, por frecuencias de Tiempo, lo que llama la atención es que hay una mayor preferencia en contratar servicios por hora con un 37% y 34% Por trabajo/Proyecto/Obra/Diseño. **En Nicaragua**, el tipo de pago más común es el mensual, especialmente para empleados asalariados en empresas formales. Sin embargo, existen sectores informales donde los pagos quincenales o semanales son más comunes, como en la agricultura o la construcción.

Figure 21 Grafica encuesta preferencia en la forma de pago por servicios

¿Cual sería la forma de pago por servicios recibido, relativo al costo de mano de obra segun su naturaleza?

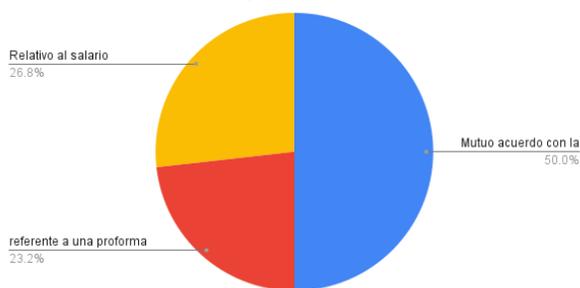
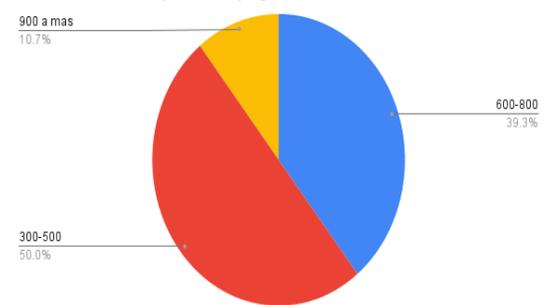


Figure 22 Grafica Encuesta rango de pago en córdobas a pagar por servicio menor

Ejemplo: en el sector oficio, por servicio de reparación electrica cuanto estaria dispuesto a pagar?



Reactivo 12-13 este indicador nos brinda una perspectiva de cuál sería la forma esperada de pago por servicios de los encuestados el 50% selecciona la opción de mutuo acuerdo con el proveedor de servicios, el 23 referente a un presupuesto o proforma y 27% relacionado al salario mínimo nacional según sector productivo.

Desarrollo de cooperativa que permita la oferta de servicios profesionales y varios, en el municipio de Jinotepe, periodo 2023 al 2024.

Además, se aplicó para conocer un rango probable de pago aceptable por el cliente para resolver un problema menor de electricidad el rango dominante con un 50% fue 300-500 pago en promedio del salario mini de paga por día laborado y un 39% 600-800 y 10% de 900 a más.

Figure 24 Grafica Encuesta opción preferida para adquirir servicios.

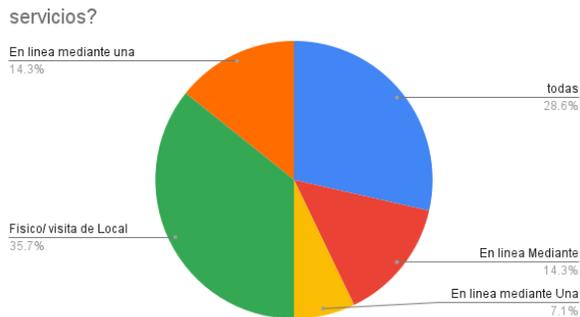
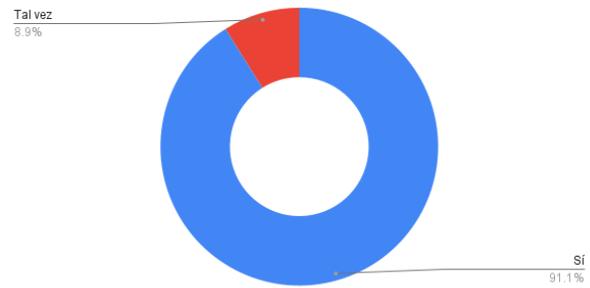


Figure 23 Grafica encuesta aceptación de creación y reclutamiento para formación de cooperativa

Histograma de Recuento de Le gustaria formar parte de nuestra Cooperativa y Adquirir ingresos extras

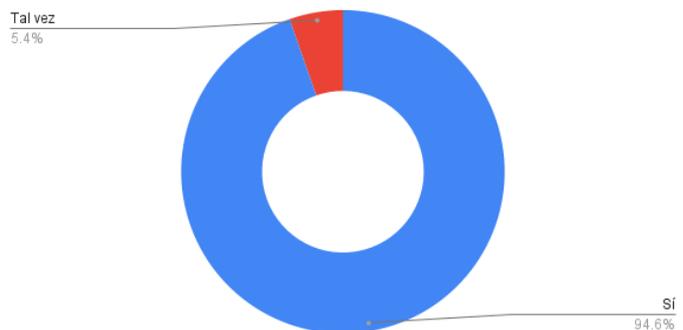


Reactivo 14-15 con esta interrogante se conoció cual sería la opción más viable para que los potenciales clientes adquieran los servicios la opción predominante fue física y local con un 36% y en línea con un 14% otro 14% mediante una plataforma y el 7% mediante una aplicación otro segmento selecciono todas las opciones con un 26%. en este ítem se mide la aceptación positiva o negativa que tiene la creación y potencial reclutamiento de la cooperativa resultado un 91% de los encuestado expreso que le gustaría formar parte de la cooperativa de servicios y solo el 9% expreso tal vez no obteniendo una negativa.

R16 por otra parte los encuestados expresaron que estaría dispuestos a comentar y compartir la existencia de la cooperativa de servicios.

Figure 25 Grafica de encuesta Aceptación y divulgación de la cooperativa.

¿Comentarías a amigos familiares la existencia de la cooperativa de servicios y las bondades de su aplicación?



En resumen, la encuesta es fundamental para una cooperativa de servicios profesionales, porque proporciona información valiosa que puede ayudar a la empresa a tomar decisiones estratégicas informadas, identificar oportunidades de crecimiento y mejorar su competitividad en el mercado.

5 fuerzas de Porter

Las Cinco Fuerzas de Porter es un marco analítico desarrollado por Michael Porter que ayuda a evaluar la competitividad de una industria y a tomar decisiones estratégicas. La aplicación de las Cinco Fuerzas de Porter es fundamental para realizar una cooperativa de servicios, ya que proporciona un marco analítico que ayuda a entender el entorno competitivo en el que operará la cooperativa.

Ilustración 4 las 5 fuerzas de Porter Harvard Business Review / Enero 2008



La comprensión de las fuerzas competitivas, y sus causas subyacentes, revela los orígenes de la rentabilidad actual de un sector y brinda un marco para anticiparse a la competencia e influir en ella (y en la rentabilidad) en el largo plazo. Una estructura saludable de su sector debería ser tan importante para una estrategia como la posición de su empresa. Comprender la estructura de un

sector también es clave para un posicionamiento estratégico eficaz. Como veremos, defender a la empresa de las fuerzas competitivas y moldearlas para su propio beneficio es crucial para la estrategia (Harvat,2007, págs. 3-4).

Según Porter, si no se cuenta con un plan perfectamente elaborado, no se puede sobrevivir en el mundo de los negocios de ninguna forma; lo que hace que el desarrollo de una estrategia competente no solamente sea un mecanismo de supervivencia, sino que además también te da acceso a un puesto importante dentro de una empresa y acercarte a conseguir todo lo que soñaste. (Riquelme, 2015)

El poder que ejercen estos agentes en el potencial mercado de SPON-COOP (plataforma de empleabilidad y proveedores de servicios profesionales y oficios) es muy fuerte, ya que exigen que la inversión y divulgación curricular en sitios virtuales y mediante las redes sociales se vea reflejada en incrementar sustancialmente las ventas de sus servicios y que logre un alcance importante, todo ello bajo un presupuesto asequible y con conexión en tiempo real.

F1. El poder de SPON-COOP se proyecta en la captación de fuerza laboral y servicio por medio de una plataforma virtual, debido de que en la actualidad son pocas las empresas o cooperativas enfocadas en concentrar a todo tipo de organizadores de oficios y potenciadores de capital humano; por tanto, el nivel de incertidumbre es mayor. De acuerdo con lo señalado, en Nicaragua hay más de 30 mil nuevos técnicos hombre y mujeres de oficios que no conectan y no se dan a conocer según el BCN2020 indica que el índice de desempleo se mantiene en el 6% y con la COVID y las nuevas formas de adquirir bienes y servicios de muestra que existe un mercado por explorar con la propuesta de valor innovadora, buscando lograr captar a este mercado.

F2: Poder de negociación de los proveedores (BAJO)

Los proveedores más relevantes son las empresas desarrolladoras web de alojamiento y mantenimiento, técnicos, profesionales y agentes de oficios. Este sector ha crecido significativamente en los últimos años, tanto en diversidad como en calidad del servicio. Al haber un alto nivel de proveedores y pocas plataformas de captación a nivel nacional no se considera que los proveedores tengan un fuerte poder de negociación y migración a otras plataformas ya que en Nicaragua son pocos las plataformas que alojen y potencien el capital humano.

F3: Amenaza de nuevos competidores entrantes (ALTO)

En el amplio mundo virtual y con una sociedad nicaragüense a la vanguardia de la tecnología la innovación y el emprendimiento digital será de grandes desafíos y consideramos que una vez iniciada la plataforma y en la medida que ésta sea notoriamente conocida, aparecerán nuevas plataformas orientadas hacia el mismo mercado.

Los nuevos competidores aparecerán con nuevas herramientas y con un significativo feedback tras las experiencias de los entornos económicos corporativos y las tecnologías tras la experiencia de SPON-COOP y tratarán de que el funcionamiento de sus empresas y plataformas sea más prácticas, amigables. Por ello, se considera que el modelo de negocio de la cooperativa es muy susceptible a ser atacado por nuevos competidores nacionales.

F4: Amenaza de productos sustitutos (BAJO)

Los sustitutos inmediatos que se presentan en nuestro entorno son los medios tradicionales como revistas especializadas, guía telefónica, radio, televisión, redes sociales plataformas de empleo como te Ubico, Marketplace de Facebook o encuentra24 y entre otros, se han venido aplicando como medio de publicidad para las empresas y para el acceso de un empleo y para la interacción de bienes y servicios durante varios años.

Debido a su poca efectividad, alcance y/o elevado costo no han sido muy requeridos por los técnicos profesionales o agentes de oficios de manera constante. Esto también obedece a la parte tradicionalista de empleabilidad análoga un poco resistente a lo digital o tecnológico, que en la actualidad a raíz de los avances tecnológicos y los fenómenos sanitarios se ha venido transformando o reconstruyendo estas resistencias accedando a una plataforma y adquirir cartera de cliente e incluso gratuitos, y potenciados en las redes sociales.

Por su naturaleza, se considera que los productos sustitutos como las redes sociales y otras plataformas no son una gran amenaza para el modelo de negocio. Caso contrario, estas misma representan una oportunidad para mejorar nuestra oferta que apuesta a conectar y potenciar más el capital humano que el capital fijo de tipo empresarial, sin embargo, la amenaza significativa radica en los canales digitales que los medios tradicionales lanzan como complemento para captar fuerza laboral y como intermediario adquirir una ganancia.

