



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA

UNAN - MANAGUA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA

Tesis Monográfica para Optar al Título de Licenciatura en Economía

Tema: Emprendedurismo en Nicaragua

Subtema: Incidencias de las técnicas de gestión empresarial en los emprendimientos ubicados en la rotonda Hugo Chávez para el año 2019

Elaborado por:

Br. Katherine de los Ángeles Candía Espinoza

Br. Basnia Joselin Niño Altamirano

Tutora: Msc. Wendy Ayerdis

Managua, abril de 2020

Título:

Incidencias de las técnicas de gestión empresarial en los emprendimientos ubicados en la rotonda Hugo Chávez para el año 2019

Dedicatorias

Quiero agradecer primeramente a Dios, porque a pesar del largo camino él fue mi fortaleza para lograr culminar este logro.

Dedico este trabajo a mi madre por ser parte esencial en mi vida, a mi suegra por apoyarme para continuar lo cual permitió que avanzara en mis estudios, a mis dos bellos hijos que ahora son mi motor para seguir adelante.

Les agradezco mucho, desde el fondo de mi corazón.

Br. Katherine de los Ángeles Candía Espinoza

Primeramente, a Dios porque a él le debo todo lo que tengo y todo lo que soy, gracias por regalarme la sabiduría, el entendimiento y la perseverancia de seguir adelante a pesar de todos los obstáculos que se me han presentado. GRACIAS A TI POR LLEGAR HASTA AQUÍ.

Dedico este trabajo a Rosario y a Moisés mis mayores ejemplos de vida gracias por todo lo que pudieron darme y también por lo que no gracias por regalarme la vida y todas las enseñanzas que me brindaron.

Dedicada a todos mis profesores que a lo largo de mi carrera conocí por brindarme la oportunidad de enseñarme cada tema que en su momento vi complejo y que con mucha paciencia y esmero supieron explicarme. Gracias por educarme en esta carrera tan extraordinario como lo es la Economía

Por ultimo agradezco a mí por llegar hasta aquí por no darme por vencida por seguir, por avanzar, por luchar, por esforzarme y llegar al fin.

Gracias.

Br. Basnia Joselin Niño Altamirano

Como alumnas nos sentimos sumamente agradecidas con cada integrante de la universidad

Con cada persona que hizo amena nuestra instancia en la facultad, por todos los consejos recibidos, por todas las clases impartidas, por todas las normas enseñadas que realmente nos preparaban para la vida laboral.

Podemos decir con orgullo que somos estudiantes de una universidad de prestigio como lo es la UNAN-MANAGUA, afirmamos con entusiasmo que estudiamos en el recinto Carlos

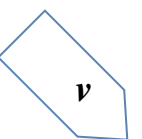
Fonseca Amador

Agradecimiento

Br. Katherine de los Ángeles Candia Espinoza

Br. Basnia Joselin Niño Altamirano

Carta Aval del Tutor



Resumen

La presente investigación denominada características del ecosistema emprendedor de los comerciantes ubicados en la rotonda Hugo Chávez para el año 2019; se elaboró con la finalidad de presentar el marco conceptual del emprendimiento como elemento impulsor de una economía, describir y elaborar el ecosistema emprendedor de los comerciantes en estudio para comprender las fortalezas y debilidades de emprendimiento de los mismos. tras la aplicación del trabajo de campo se concluye que el ecosistema emprendedor de los comerciantes ubicados en la rotonda Hugo Chávez para el año 2019 se caracteriza por ser de necesidad y la ausencia de gestión formal empresarial, ya que los propietarios se vieron motivados a iniciar su negocio, por la falta de alternativas de empleo a través de empresas, y a así decidieron crear sus propias empresas antes de desarrollarse en organizaciones por cuenta ajena. esto es muy común en países con economías en desarrollo y en las que los salarios son bajos. la gestión empresarial es prácticamente nula a pesar de contar con algunos años ya operando como empresas, con capacidades reducidas de mayor tecnificación e ingresos que crecen muy poco en el tiempo o manteniéndose lineales. por lo que se recomienda para superar estas debilidades y limitantes, impulsar a través de las entidades gubernamentales, actividades de capacitación en técnicas de gestión empresarial pero que no solo se vean como charlas, sino que promuevan modelos de negocios que permitan hacer la transición de emprendimientos de necesidad a emprendimientos de oportunidad.