F5: Rivalidad entre competidores (BAJO)

La rivalidad entre competidores es baja, debido a que solo se cuenta con tres competidores directos cuyas funcionalidades se limitan a ser directorios, más no ofrecen herramientas diferentes de valor agregado.

Como una estrategia a las posibles debilidades y amenazas del mercado. La cooperativa adoptará ciertos elementos del manual Porter en los cuales se podría afrontar de la mejor manera y no desaparecer. Por tal razón, se toman en cuentas los siguientes elementos:

Explotar los cambios en el sector. Los cambios en el sector ofrecen oportunidades para detectar y adueñarse de nuevas y prometedoras posiciones estratégicas, si es que el estratega tiene una comprensión sofisticada de las fuerzas competitivas y sus fundamentos básicos

Dar forma a la estructura del sector. Cuando una empresa explota el cambio estructural, está reconociendo y reaccionando ante lo inevitable. No obstante, las empresas también tienen la capacidad de dar forma a la estructura del sector. Una empresa puede orientar su sector hacia nuevas formas de competir que alteren las cinco fuerzas competitivas de manera beneficiosa. Al reformar la estructura, una empresa quiere que sus competidores la sigan para que el sector entero se transforme. Si bien muchos participantes del sector se podrían beneficiar en el proceso, el innovador es quien más se podría beneficiar si es capaz de cambiar la competencia hacia caminos en los cuales se destaca (Harvat, 2007, pág. 12).

La estructura de un sector puede reformarse de dos maneras: redividiendo la rentabilidad a favor de los actores establecidos o expandiendo la fuente general de utilidades. Redividir la torta del sector tiene como objetivo aumentar la porción de utilidades para los competidores del sector, en lugar de dirigirlos a los proveedores y compradores, y mantener afuera a los potenciales entrantes. Expandir la fuente de utilidades implica aumentar la fuente general de valor económico generado por el sector y que puede ser compartida por rivales, compradores y proveedores. (Harvat, 2007, pág. 12)

Análisis FODA de la empresa.

Análisis FODA

Estas siglas provienen del acrónimo en inglés SWOT (strenghts, weaknesses, opportunities, threats); en español, aluden a fortalezas, oportuniades, debilidades y amenazas.

El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportuniades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. El análisis FODA estima el efecto que una estrategia tiene para lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación externa, esto es, las oportuniades y amenazas. (Ponce Talancón , 2007)

Es muy importante analizar cada uno de los factores para planificar correctamente el crecimiento de las organizaciones. Aquí es donde el análisis entra en juego, porque cuando se analizan en conjunto, el marco FODA puede ofrecer una perspectiva más general del estado en que se encontrara la cooperativa y de cómo dar el siguiente paso.

Es importante realizar un análisis, ya que este puede mejorar los procesos y planificar el crecimiento. Si bien es similar a un análisis de competitividad, difiere en que se evalúan tanto los factores internos como externos.

Matriz Foda Sponcoop.

Fortalezas (+)

- Presencia física y virtual de la cooperativa
- Personal especializado
- Amplio catalogo de servicios
- Horarios de atención ampliado
- Precios competitivos
- Uso de la IA y plataforma virtual

Debilidades (-)

- Deficiencia en la filtración de perfil de usuarios y de proveedores de servicios
- Portal web no tan llamativo
- Transacciones de pagos virtuales
- Captación de clientes y usuarios fuera del municipio

Oportunidades (+)

- Excelente inversión pública en materia de infraestructura, educación y tecnología
- Formación de oficio, técnica y universitaria de calidad, gratuita y constante en el municipio.
- Canales de convenios entre instituciones del estado, institutos técnicos y universidad con la cooperativa
- Estructura tecnológica y de telecomunicación sólida en el municipio
- Aceptación del modelo empresarial en la mayoría de la población
- Uso masivo de dispositivo móviles y aplicaciones sociales por parte de la población en General

Amenazas (-)

- falta de un Marco legal de seguridad virtual.
- Geopolítica regional
- Surgimiento de nuevas plataformas
- Experiencia de la competencia
- funcionalidad del personal negativo al momento de atender o proveer un servicio
-

Desarrollo de cooperativa que permita la oferta de servicios profesionales y varios, en el municipio de Jinotepe, periodo 2023 al 2024.

Como resultado del FODA se puede observar que existen puntualmente algunas debilidades a tomar en cuenta, ya que estas podrían volver deficiente la cooperativa en su fase de darse a conocer y como poder dar respuesta al mercado que demanda de los servicios ofrecidos por medio de la plataforma virtual, por la cual se requerirá de reclutar o contratar de un programador y diseñador gráfico para volver estable y atractiva el sitio de difusión de los servicios a prestar en el municipio en cuestión.

Otras amenazas es que los sistemas bancarios o financieros en Nicaragua aún siguen teniendo debilidades en la generación de transacciones y en la ciber seguridad además que en algunos son elevados los intereses por comisiones por transferencia.

Otro elemento a tener en cuenta es el elemento SPP (Service provider profiles)

Service provider profiles esta genera una representación ficticia del proveedor objetivo de una empresa o cooperativa de servicios. Se recrea un retrato que tiene en cuenta características demográficas, sociales y otros datos como conducta personal y profesional o su comportamiento en servicios anteriores o sitios de interacción.

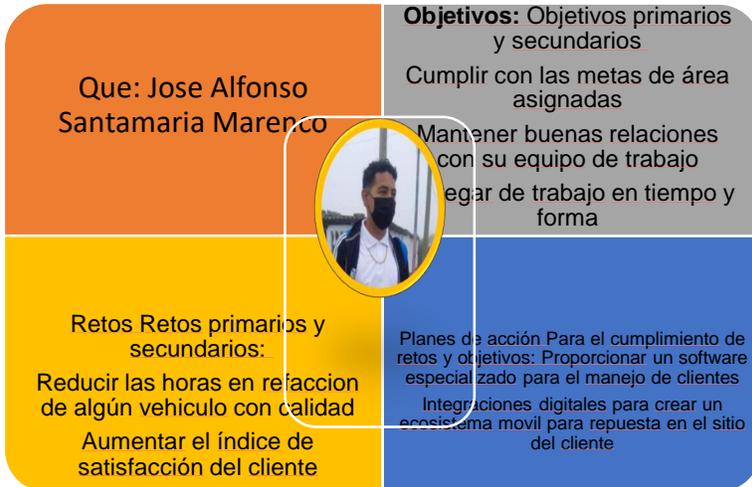
También detalla la relación que establece o establecerá con la empresa y con el potencial cliente de servicio que le ofrece. Similar a buyer de cliente "Construido a partir de las palabras de usuarios reales a las cuales se le han brindado servicio. Un



SPP de persona te dice con quién estarán tratando los clientes potenciales al momento de adquirir los servicios de la cooperativa. En este hito se reflejará la

experiencia brindada por proveedor al solucionar un problema.

–otro Ejemplo de Perfil de proveedor de servicios.



. Demanda actual y futura

Análisis de la demanda

SPONCOOP ha realizado una segmentación de mercado a las características de los clientes y proveedores de servicios de la empresa y de esta forma pretende abarcar los siguientes elementos de la economía nacional y local como lo son:

- Empleabilidad de agentes de servicios / operarios / técnicos/ profesionales/ artesanos y otros
- Sociedad general / empresa/instituciones/negocios/ y otros que requieran los servicios que se ofertan.

Ilustración 5informatica y las tics google imagen 2024

Las principales demandas que se visualizaron en el estudio de mercado fueron en el área de la tecnología principalmente en la informática y las Tics que es complemento de la primera con la diferenciación que en informática se hace referencia a las tecnologías de la información, mientras que las TIC incluye



aquellas que están destinadas a la comunicación. Las tecnologías de la información se encargan de almacenar, manipular y registrar datos a través de los ordenadores y los equipos de telecomunicación, en esta demanda se prevé que sea cubierta por los jóvenes que están siendo egresados de las universidades y centros tecnológicos.

Existen otras demandas en los sectores de construcción, médicos y legales, desde el ámbito profesional y de oficios como mecánica, técnico informático, albañil, electricista, maestro de obra, jardinero entre otros, a los cuales se les brindará soluciones mediante la prestación de servicios. Con un personal capacitado integralmente.

La segmentación proyectada se establece de la siguiente forma:

Los servicios de Spon-coop se pretenden que lleguen a nivel nacional, pero tendrá su centro de operación en el municipio de Jinotepe. Estos sitios geográficos los operarios asociados a la empresa brindarán sus servicios a la población mayor a los 50mil habitantes, en donde se identifica que Jinotepe tiene el mayor flujo y dinamismo económico, siendo un mercado viable para la puesta en marcha de dicha empresa.

La cooperativa, tendrá en su mira a 3 actores principales para brindar los servicios. Estos son las instituciones del estado, a la ciudadanía en general y a las pequeñas empresas, con los cuales se pretende ir aumentando el abanico de servicios y el mercado hasta trascender las fronteras municipales.

Por otro lado, Jinotepe posee un capital humano preparado en diversas áreas de la economía esto propicia que los servicios brindados sean de calidad y con un grado alto de efectividad al momento del servicio.

Oferta

En el segmento de servicios, son pocas las empresas a nivel nacional que capten capital humano y los proyecte en diferentes plataformas para poder ampliar su umbral de servicios y fortalecer sus habilidades y capacidades, a la vez generar una incidencia económica en las familias locales.

Algunos de los ofertantes y competencia directa que se aproximan a nuestro modelo son:

Grupo SERLISA	Encuentra 24
<ul style="list-style-type: none"> • Servicios de conserjería, limpieza especializada y tercerización de personal desde 1995. • Ubicados en la capital Managua. • Empresa de captación de servicios terciario • Tipo de mercado. Son empresas, industria, hoteles restaurantes y otros sectores que necesiten limpieza o mantenimientos. • Tipos de servicios conserjería, jardinería limpieza profunda y tercerización de personal. • Amplia publicidad • Ventajas en diversidad de modelo de pago • Basado en un sistema de outsourcing • Tiempo en el mercado de 32 años • 	<ul style="list-style-type: none"> • Empresa panameña nació en 2005 con el fin de publicar clasificado, pero también alcanza la oferta de servicios. • Ubicado en los 7 países de la región • Capta demanda y oferta de servicios y productos de interés. • Posee una estructura virtual y de plataforma con alto nivel de publicidad y de proximidad masiva a clientes metas. • Gana por membresía y pagos por potenciar los servicios. • Tiempo en el mercado de 22 años

Ambos casos de las empresas antes mencionada, poseen elementos que adoptará y potenciará SPONCOOP en pos de la mejora económica y generación de ingresos a la empresa y comunidad.

Canales de distribución

Canal Directo: Productor → CONSUMIDOR.

Figure 26 vista plataforma virtual SPONCOOP, googlesite.



SponCoop trabajará con dos canales de servicios, según su naturaleza si cada vez que el servicio es tangible, el proceso de producción o la actividad de ventas requieren con frecuencia el contacto personal entre el productor del servicio y el cliente; así que emplea un canal directo.

Ejemplos: Servicios profesionales como la atención médica y la asesoría jurídica. Servicios técnicos

en electricidad, informática, o construcción. Estos servicios se podrán obtener de forma presencial al visitar la instalación física de la cooperativa y solicitar al proveedor de servicios según la problemática a resolver.

Canal indirecto:

Canal Indirecto PRODUCTOR → AGENTE(plataforma) → CONSUMIDOR.

Existen situaciones en las que es necesaria la participación de agentes que ayuden a los productores de servicios con la labor de ventas.

Ejemplos: Viajes (líneas aéreas, trenes, buses), alojamientos, medios publicitarios, entretenimientos y seguros; son ejemplos comunes que requieren la participación de agentes.

Los servicios serán comercializados por diferentes vías, por la presencia y atención física a los clientes y la atención virtual desde la plataforma que estará alojada en la web en donde se encontrará el catálogo de servicios para satisfacer la demanda inmediata y así llegar a toda Nicaragua y llegar a mas socios que se afilien a la asociación de forma remota.

Cada uno de los proveedores de servicios se convierte en un canal de atención personalizada en la relación cliente y proveedor. Las publicidades de la plataforma se pretenden manejar por medio de la plataforma misma y las redes sociales de tendencia para poder llegar a todo tipo de público.

Desarrollo de cooperativa que permita la oferta de servicios profesionales y varios, en el municipio de Jinotepe, periodo 2023 al 2024.

Ilustración 6 Qr link de la plataforma web



Conoce el interfaz en construcción de la plataforma virtual al escanear el código Qr conocerás los servicios a brindar y los contactos de los proveedores de servicios en donde se encontrarán las Vcard de los mismos.

Capitulo III Aspecto proyecciones financieras

Inversión inicial.

Para la puesta en marcha de la empresa de servicios, es necesario establecer la inversión inicial del proyecto. La inversión inicial, está conformada por toda aquella cantidad de dinero en efectivo o aportaciones privada o de los socios, que son necesarios para poner en marcha el proceso productivo de servicios, generador de valor.

Esta inversión estará dada por los socios de la pequeña empresa de servicios y será destinado a la compra del mobiliario, equipo de oficina, y enceres de oficina, así como algunos gastos preliminares de la plataforma web y de gestión legal para el registro y permisos de operaciones.

A continuación, se detalla el plan de inversión fija y diferida dados en costos en moneda nacional.

Inversion Fija	
Mobiliario y Equipo de Oficina	C\$ 37,340.00
Maquinaria	No requerida
Vehículo para distribución	
Subtotal Inversión Fija	C\$ 37,340.00
Inversión Diferida	
Gastos Organización	1,700.00
Publicidad al inicio de las operaciones	11,000.00
Sub total Inversión Diferida	C\$ 12,700.00

Desarrollo de cooperativa que permita la oferta de servicios profesionales y varios, en el municipio de Jinotepe, periodo 2023 al 2024.

Las inversiones a su vez se analizan y se detallan los componentes de la inversión fija y diferida:

Inversión fija			
Descripción o concepto	Unidad	Costo unitario	Costo total
Mobiliario / oficina			
Escritorio	2	C\$ 3,000.00	C\$ 6,000.00
Archivero	1	C\$ 2,800.00	C\$ 2,800.00
sillas	6	C\$ 750.00	C\$ 4,500.00
Mesas plegables	2	C\$ 2,300.00	C\$ 4,600.00
Computadora	2	C\$ 6,000.00	C\$ 12,000.00
Impresora	1	C\$ 5,940.00	C\$ 5,940.00
Estabilizadores	2	C\$ 750.00	C\$ 1,500.00
		subtotal	C\$ 37,340.00

Inversión diferida:

Descripción o concepto	Unidad	Costo unitario	Costo total
gastos de organización			
Registro notarial constitucion	1	C\$ 1,200.00	C\$ 1,200.00
DGI	1	C\$ 250.00	C\$ 250.00
DUR	1	C\$ 250.00	C\$ 250.00
Desarrollo de plataforma	1	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00
Dominio web	1	C\$ 3,600.00	C\$ 3,600.00
Publicidad digital	3	C\$ 800.00	C\$ 2,400.00
		Subtotal	C\$ 12,700.00

Como resultados, esto nos indica que los costos de inversión fija están en un promedio de los 50,040 córdobas, con la inversión diferida que entra en los gastos de organización y sería nuestro balance de apertura.

Desarrollo de cooperativa que permita la oferta de servicios profesionales y varios, en el municipio de Jinotepe, periodo 2023 al 2024.

Otro elemento de mucha importancia, previa a entrar en operaciones es el conocer nuestro capital de trabajo necesario proyectado a los sueldos y seguro social aun plazo de 3 meses.

Capital de Trabajo	
Sueldos y Salarios (3 meses)	C\$ 33,000.00
Seguro Social (Aporte Patronal, 3 meses)	C\$ 23,400.00
Gastos Administrativo	C\$3,750.00
Gastos de Venta	
Sub total Capital de Trabajo	C\$ 60,150.00

La tabla capital de trabajo se desglosa de la siguiente manera:

Capital de Trabajo				
Descripcion o concepto	unidad	costo unitario	costo total	total trimestral
sueldos y salarios				
administrador	1	C\$ 6,500.00	C\$ 6,500.00	C\$ 19,500.00
caja	1	C\$ 4,500.00	C\$ 4,500.00	C\$ 13,500.00
mantenimiento	1	C\$ 3,500.00	C\$ 3,500.00	C\$ 10,500.00
Seguro social	3	C\$ 2,600.00	C\$ 7,800.00	C\$ 23,400.00
Gastos administrativo				
papeleria y util de oficina		C\$ 1,200.00	C\$ 1,200.00	
materiales de limpieza		C\$ 800.00	C\$ 800.00	
internet		C\$ 1,200.00	C\$ 1,200.00	
luz electrica		C\$ 350.00	C\$ 350.00	
agua potable		C\$ 200.00	C\$ 200.00	
		subtotal	C\$ 26,050.00	

Sumando los montos antes mencionado sabemos que la inversión necesaria en el proceso de pre operatividad de la asociación se acerca en el monto de la tabla

Desarrollo de cooperativa que permita la oferta de servicios profesionales y varios, en el municipio de Jinotepe, periodo 2023 al 2024.

siguiente. En mayor porcentaje se estima que los fondos provengan de un Coworking.

fondos adquiridos de manos de los socios para no caer en préstamos o con el banco.

Total Inversión	C\$ 110,190.00
Fondo Propio	C\$50,040
Estructura del Financiamiento	
inversión en masa o coworking	C\$ 60,150.00

Presupuesto de Venta

Para visualizar la viabilidad y sostenibilidad de la empresa, se tienen que estimar la cantidad de servicios necesario para costear los costos de operación y generar un flujo de caja incipiente con valores positivos y superiores a los costos inicial de pre operación en un periodo de un mes, en búsqueda del cumplimiento de las metas de los operarios y de las demandas del mercado inmediato.

Proyectando

SPONCOOP													
Cédula N° 1 Proyecciones de Ventas en Unidades Físicas													
Año 2024													
Descripción	En	Fe	M	Ab	M	Jun	Jul	Ag	Se	Oc	No	Dic	Tot
	e	b	ar	r	ay			o	p	t	v		al
servicio electricidad	20	22	20	22	20	20	22	20	23	20	25	30	264
servicio fontaneria	20	18	25	26	23	20	20	20	22	18	20	25	257
servicio refrigeracion	25	18	27	27	15	15	15	15	15	20	20	25	237
mecanica automotriz	20	21	30	33	20	20	22	20	24	23	25	30	288
Servicios de Jardineria	22	25	30	20	20	28	20	23	22	24	25	30	289

Desarrollo de cooperativa que permita la oferta de servicios profesionales y varios, en el municipio de Jinotepe, periodo 2023 al 2024.

Servicios de encargada del hogar	20	30	22	30	20	22	20	20	24	24	24	30	286
servicio construccion	22	25	25	28	25	20	23	25	20	22	30	32	297
Total	149	159	179	186	143	145	142	143	150	151	169	202	1918

Se estima que es necesario poseer una demanda significativa de más de 160 unidades por parte de todos los operarios y de diferentes tipos de servicios.

Cada unidad de servicio brindada tiene un costo diferenciador relacionado a los costos mínimos de mano de obra en los diferentes sectores, ya sea por hora o por días trabajados (en Nicaragua se estima que la hora laboral está en un promedio de 42-48 córdobas.) el precio de venta es un estimado de un servicio y pago por día esto tendrá variaciones según las exigencias y complejidad del servicio.

SPONCOOP														
Cédula N° 2 Proyecciones de Ventas en Unidades Monetarias														
Descripción	P. de Venta.	En e	Feb	Mar	Abr	Ma y	Jun	Jul	Ag o	Se p	Oct	No v	Dic	Total
servicio electricidad	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$
	C	8,000	8,800	8,000	8,800	8,000	8,000	8,800	8,000	9,200	8,000	10,000	12,000	105,600
servicio	C	12,000	15,000	15,000	13,000	12,000	12,000	12,000	13,000	10,000	12,000	15,000	154,000	

Desarrollo de cooperativa que permita la oferta de servicios profesionales y varios, en el municipio de Jinotepe, periodo 2023 al 2024.

fontanería	\$	000	0,80	000	600	800	000	000	000	200	800	000	00.0	200.
	60	.00	0.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	0	00
	0.													
	00													
servicio refrigeración	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$
	20,	C\$1	21,	21,	12,	12,	12,	12,	12,	12,	16,	16,	20,0	189,
	\$	000	4,40	600	600	000	000	000	000	000	000	000	00.0	600.
	80	.00	0.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	0	00
	0.													
	00													
servicio mecánica automotriz	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$
	11,	C\$1	16,	18,	11,	11,	12,	11,	13,	12,	13,	16,5	158,	
	\$	000	1,55	500	150	000	000	100	000	200	650	750	00.0	400.
	55	.00	0.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	0	00
	0.													
	00													
servicio encargada del hogar	C\$	C\$1	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$
	8,8	0,0	12,	8,0	8,0	11,	8,0	9,2	8,8	9,6	10,	12,	115,	
	4	00.	00.	00	00.	00.	20	00.	00.	00.	00	000	600.	
	0	00	00	0.0	00	00	0.0	00	00	00	0.0	.00	00	
	0.		0			0					0			
	0													
	0													
servicio de jardinería	C\$	C\$1	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$
	8,0	2,0	8,8	12,	8,0	8,8	8,0	8,0	9,6	9,6	9,6	12,	114,	
	4	00.	00.	00	00.	00.	00.	00.	00.	00.	00.	000	400.	
	0	00	00	00	0.0	00	00	00	00	00	00	.00	00	
	0.			0										

Desarrollo de cooperativa que permita la oferta de servicios profesionales y varios, en el municipio de Jinotepe, periodo 2023 al 2024.

	0													
	0													
ser														
vici	5	12,	13,	13,	15,	C\$	11,	12,	13,	11,	12,	16,	17,	163,
os	5	10	750	75	40	13,	00	70	75	00	10	50	600	405.
con	0.	0.0	.00	0.0	0.0	75	0.0	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0	.00	00
stru	0	0		0	0	0.0	0	0	0	0	0	0		
cció	0					0								
n														
Total													C\$	C\$
		C\$	C\$8	C\$	105	1,00								
		79,	1,3	95,	99,	74,	74,	73,	73,	77,	78,	87,	,10	1,20
		90	00.	65	55	55	00	60	95	00	75	85	0.0	5.00
		0.0	00	0.0	0.0	0.0	0.0	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0	
		0		0	0	0	0	0	0	0	0	0		

Como resultado de las dos aristas antes mencionada, se proyecta como lo es cantidad de servicios y costo por servicios nos brinda la posibilidad de que en el primer trimestre se esté recuperando la inversión y con entradas de ganancias significativas con tendencia a fluctuaciones por diferentes factores del mercado.

SPONCOOP													
Cédula N° 3 Proyecciones de Ventas													
Des	En	Fe	Mar	Ab	Ma	Ju	Jul	Ag	Se	Oc	No	Dic	Tota
crip	e	b		r	y	n		o	p	t	v		l
ción													
Ven	C\$	C\$		C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$
tas	79,	81,	C\$9	99,	74,	74,	73,	73,	77,	78,	87,	105	1,00
al	90	30	5,65	55	55	00	60	95	00	75	85	,10	1,20
Con	0.0	0.0	0.00	0.0	0.0	0.0	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.00
tad	0	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	
o													

Costos y gastos

Los costos que tendrá la empresa está basada en un pago base, acumulado por cantidad de servicios prestados por cada operario ya que el capital humano es la principal recurso o elemento de producción de la empresa. Basado en esto se genera la siguiente tabla.

SPONCOOP													
Cédula Proyecciones de Costos de Producción Mensual													
Desc ripci ón	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Tota l
Mate ria Prim a Direc ta	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -
Man o de Obra Direc ta	C\$ 22,5 00.0 0	C\$ 22,5 00.0 0	C\$22 ,500. 00	C\$ 22,5 00.0 0	C\$ 270, 000. 00								
CIF	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -
Total	C\$ 22,5 00.0 0	C\$ 22,5 00.0 0	C\$22 ,500. 00	C\$ 22,5 00.0 0	C\$ 270, 000. 00								

Proyección de costo Mano de Obra directa por operación de 5 servidores.

SPONCOOP													
Cédula Proyecciones de Mano de Obra Directa													
DESCRIPCION	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Operario 1	C\$ 4,500.00	C\$ 4,500.0 0	C\$ 4,500. 00	C\$ 4,500.0 0	C\$ 4,500. 00	C\$ 4,50 0.00	C\$ 4,50 0.00	C\$ 4,500.0 0	C\$ 4,500.0 0	C\$ 4,500.00	C\$ 4,500.00	C\$ 4,500.00	C\$ 54,000.00
Operario 2	4,500.00	4,500.0 0	4,500. 00	4,500.0 0	4,500. 00	4,50 0.00	4,50 0.00	4,500.0 0	4,500.0 0	4,500.00	4,500.00	4,500.00	54,000.00
Operario 3	4,500.00	4,500.0 0	4,500. 00	4,500.0 0	4,500. 00	4,50 0.00	4,50 0.00	4,500.0 0	4,500.0 0	4,500.00	4,500.00	4,500.00	
Operario 4	4,500.00	4,500.0 0	4,500. 00	4,500.0 0	4,500. 00	4,50 0.00	4,50 0.00	4,500.0 0	4,500.0 0	4,500.00	4,500.00	4,500.00	
Operario 5	4,500.00	4,500.0 0	4,500. 00	4,500.0 0	4,500. 00	4,50 0.00	4,50 0.00	4,500.0 0	4,500.0 0	4,500.00	4,500.00	4,500.00	54,000.00
Total	C\$ 22,500.00	C\$ 22,500. 00	C\$22, 500.00	C\$ 22,500. 00	C\$ 22,500 .00	C\$ 22,5 00.0	C\$ 22,5 00.0	C\$ 22,500. 00	C\$ 22,500. 00	C\$ 22,500.00	C\$ 22,500.00	C\$ 22,500.00	C\$ 270,000.0 0
nota el costo de la mano de obra están en una meta de cumplimiento de al menos de 97 horas de servicios al mes a un costo promedio de hora de 46 córdobas													

El costo de la mano de obra está basado en un costo base establecido por la empresa el cual está sujeto a una meta de cumplimiento de al menos de 97 horas de servicios al mes a un costo promedio de hora de 46 córdobas.

Gastos de administración.

SPONCOOP													
Cédula Proyecciones de Gastos de Administración													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Salarios	14,500.00	14,500.00	14,500.00	14,500.00	14,500.00	14,500.00	14,500.00	14,500.00	14,500.00	14,500.00	14,500.00	14,500.00	174,000.00
Vacaciones	1,208.33	1,208.33	1,208.33	1,208.33	1,208.33	1,208.33	1,208.33	1,208.33	1,208.33	1,208.33	1,208.33	1,208.33	14,500.00
Treceavo mes	1,208.33	1,208.33	1,208.33	1,208.33	1,208.33	1,208.33	1,208.33	1,208.33	1,208.33	1,208.33	1,208.33	1,208.33	14,500.00
Indemnización	1,208.33	1,208.33	1,208.33	1,208.33	1,208.33	1,208.33	1,208.33	1,208.33	1,208.33	1,208.33	1,208.33	1,208.33	14,500.00
Inss Patronal	2,610.00	2,610.00	2,610.00	2,610.00	2,610.00	2,610.00	2,610.00	2,610.00	2,610.00	2,610.00	2,610.00	2,610.00	31,320.00

Desarrollo de cooperativa que permita la oferta de servicios profesionales y varios, en el municipio de Jinotepe, periodo 2023 al 2024.

Total	C\$												
	20,735	20,735	20,735	20,735	20,735	20,735	20,735	20,735	20,735	20,735	20,735.00	20,735.00	248,820.00
	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00			0

Los gastos de administración de SPONCOOP están basadas en la contratación fija de un personal estará compuesto por 3 personas 2 mujeres y un varón como lo son responsable de caja, limpieza y administrativo

Estados financieros proyectados.

La proyección del análisis financiero nos permitirá conocer los resultados de generación y el comportamiento de las ventas, costos de ventas, utilidad bruta además de los diferentes gastos y costo de operación en un periodo de un mes y su proyección en su resultado anual a continuación se detalla la proyección de SPONCOOP

SPONCOOP													
Estado de Resultado Proyectado mensual													
Del <u> </u> 2Enero <u> </u> al <u> </u> 30 Diciembre <u> </u> 2024													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	total
Ventas	C\$ 79,900 .00	C\$81,30 0.00	C\$ 95,650 .00	C\$ 99,550 .00	C\$ 74,550 .00	C\$ 74,000 .00	C\$ 73,605 .00	C\$ 73,950 .00	C\$ 77,000 .00	C\$ 78,750 .00	C\$ 87,850 .00	C\$ 105,100 .00	C\$ 1,001,205.00
Costo de Ventas	22,500 .00	22,500.0 0	22,500 .00	22,500. 00	270,000.00								
Utilidad Bruta	C\$ 57,400 .00	C\$58,80 0.00	C\$ 73,150 .00	C\$ 77,050 .00	C\$ 52,050 .00	C\$ 51,500 .00	C\$ 51,105 .00	C\$ 51,450 .00	C\$ 54,500 .00	C\$ 56,250 .00	C\$ 65,350 .00	C\$ 82,600. 00	C\$ 731,205.00
<u>Gastos Operativos</u>													
Gastos de Venta	C\$ 32,175 .00	C\$32,17 5.00	C\$ 32,175 .00	C\$ 32,175. 00	C\$ 386,100.00								

Desarrollo de cooperativa que permita la oferta de servicios profesionales y varios, en el municipio de Jinotepe, periodo 2023 al 2024.

Gastos de Administración	20,735.00	20,735.00	20,735.00	20,735.00	20,735.00	20,735.00	20,735.00	20,735.00	20,735.00	20,735.00	20,735.00	20,735.00	20,735.00	248,820.00
Total gastos operativos	C\$ 52,910.00	C\$ 52,910.00	C\$ 52,910.00	C\$ 52,910.00	C\$ 52,910.00	C\$ 52,910.00	C\$ 52,910.00	C\$ 52,910.00	C\$ 52,910.00	C\$ 52,910.00	C\$ 52,910.00	C\$ 52,910.00	C\$ 52,910.00	C\$ 634,920.00
Utilidad de Operación	C\$ 4,490.00	C\$ 5,890.00	C\$ 20,240.00	C\$ 24,140.00	-C\$ 860.00	-C\$ 1,410.00	-C\$ 1,805.00	-C\$ 1,460.00	C\$ 1,590.00	C\$ 3,340.00	C\$ 12,440.00	C\$ 29,690.00	C\$ 96,285.00	C\$ 96,285.00
Otros Ingresos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros Gastos														-
Utilidad antes de impuesto	C\$ 4,490.00	C\$ 5,890.00	C\$ 20,240.00	C\$ 24,140.00	-C\$ 860.00	-C\$ 1,410.00	-C\$ 1,805.00	-C\$ 1,460.00	C\$ 1,590.00	C\$ 3,340.00	C\$ 12,440.00	C\$ 29,690.00	C\$ 96,285.00	C\$ 96,285.00

Análisis del Flujo de fondo

En el primer año de operatividad se ha proyectado que SPONCOOP, obtenga un ingreso de C\$ 1,001,205.00 por ingresos por venta en el 2024, los cuales serán desglosados para conocer nuestra utilidad bruta la cual podrá ser usada para diferentes fines que conlleven a la mejora y ampliación de la empresa. Resultados de las proyecciones se pueden observar detalladamente en la siguiente tabla

Descripción	Años			
	0	Año 2024	Año 2025	Año 2026
Ingresos por Ventas		C\$ 1,001,205.00	C\$ 1,051,265.25	C\$ 1,124,853.82
Costos de Producción		C\$ 270,000.00	C\$ 283,500.00	C\$ 303,345.00
Utilidad bruta		C\$ 731,205.00	C\$ 767,765.25	C\$ 821,508.82
Gastos Administrativos		C\$ 248,820.00	C\$ 261,261.00	C\$ 279,549.27
Gastos de Venta		C\$ 386,100.00	C\$ 405,405.00	C\$ 433,783.35
Utilidad antes de Impuesto		C\$ 96,285.00	C\$ 101,099.25	C\$ 108,176.20
Depreciación		C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00
Amortización		C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00
Inversión Fija	-C\$ 37,340.00			
Inversión Diferida	-C\$ 12,700.00			
Capital de Trabajo	-C\$ 60,150.00			
Flujo Neto de Efectivo	-C\$ 110,190.00	C\$ 96,285.00	C\$ 101,099.25	C\$ 108,176.20

Análisis de indicadores financieros.

SPONCOOP			
Estado de Resultado Proyectado			
Expresado en Córdoba			
Descripción	Año 2024	Año 2025	Año 2026
Ventas Totales	1,001,205.00	C\$ 1,051,265.25	C\$ 1,124,853.82
Descuento sobre venta			
Rebajas sobre venta			
Venta Netas	1,001,205.00	1,051,265.25	1,124,853.82
Costos de Producción	270,000.00	283,500.00	303,345.00
Utilidad Bruta	731,205.00	767,765.25	821,508.82
<i>Gastos de Operación</i>			
Gastos de Venta	386,100.00	405,405.00	433,783.35
Gastos de Administración	248,820.00	261,261.00	279,549.27
Total gastos operativos	634,920.00	666,666.00	713,332.62
Utilidad de Operación	96,285.00	101,099.25	108,176.20
Otros Ingresos	-		
Otros Gastos	-		
Utilidad antes de impuesto	96,285.00	101,099.25	108,176.20

Indicadores de viabilidad.

Con las proyecciones antes establecidas podemos decir que SPONCOOP tiene un significativo índice de viabilidad, ya que en la mayoría de los meses las ventas adquiridas dan cobertura a los costos de producción, pago administrativo y otros gastos en las cuales permite pagar las deudas y generar utilidades para inyectar inversión a la empresa.

Indicadores de rentabilidad

Con una inversión inicial C\$110,190.00 se proyecta la recuperación del capital en un lapso no mayor de 3 meses, por otro lado, las proyecciones anuales nos indica que se puede obtener un beneficio de un margen bruto de 96,285.00 córdobas siendo un activo para la próxima apertura del año 2025.

Capitulo IV plan de operaciones, organización y plataforma virtual

Marco Legal

Sponcoop ajustándose a las normativas nacional el primer paso a dar es la obtención de la personalidad jurídica registro constitución de la cooperativa con sus respectivos socios y su capital inicial y su acta de constitución, escrituras notariales y viabilidad del proyecto acá estará regido en primera instancia por el MEFCECA. A espera de Certificación de la Resolución de Personalidad Jurídica y acta constitutiva emitida por el ente regulador y publicación de la resolución de Personalidad Jurídica en la Gaceta. Posterior inscripción en la DGI y posterior solicitud de matrícula en la alcaldía municipal.

Decreto 91-2007 Reglamento Ley General de Cooperativas, publicado en la Gaceta el 11 de septiembre de 2007. En el que se desarrolla los procedimientos y conceptos de las normas establecidas en la Ley 499. De esto se desprenden los Estatutos de cada cooperativa que se aprueban en su constitución, así como el reglamento interno de la misma que debe ser aprobado dentro de los 60 días de haber sido otorgada la personalidad jurídica.

- Ley articulo y capitulo

SponCoop será una empresa asociativa de servicios, la cual tendrá una naturaleza jurídica enmarcada en la ley 499 Ley que establece el conjunto de norma jurídicas que regulan la promoción, constitución, autorización, funcionamiento, integración, disolución y liquidación de las cooperativas como personas de derecho cooperativo y de interés común y de sus interrelaciones dentro de ese sector de la economía nacional (Gaceta, LEY GENERAL DE COOPERATIVAS LEY 499, 2005).

Por la finalidad de brindar servicio profesionales y oficios posee una tipología de microempresa regulada por la ley Ley No. 645, "Ley de Promoción, Fomento y Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME) misma ley en su artículo 2 resalta la importancia de la asociatividad: Establecimiento de vínculos de mutua confianza entre personas o grupos de personas con un objetivo productivo o comercial común (Gaceta, 2008).

Por el lazo interactivo con proveedores de servicio también entrará en cuenta el reglamento establecido por el código de trabajo de Nicaragua con el fin de establecer las condiciones mínimas que garanticen la protección de sus asociados este régimen surge a raíz del artículo 6 del CAPITULO II SUJETOS DEL DERECHO DEL TRABAJO el presente artículo establece:

Artículo 6.- Son trabajadores las personas naturales que, en forma verbal o escrita, individual o colectiva, expresa o presunta, temporal o permanente se obliga con otra persona natural o jurídica denominada empleador a una relación de trabajo, consistente en prestarle mediante remuneración un servicio o ejecutar una obra material o intelectual bajo su dirección y subordinación directa o delegada (LA Gaceta, 1996).

Mercado.

Servicoop como empresa de servicios generadora de empleo estará regida también por la ley N°. 185 o CÓDIGO DEL TRABAJO para dar soporte a las garantías básicas y legales de los proveedores según su naturaleza o relación con la cooperativa. Publicada en La Gaceta, Diario Oficial N°. 205 del 30 de octubre de 1996 (La Gaceta, 1996)

Con la presencia en el mercado y un establecimiento legal se procederá a procesar los tramites de matrícula y operación en la alcaldía municipal correspondiente además de obtener el numero RUC y los permisos de la DGI antes de entrar a brindar los servicios profesionales.

Lineamientos de la cooperativa

Figure 27 logo cooperativa



Misión: SPONCOOP es más que un grupo de personas asociadas con talento y habilidades. Somos parte de ti, para brindarte soluciones integrales a tus problemas cotidianos de manera interactiva y en tiempo real.

Visión: SPONCOOP crecerá como una empresa pionera y encargada de brindar soluciones integrales a los problemas cotidianos de la sociedad en general. Proyectado hacia un horizonte de desarrollo económico y asociativo, aportando al desarrollo económico y social del país.

Objetivos estratégicos.

- Brindar servicios integrales.
- Llegar a los clientes potenciales
- Captar el capital humano.
- Potenciar el uso de las tecnologías.
- Generar redes de soluciones.
- Integrar la IA, al entorno empresarial.



Valores de la organización:

Figure 28 Logo de la cooperativa; fuentes propias

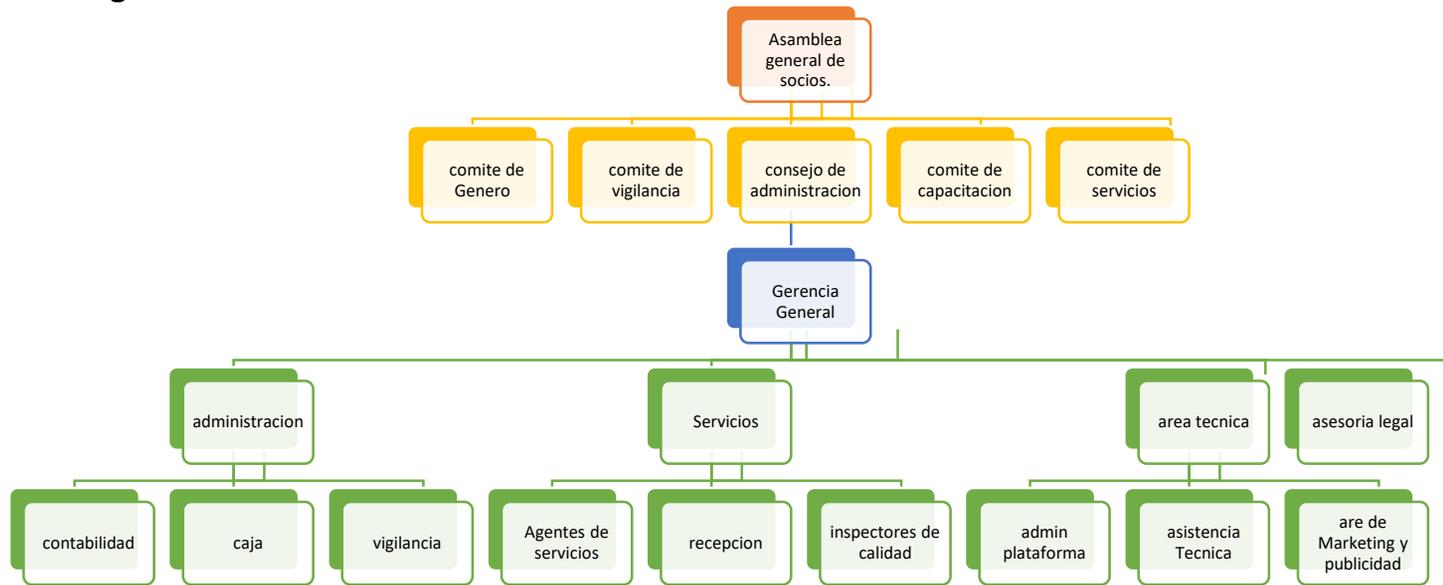


Responsabilidad social

- Cuido del medioambiente
- Solidaridad
- Asociación
- Liderazgo
- Sostenibilidad

•

Estructura Organizativa de SPONCOOP



Asamblea general de socios

La asamblea de socios es la máxima autoridad dentro de nuestra organización, está compuesta por los socios con los cuales se apertura la cooperativa.

Comité de Vigilancia Es el órgano de fiscalización y supervisión de la gestión socioeconómica de la cooperativa y está integrada por tres miembros los cuales se reúnen una vez al mes. Este es otro mecanismo de gobernanza que tiene la cooperativa para manejar en forma transparente la gestión encargada por los miembros de la asamblea de socios. **Concejo de Administración**

Integrado por miembros que se reúnen una vez al mes de manera ordinaria para monitorear los avances del trabajo de la cooperativa. Ellos son los responsables de la visión y gestión estratégica de la cooperativa.

Comité de Género

Integrado por miembros que se reúnen dos veces al año para verificar la integración de las mujeres en todos los procesos que se desarrollan en la cooperativa, tales como la comercialización, organización, crédito y asistencia técnica, promoviendo su participación de calidad en los puestos de toma de decisiones.

Comité de capacitación:

Integrado por miembros que se reúnen cada trimestre para la formación continua y capacitación de los miembros y de los proveedores de servicios para brindar mejor atención a los clientes.

Comité de servicios integrales:

Estos se reúnen de forma semestral para ver los beneficios de los socios y agentes de servicios en materia de salud, finanzas, educación y familia.

El área de gerencia estará acompañada de las siguientes sub áreas y sus coordinadores de áreas buscando la equidad en la distribución de responsabilidades.

Administración	Servicios	Área técnica	Asesoría legal		
Caja	Agentes de servicios	de Administración de las Tics			
Contabilidad	Inspectores de calidad	de Asistencia Técnica			
Mantenimiento /limpieza	Adquisiciones	Marketing			
Recursos humanos					

Se estima para la operatividad de la asociación contar con 14 miembros, con habilidades para asumir cada área antes descrita ya con el desarrollo económico óptimo y se puedan sostener pagos correspondientes a cada área.

Productos / Servicios

Descripción de servicio que ofrece SPONCOOP

Sponcoop es un grupo de hombres y mujeres con un gran talento y capital humano, dispuestos a ofrecer soluciones a tus problemas cotidianos interconectado desde una interfaz acompañada con la tecnología que te acerca a tu solución.

La respuesta para problemas en empresas, negocios, institución y hogar están a tu alcance, el electricista, mecánico, técnico en refrigeración, fontanero, albañil un diseñador web, arquitecta, ingeniera o simplemente pintar tu casa o cortar el jardín están en nuestra empresa esperando atenderte te ofrecemos un personal calificado que garantizara darte solución de una forma integral y oportuna.

Basta visitar o desde la comodidad donde se encuentre el cliente dará unos clics en la plataforma y aplicación o visitar plataforma web y lugar físico. Encontrará un abanico de ofertas de servicios, en la cual podrá seleccionar al proveedor más cercano y sin intermediario conocer el precio por su mano de obra de paso entrarás en un interfaz en la cual tus referencias valoración y comentario lograrán dar

confianza a nuevos clientes. Las soluciones para los problemas cotidianos están en la mano, se pretende que los habitantes del municipio sean parte del cambio y crezcan con SPONCOOP, aportar un granito de arena a la comunidad y fortalecer la economía de las familias y a la vez estos se vuelvan un proveedor de servicios y den conocer sus habilidades profesión u oficio.

Descripción del proceso de Producción o Ciclo del Servicio.

El ciclo de servicio inicia desde el momento que se recibe al cliente en lobby físico o digital, en la cual se recibe de una forma íntegra y en un entorno confortable 5- 12 minutos según el flujo de clientes , se recepción la solicitud de servicios tanto



por los canales físicos y virtuales esto tendrá un tiempo máximo de 15 minutos, en 2- 5 minutos se le conecta directamente con un proveedor de servicios según sea la naturaleza de su demanda, este a su vez realiza una breve entrevista anota y determina los métodos de solución y costos en un plazo de 15-30 minutos, cierra la contratación de su mano de obra y se desplaza a dar solución a lo solicitado. Ya con costos y métodos acordados con el cliente demandante del servicio, el tiempo promedio de resolución del problema podrían ser de minutos u horas según la contrata y la característica del problema.

Al finalizar el trabajo o el día contratado, el proveedor de servicio reporta los detalles del cumplimiento del servicio y el cliente valora virtualmente la satisfacción del servicio y se le agrega en su historial de servicio los elementos positivos y negativos del proveedor.

Flujograma de Procesos Spon-Coop

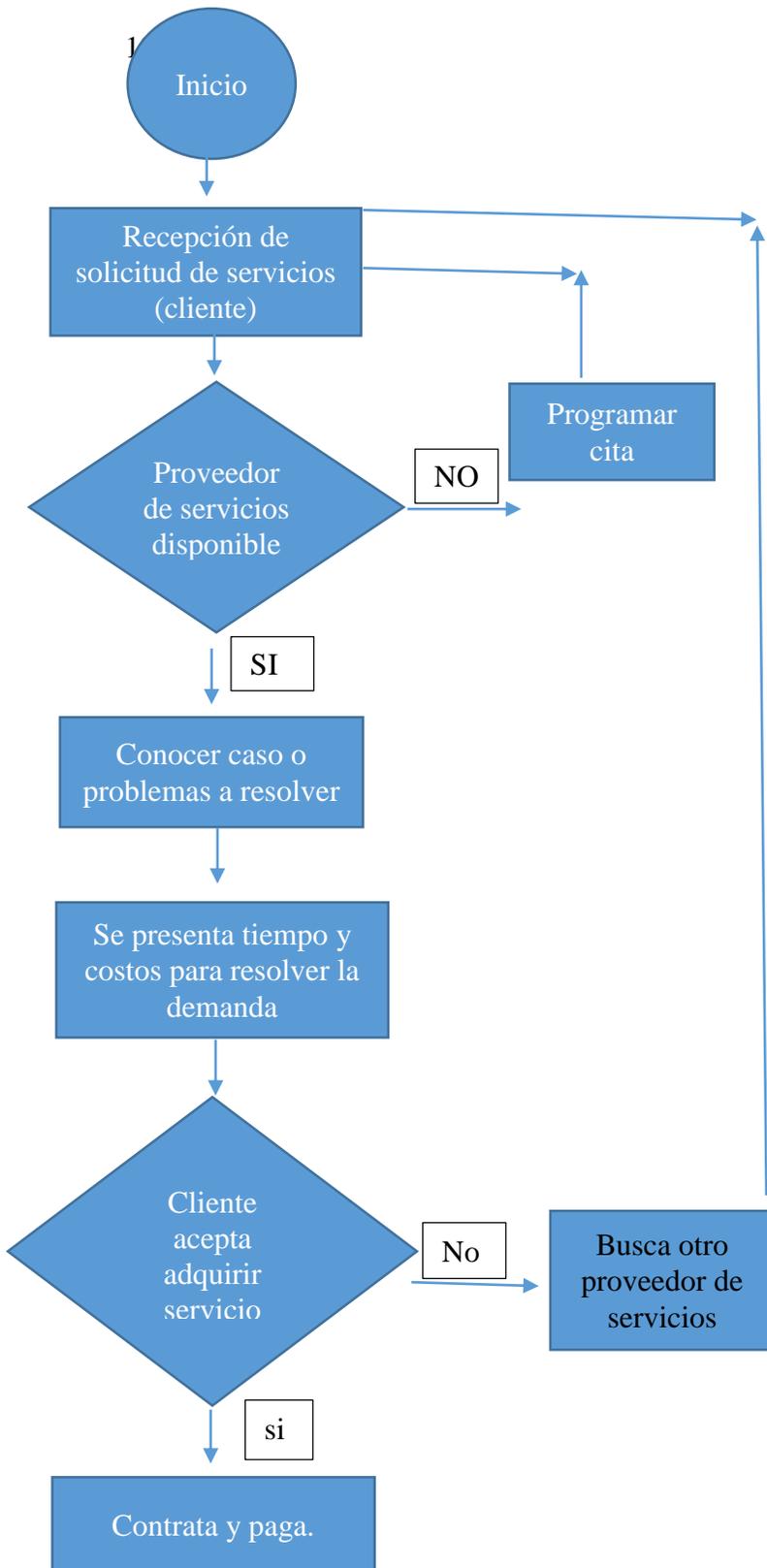


Figure 29 plataforma virtual



Con la creación de la cooperativa, actualización, operatividad de la plataforma virtual y la captación de los proveedores de servicio, estos pasan por un filtro de control de habilidades y de diferentes normativas para ser agregados a nuestra plataforma, los cuales atenderán de manera virtual y físico según la conveniencia y la demanda del cliente.

Nuestros servicios inician desde que el cliente se pone en contacto, desde cualquiera de nuestros canales desde ahí se le filtrará los proveedores según su demanda, estos estarán siendo georreferenciado en tiempo real para la garantía e integridad en los servicios. Al acordar con el proveedor seleccionado este se traslada al punto solicitado ahí hará sus buenas practicas al resolver de forma oportuna la demanda en desarrollo, al finalizar el cliente podrá hacer el pago en efectivo o en digital ya que la plataforma aceptará pagos digitales, desde cualquiera de las bancas nacionales.

Figure 30 conectados.



El cliente se registrará en la plataforma y mediante una escala Likert valorará el servicio recibido y en el transcurso del tiempo por ser cliente frecuente obtendrá beneficios para sus próximos.

Distribución de Planta por proceso.

Ilustración 7 propuesta de distribución de espaci, con la puesta en marcha de la cooperativa.



La planta del sitio de trabajo estará en un área total de 96mts cuadrados, el cual estará diseñado de forma sencilla, pero practica poseerá cuatro lugares de utilidad como lo son el área de espera, recepción, bodega y el área de trabajo.

Cada sitio estará ambientado y con mucha iluminación, la recepción y la sala de espera será el sitio donde se atenderá al cliente que de forma presencial y confortable mientras se le atiende en busca de algunos de los servicios prestado por sponcoop. Luego estará la bodega, en donde

estarán almacenado y protegidos los insumos e instrumento de apoyo para el servicio.

En un amplio espacio estará el área de trabajo en donde estarán la directiva atendiendo la parte operacional de logística financiera y marketing los proveedores de servicios atendiendo las solicitudes virtuales de servicios para luego pasar por recepción presentando su itinerario de trabajo y hoja de ruta, paso seguido entra a bodega buscar instrumento e insumos para sus labores.

Plataforma virtual:

Figure 31 Interfaz de plataforma virtual



La plataforma virtual, se pretende tenga la funcionalidad de ser un puente entre proveedores de servicios y usuario que demande de estos, se espera además que en su desarrollo sea un elemento de uso cotidiano para la atención y solución a problemas de carácter domiciliar, empresarial y gubernamental.

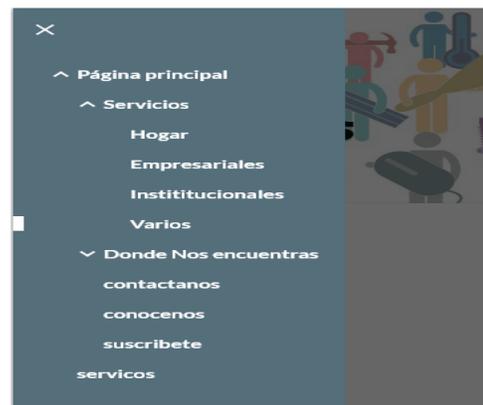
Sus códigos fuentes, está creado desde googlesite un sitio gratuito de google, se escogió googlesite desde un inicio con el fin de no generar mayores gastos al arranque de la plataforma y dar a conocer a la cooperativa desde un

entorno virtual habitual para los usuarios, ya que esta plataforma tiene la adaptabilidad de poder ser usada desde cualquier dispositivo móvil o computadora.

En la plataforma, permite gestionar los contactos y conocer sobre los servicios que brinda cada proveedor además de conocer un poco más de ellos, a futuro mediante un feedback entre cliente-proveedor-plataforma se espera mediante una escala Likert obtener una proyección de la calidad de servicio recibida por el personal de servicios teniendo como eje fundamental de la cooperativa la calidad en la atención y en los procesos de solución al cliente.

La interfaz desarrollada es sencilla y amigable con el usuario en su navegación, es de resaltar por su fácil uso que posee un asistente de WhatsApp con el cual los interesados en adquirir u ofertar sus servicios se puedan contactar con un operador que lo oriente y facilite su acceso a la base de datos o afiliación más conveniente para el usuario.

En su página principal existe una pestaña en donde el usuario pueda conocer sobre la cooperativa, sus servicios y donde poder



Desarrollo de cooperativa que permita la oferta de servicios profesionales y varios, en el municipio de Jinotepe, periodo 2023 al 2024.

contactarse para contratar o brindar un servicio y satisfacer una demanda.

En la medida que crezca la cooperativa, se irá invirtiendo para mejorar las características de la plataforma, con el fin de brindar un mejor servicio a la población en general y ser participe directo de la mejora de la calidad de vida de los usuarios y de la comunidad en general en donde la tecnología sea un aliado y no un instrumento de ocio. Fortaleciendo un ecosistema en donde la empleabilidad, la educación, el espíritu emprendedor aporte enormemente a la economía nacional.

Figure 33 conoce nuestro entorno.



Figure 32 código Vicard de proveedor, fuentes propias



Conclusión:

Las conclusiones derivadas de los objetivos específicos planteados en el documento que presenta la propuesta de proyecto de la maestría en economía creativa y emprendimiento sostenible, se puede concluir con diferentes elementos, entre esto se presentó que:

- El municipio de Jinotepe posee los elementos básicos suficientes para el desarrollo de una cooperativa de servicio ya que cuenta con infraestructura educativa, tecnológica y el elemento principal un espíritu innovador y emprendedor de sus habitantes, que deberían de llevar a un mejor desarrollo económico del municipio de la mano con sus actores, gobierno local y la tecnología.
- Las cooperativas son elemento viable para el fomento de la economía social y Nicaragua para el mundo es un ejemplo desde el cooperativismo de Sandino hasta las buenas gestiones públicas del gobierno en la actualidad que conlleva a impulsar y dar seguridad jurídica y económica a las cooperativas.
- Jinotepe como municipio tiene una alta actividad comercial, que potencia la economía y podría generar mayor incidencia de proveedores de servicios egresado de las escuelas superior, técnicas o de oficios con el fin de generar mayores ingresos a las familias locales.
- Mediante el estudio de mercado se comprobó que dicho proyecto cooperativo tiene una gran aceptación por informantes de manera local y de los municipios aledaños a Jinotepe.
- La identificación de las demandas de servicios técnicos y profesionales y de oficios en el municipio respalda la puesta en marcha de la cooperativa, proporcionando información clave para el desarrollo de sus servicios
- Se pudo obtener mediante el estudio de mercado que existe una demanda significativa en las áreas de la construcción, la informática, jurídica entre otras las cuales podrían ser tomadas en cuentas para futuros proyectos.

Desarrollo de cooperativa que permita la oferta de servicios profesionales y varios, en el municipio de Jinotepe, periodo 2023 al 2024.

- La elaboración de un plan financiero permitirá evaluar la viabilidad económica de la cooperativa, aspecto fundamental para su éxito a largo plazo.
- Las proyecciones financieras dieron como resultado un positivo índice de liquides y que a corto plazo se podría recuperar la inversión de sus socios.
- El desarrollo de un plan operativo y organizacional, junto con la implementación de una plataforma virtual, sienta las bases para el funcionamiento efectivo de la cooperativa en Jinotepe.
- De lo surgido en el análisis FODA las debilidades serán superadas en la medida que la cooperativa vaya creciendo y adaptándose según la demanda del mercado y coyuntura de la economía nacional.
- El buen funcionamiento y operatividad de la cooperativa podría servir de modelo del positivo en el uso de las TIC.

Considerando el logro de los objetivos específicos y las conclusiones derivadas, se puede concluir que el objetivo general de desarrollar una propuesta de cooperativa como alternativa empresarial para ofrecer servicios profesionales y varios en el municipio de Jinotepe ha sido alcanzado y fundamentado de manera integral.

El análisis detallado del entorno socioeconómico y tecnológico, la identificación de las demandas de servicios, la evaluación de la viabilidad financiera y la planificación operativa organizacional han dado las bases para la creación y operación exitosa de la cooperativa.

Estas conclusiones respaldan la viabilidad y pertinencia de la propuesta de la cooperativa de servicio SPONCOOP, puede ser una alternativa sólida y beneficiosa para la comunidad de Jinotepe.

Recomendaciones

El municipio de Jinotepe cuenta con los elementos necesarios para seguir potencializando la generación de empleo y mejorando la calidad de vida de sus pobladores, por la cual se requiere mayor acercamiento entre las academias empresas y población en general para crear un tridente de acción que refuercen los esfuerzos que realizan los gobiernos locales en materia de innovación y emprendimiento.

Las empresas e instituciones tienen que generar mayor alianza con las academias escuela de oficios y universidades para potenciar el capital humano que día a día se capacita y que demanda por oportunidades acorte a su preparación con igualdad inclusión y reconocimiento del protagonismo de sus pobladores.

Por otra parte, Jinotepe tiene una estructura sólida y alto consumo de tecnología en telecomunicaciones, que puede potenciar al municipio en todas las esferas económicas, social y cultural y podría enfocarse en la creación de las bases de una Smartcity.

En el desarrollo de estudio se encontró que los pagos por servicios podrían adoptar otro tipo de priorización en la cual expresaban que se consideraría viable el pago por hora por servicios.

Para concluir Jinotepe tiene un alto grado de innovación y creatividad expresado desde la vida cotidiana de los pobladores, en su accionar económico diario esto brinda pauta del potencial humano que de la mano de una cooperativa y la tecnología con tendencia a replica pueden expandir la incidencia económica del municipio.

Bibliografía

- World Trade Organization. (2023). Handbook on Measuring Digital Trade. WTO Print ISBN: 978-92-870-7360-0.
- Álvarez, C. Á. (2008, enero 2). *Gazeta de Antropología* . Retrieved from https://www.ugr.es/~pwlac/G24_10Carmen_Alvarez_Alvarez.html#:~:text=El%20proceso%20etnogr%C3%A1fico%20no%20es,la%20elaboraci%C3%B3n%20del%20informe%20etnogr%C3%A1fico.
- Andreani, P. A. (2021). Las cooperativas prestadoras de servicios públicos en Argentina. Noción. Tensión de los principios cooperativos. Desarrollo. Contribución social. Principales desafíos que enfrentan. *Deusto Estudios Cooperativos*.
- Arce, V. M. (2018). La alternativa cooperativa en la prestación. *Universidad de Deusto (España)*.
- Asamblea, N. (24, 01 2008). LEY DE PROMOCIÓN, FOMENTO Y DESARROLLO DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA (LEY MIPYME). *Gaceta*, pp. 1-5.
- Banco Mundial . (2015). Por qué para Nicaragua es vital apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas.
- BCIE. (2017). Inventario de las cooperativas productivas de Nicaragua .
- BCN. (2017, Enero). Cartografía digital y censo . pp. 2-3.
- BCN. (2017). CARTOGRAFÍA DIGITAL Y CENSO DE EDIFICACIONES-Cabecera Municipal de Jinotepe . In BCN, *CARTOGRAFÍA DIGITAL Y CENSO DE EDIFICACIONES-Cabecera Municipal de Jinotepe* (p. 47). Managua : 1.
- Bruno, R., Eum , H., & Elisa , T. (2013). *Cooperativas y empleo: informe mundial, CICOPA* . COOP.
- Bucardo, A. (2021). El cooperativismo y su aporte al desarrollo. *El Semanario Ideas y Debates Centro de Estudios del Desarrollo Miguel d'Escoto*.
- catalunya, G. d. (2022). EL BUYER PERSONA: DIRIGIRSE AL CLIENTE ADECUADO . *Departamento de Empresa y Trabajo* .
- Carpio, A. L. (2018). EL APOORTE DE LAS EMPRESAS PARA LA GENERACION DE EMPLEO EN EL ECUADOR. *Universidad Técnica de Manabí (UTM)*.
- Educalive.blog*. (2018, noviembre 14). Retrieved Abril 08, 2022, from *Educalive.blog*: <https://blog.educalive.com/como-hacer-analisis-dafo-personal-profesional-ejemplo-plantilla/>
- Espinoza, P. I. (2015). *Introducción a la mercadotecnia : un acercamiento a la satisfacción de necesidades*. Boyaca-Colombia .
- Gaceta. (1883, febrero 7). DECRETO, ELEVANDO AL RANGO DE CIUDAD LA VILLA DE JINOTEPE, Y DE VILLA Á DIRIAMBA.
- Gaceta. (2005 , enero 15). LEY GENERAL DE COOPERATIVAS LEY 499. *Gaceta* .

Desarrollo de cooperativa que permita la oferta de servicios profesionales y varios, en el municipio de Jinotepe, periodo 2023 al 2024.

- Gamez , J., & Martinez , B. (2017). *INVERSION, CRECIMIENTO Y DESARROLLO DE LA ECONOMÍA DE NICARAGUA*. Managua : Unan.
- Gómez Maldonado, J. D., & Martínez Ortiz , B. M. (2017). *INVERSION, CRECIMIENTO Y DESARROLLO DE LA ECONOMÍA DE NICARAGUA*. Managua : UNAN-MANAGUA.
- García, P. R. (2020). E-COMMERCE. UNA NUEVA TENDENCIA EN EL FUTURO. Valladolid: universidad de Valladolid.
- Guatemala, O. E. (2021). *INFORME ECONÓMICO Y COMERCIAL NICARAGUA*.
- Harvat Bussines Review America Latina . (2007). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. In M. E. Porter, *Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia* (pp. 3-4).
- Institut de Formació Contínua - Universitat de Barcelona. (2021, mayo 21). *Institut de Formació Contínua - Universitat de Barcelona*. Retrieved from https://www.il3.ub.edu/blog/cuales-son-las-tecnicas-de-investigacion-de-mercado/#Que_son_las_tecnicas_de_investigacion_de_mercado
- Juan Jacobo Velasco. (2019). Estándares internacionales para medición de informalidad. *Conferencia Internacional de Estadísticos del*.
- Kotler, P., Bloom, P., & Heyes, T. (2004). *El marketing de Servicios Profesionales*. Paidós SAICF.
- La Gaceta, D. o. (1996, Septiembre 5). Código del Trabajo ley N° 185 .
- Madrid, C. d. (2022, Junio 29). *Camara de Madrid*. Retrieved from <https://www.mba-madrid.com/marketing/tecnicas-investigacion-mercados/>
- MINED. (2023, noviembre 22). *Mapa de la Educación Mined. departamento de Carazo, municipio de Jinotepe* . Retrieved from <https://serviciosonline.mined.gob.ni/mapa-de-la-educacion/Georreferencia.aspx?Municipio=78>
- Monar, J. H. (2023.). La importancia de las plataformas digitales en los negocios. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, Asunción, Paraguay*.
- Moreno, J. G. (2022). Cooperativismo en Nicaragua y su importancia en la. *Semanario Ideas y Debate N80*.
- Nicaragua, G. d. (2023). *creación de la junta de edificación de la iglesia de Jinotepe*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://sajurin.enriquebolanos.org/docs/CodigosLegislacion%20-%20Jesus%20de%20la%20Rocha%20-%20387.pdf.
- nperf. (2023, diciembre). *nperf*. Retrieved from Red móvil Claro Movil en Jinotepe, Departamento de Carazo, Nicaragua: <https://www.nperf.com/es/map/NI/3618926.Jinotepe/169658.Claro-Movil/download/>
- OIT. (2003). *Trabajo decente y protección Social*, 4-5.
- OIT. (2014). La economía Social y solidaria, surgimiento en nuevo modelo de empresa. *programas de empresas sostenibles* .

Desarrollo de cooperativa que permita la oferta de servicios profesionales y varios, en el municipio de Jinotepe, periodo 2023 al 2024.

- OIT. (2020). COVID – 19 y el Mundo del Trabajo: Punto de partida, respuesta y desafíos en Nicaragua. *organizacion internacional del trabajo* .
- OIT. (2022). Mensajes fundamentales. *Observatorio de la OIT sobre el mundo del trabajo. Undécima edición, 1-2.*
- OIT. (2023). Brecha mundial en términos de ocupación: los países. *Observatorio de la OIT sobre el mundo del trabajo.*
- OIT. (2024). Perspectivas. *Informe de referencia de la OIT.*
- OIT, O. I. (2022). El trabajo decente y la economía social y solidaria. *El trabajo decente y la economía social y solidaria* (p. 70). Ginebra: OIT.
- ONU. (2020). *Plataformas digitales y creación de valor en los países en desarrollo: repercusiones en las políticas nacionales e internacionales* . Ginebra .
- ONU. (2023, mayo 5). *Objetivos de desarrollo sostenible*. Retrieved from <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/>
- Ponce Talancón , H. (2007). *Enseñanza e Investigación en Psicología*. Xalapa.
- Pugliese, E. (2005). Qué es el desempleo Premisa: los orígenes del concepto . *Universidad de Nápoles*.
- Questionpro. (2024, Enero 5). *Questionpro* . Retrieved from Software para encuesta: <https://www.questionpro.com/es/calculadora-de-muestra.html>
- Raeburn , A. (2021, julio 01). *asana*. Retrieved Abril 08, 2022, from asana: <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>
- Riquelme, M. (2015, Junio). *5fuerzas de Porter* . Retrieved from <https://www.5fuerzasdeporter.com/>
- Sampieri, R. (2006). *elaboracion de un marco teorico* .
- Social, I. N. (2020). *cooperativas de servicios. Gobierno de Mexico*.
- weatherspark. (2023, mayo 20). *weatherspark*. Retrieved from <https://es.weatherspark.com/>
- Zambrano, W. O. (2023). Cooperativas de servicios empresariales y profesionales. *Universitat de València*, 112-125.
- Zaragoza, U. d. (2014). *La econmia social* . *Catedra de Economia Social y cooperativas*.

anexos

Figure 1condicion laboral municipio de Jinotepe; fuentes BCN 2020.....	13
Figure 2mapa satelital del municipio de Jinotepe; fuente googleearth	34
Figure 3 Día soleado Parque central de Jinotepe; fuentes I9Digital.....	35
Figure 4municipio de Jinotepe Niveles de Lluvias promedios anual; fuente https://es.weatherspark.com/	35
Figure 5Avenida Centra de Jinotepe Zona financiera	36
Figure 6Ubicacion de los establecimientos económicos en cantidades; fuentes BCN.....	37
Figure 7infraestructura escolar municipio de Jinotepe ; fuente Mapa de la educaciónMINED2023	38
Figure 8Estudiantes del Centro Escolar Mario Arana de Jinotepe. Recibiendo insumos tecnológicos; fuente Mined2023	38
Figure 9Este mapa representa la cobertura de la red móvil 2G, 3G, 4G y 5G Tigo Movil en Jinotepe. Ver también: el mapa de la velocidad móvil Tigo Movil en Jinotepe y de la cobertura de las redes móviles Claro Movil en Jinotepe.	40
Figure 10 Grafica de encuesta Genero; Fuentes propias	46
Figure 11Grafica de encuesta Edad; fuentes propias.....	46
Figure 12Grafica de encuesta Grado académico; fuentes propias.....	47
Figure 13Grafica encuesta Tecnología; Fuentes propias.....	47
Figure 14Grafica encuesta conectividad; fuentes propias	47
Figure 15Grafica encuesta preferencias de contratación de servicios	48
Figure 16Grafica encuesta disponibilidad de Adquisición de servicios de una cooperativa.	48
Figure 17Grafica encuesta Tipos de profesiones y servicios con potencial demanda.....	48
Figure 18Grafica encuesta técnico y oficios con mayor demanda	49
Figure 19Grafica encuesta Preferencia en la contratación de Servicios.....	49
Figure 20Grafica Encuesta rango de pago en córdobas a pagar por servicio menor.....	49
Figure 21Grafica encuesta preferencia en la forma de pago por servicios.....	49
Figure 22Grafica Encuesta opción preferida para adquirir servicios.	50
Figure 23Grafica encuesta aceptación de creación y reclutamiento para formación de cooperativa.....	50
Figure 24 Grafica de encuesta Aceptación y divulgación de la cooperativa.....	50
Figure 25competencia en el mercado 5 fuerzas de porter fuentes: https://www.5fuerzasdeporter.com/	¡Error! Marcador no definido.

Formato de encuesta



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA
DE NICARGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Vicerrectoría de Gestión del Conocimiento y Vinculación Social
Dirección de Innovación

Maestría en Economía Creativa y Emprendimiento Sostenible
“2023: SEGUIMOS AVANZANDO EN MÁS VICTORIAS EDUCATIVAS”
INTRODUCCION

En el marco del cumplimiento académico de la **Maestría en Economía Creativa y Emprendimiento Sostenible** se realiza el presente instrumento para recopilar, información estudiar la viabilidad del proyecto titulado **Desarrollo cooperativa como alternativa empresarial que permita la oferta de servicios profesionales y varios, en el municipio de Jinotepe, periodo 2023-24** esta propuesta Como una alternativa para la generación de empleo se propone la creación de una empresa social que aporte a transformación y desarrollo humano.

Objetivo

Analizar mediante la presente encuesta la perspectiva individual de potenciales informantes, sobre la demanda de servicios profesionales y de oficios caracterizando mediante segmentación de datos sociodemográficos, necesidades de servicios, costos disponibles a pagar por servicios y si colaboraría con la cooperativa como proveedor de servicios y potencial cliente, entre otros.

Datos generales:

Nombre del encuestador: _____

Nº de encuestador: _____

Nombre del encuestado: _____

Nº de encuesta: _____

Hora de comienzo: __ : __

Hora de finalización: __ : __

Presentación del encuestador

Buenos días/tardes,

Mi nombre es _____ Le estamos haciendo una encuesta de valoración sobre la creación de una cooperativa de servicios profesionales y de oficios en el municipio de Jinotepe.

Estamos interesados en conocer su opinión, por favor, ¿sería tan amable de contestar el siguiente cuestionario? La información que nos proporcione será utilizada para conocer la valoración creación de la cooperativa SPON-COOP en el mercado. El cuestionario dura 5 minutos aproximadamente. Gracias.

Por favor, ¿sería tan amable de decirme su nombre? _____

Correo electrónico _____

1. Datos demográficos:

1.1 ¿Cuál es tu género? (marque la casilla correspondiente)

Masculino Femenino otro _____

1.2 ¿Cuál es tu edad? (rango amplio) (marque la casilla correspondiente)

1. 18-28 2. 29-39 3. 40-49 4. 50-60

1.3 Departamento de Procedencia (marque la casilla correspondiente)

1 Carazo 2 Managua 3 León 4 Chinandega 5 Rivas 6 Granada
 7 Masaya 8 Matagalpa 9 Jinotega 10 Estelí 11, Madriz 12 Nueva
Segovia 13 Chontales 14 Boaco 15 Río San Juan RACCN RACCS

1.4 Grado académico: (marque el mayor grado académico alcanzado)

1. Bachiller 2. Técnico 3. título de escuela de oficio o vocacional 4. ingeniero
 5. Licenciatura otro _____

2. usos de las Tics (marque la casilla correspondiente)

2.1 ¿Tiene dominio de dispositivos móviles inteligentes?

1. si 2. no 3. talvez

2.2 ¿Tiene acceso a Internet?

1. si 2. no 3. talvez

3. Conocimiento de empresa o cooperativa de servicios

3.1 ¿Conoce sobre la existencia de alguna cooperativa de servicios profesionales y de oficios, cercano a su comunidad?

1. si 2. no talvez

3.2 ¿Estaría dispuesto adquirir la asistencia de una cooperativa servicios?

1. si 2. no 3. talvez

4. Demanda de servicios

4.1 ¿Qué tipo servicios le gustaría contratar?

1. oficios 2. Tecnicos 3. profesionales 4. todos los anteriores.

4.2 ¿Cuál servicio profesional esperaría adquirir según su problema más cotidiano?

Abogado Ingeniero Arquitecto Médico Docente Contador
 Psicólogo Informático Traductor otros _____

4.3 ¿Qué tipo de oficios/técnico estaría dispuesto a adquirir?

Carpintero Mecánico Electricista Fontanero Maestro de Obra /
Albañil cocinero Jardínero Técnico Informático cajero vigilante
 artesano otros _____

4.4 ¿Cómo le gustaría contratar los servicios?

1. por hora 2. por semana 3. quincenal 4. mensual 5. Por
trabajo/Proyecto/Obra/Diseño

4.5 ¿Cuál sería la forma de pago por servicios recibido, relativo al costo de mano de obra según su naturaleza?

Relativo al salario mínimo según su sector productivo nacional
 Mutuo acuerdo con la empresa o proveedor de servicio
 Referente a una proforma de costo por servicio otro _____

4.5 Ejemplo hipotético: en el sector oficio, ¿por un servicio de reparación eléctrica preventivo/ correctivo cuanto estaría dispuesto a pagar?

1. 300-500 2. 600-800 3. 900 a mas _____

Desarrollo de cooperativa que permita la oferta de servicios profesionales y varios, en el municipio de Jinotepe, periodo 2023 al 2024.

- 4.6 ¿Cuál sería su opción más viable para adquirir y consultar los servicios?
 Físico/ visita de Local En línea Mediante atención telefónica En línea mediante una plataforma virtual En línea mediante Una aplicación móvil todas
- 4.7 Le gustaría formar parte de nuestra Cooperativa y Adquirir ingresos extras
 si no Talvez
- 4.8 ¿Comentarías a amigos familiares la existencia de la cooperativa de servicios y las bondades de su aplicación?
5. si no Talvez

Gracias por su colaboración

Formato de entrevista



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA
DE NICARGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Vicerrectoría de Gestión del Conocimiento y Vinculación Social
Dirección de Innovación
Maestría en Economía Creativa y Emprendimiento Sostenible

“2023: SEGUIMOS AVANZANDO EN MÁS VICTORIAS EDUCATIVAS”

INTRODUCCION

En el marco del cumplimiento académico de la maestría se realiza el presente instrumento para recopilar, información para dar respuesta al proyecto titulado **Desarrollo cooperativa como alternativa empresarial que permita la oferta de servicios profesionales y varios, en el municipio de Jinotepe, periodo 2023-24** esta propuesta Como una alternativa para la generación de empleo y dinamizar la oferta de servicios se propone la creación de una empresa social que aporte a transformación y desarrollo humano. Las cooperativas como empresas sociales hacen frente a problemáticas económicas y a la generación de empleo, con mira a mejorar la calidad de vida de las comunidades.

Objetivo

Analizar mediante una encuesta la perspectiva individual de potenciales informantes, sobre la importancia de la formación técnica y profesional además del cooperativismo en la economía nicaragüense con el fin de caracterizar el ecosistema para la creación de una empresa social SPON-COOP97.

Datos generales:

Nombres y apellidos del entrevistado	
Edad:	
Lugar de entrevista	
Ocupación /cargo	
Nombre del entrevistador	
Fecha y duración de la entrevista	

1. ¿Qué son las cooperativas?
2. ¿Cuánto tiempo tiene de conocer o saber sobre las cooperativas?
3. ¿Qué tipos de cooperativas conoce?
4. ¿que nos podría compartir sobre el contexto de las cooperativas en las últimas décadas?
5. ¿Cuál considera usted ha sido el beneficio que aportan las cooperativas a la familia, comunidad y a la sociedad?
6. ¿según su experiencia que beneficio o como aporta el estado a las cooperativas?
7. ¿Cómo enfrentaron las cooperativas los últimos fenómenos sociales (intento fallido de golpe de estado), epidemiológico (pandemia de Covid-19) y crisis económicas?
8. ¿Cuál cree que sean los principales desafíos para el cooperativismo en Nicaragua?
9. ¿conoce como las cooperativas están haciendo uso de las tecnologías (redes sociales, plataformas virtuales, TIC)?
- 10.¿Qué opina sobre las cooperativas de servicios?
- 11.¿Conoce sobre los programas técnicos, vocacional y de oficios que implementa el gobierno?
- 12.¿Cree que es viable implementar un tipo cooperativas de servicios, como un sistema alternativo a las empresas Tradicionales para que los jóvenes accedan a un empleo?
- 13.¿estaría usted dispuesto a adquirir un servicio de jóvenes técnicos desde una plataforma virtual?
- 14.¿Tiene algo más que agregar o compartir?
15. ¿Deseara agregar o compartir algo más relacionado a la temática?

Nos autoriza la utilización de la información compartida para una utilidad científica de la investigación.

Gracias