Palabras Claves: *Características - Ecosistema Emprendedor - Rotonda Hugo Chávez*

ÍNDICE

<i>Título:</i>	<i>i</i>
<i>Dedicatorias</i>	<i>ii</i>
<i>Agradecimiento</i>	<i>iv</i>
<i>Carta Aval del Tutor</i>	<i>v</i>
<i>Resumen</i>	<i>vii</i>
ÍNDICE	viii
<i>Capítulo I</i>	<i>1</i>
<i>1.1. Introducción</i>	<i>1</i>
<i>1.1. Planteamiento del Problema</i>	<i>3</i>
<i>1.2.1. Formulación del Problema</i>	<i>4</i>
<i>1.3. Justificación</i>	<i>4</i>
<i>1.4. Objetivos de investigación: General y Específicos</i>	<i>6</i>
1.4.1. Objetivo General.....	<i>6</i>
1.4.2. Objetivos Específicos	<i>6</i>
<i>Capítulo II</i>	<i>7</i>
<i>2. Marco de Referencia</i>	<i>7</i>
2.1. Antecedentes	<i>7</i>
2.2. Marco Teórico.....	<i>9</i>
2.2.1. Teorías sobre el Emprendimiento	<i>9</i>
2.2.2. Técnicas de Gestión Empresarial.....	<i>25</i>
2.3. Marco Legal.....	<i>26</i>
2.3.1. Ley de Promoción, Fomento y Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Ley MIPYME).....	<i>26</i>

2.3.2. <i>Plan Nacional de Desarrollo Humano</i>	30
2.3.3. <i>Planes y Programas de Gobierno que Promueven el Emprendimiento</i>	34
2.4. Marco Conceptual	36
2.5. <i>Hipótesis y Preguntas Directrices</i>	38
2.5.1. Hipótesis de Investigación	38
2.5.2. Preguntas Directrices	38
<i>Capítulo III</i>	39
3.1. <i>Diseño Metodológico/ Marco Metodológico</i>	39
3.1.1. Tipo de Investigación	39
3.1.2. Población o Área de Estudio	39
3.1.3. Métodos	39
3.1.4. Técnicas	40
<i>Operacionalización de Variables</i>	341
<i>Capítulo IV</i>	42
4. <i>Análisis y discusión de resultados</i>	42
4.1. Técnicas de Gestión Empresarial en el Emprendimiento	45
4.2. Caracterización de los emprendedores	49
4.2.1. Tipos de Emprendedores	53
4.2.2. Ecosistemas de Emprendimiento	64
4.2.3 Componentes del Ecosistema Emprendedor	65
4.2.3.1. Sector Público	66
4.2.3.2. Centros de Formación	69
4.2.3.3. Empresas Establecidas	71
4.2.3.4. Facilitadores	72

4.3. Necesidades del Emprendedor	76
4.3.1. Conocimiento	76
4.3.2. Conexión.....	77
4.3.3. Financiación.....	78
4.3.4. Infraestructura	80
4.4.5. Matriz FODA de Emprendedores	81
5.1. Conclusiones	86
5.2. Recomendaciones	87
5.3. Referencias y Bibliografía.....	88
5.4. Anexos	91

Capítulo I

1.1. Introducción

El emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia debido a la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. En el marco de la asignatura de economía de empresa este tema resulta interesante ya que podremos observar los motivos que llevaron a los emprendedores a desarrollarse como tal, entre ellos podemos decir que los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios con los que puedan cumplir sus necesidades básicas de vidas y aportar a su desarrollo familiar

Se requiere de una gran determinación para renunciar a un empleo formal y aventurarse al emprendedurismo más aún sí se tiene en cuenta que no siempre se gana como sí lo hace el asalariado, que mensualmente tiene asegurado un ingreso mínimo que le permite sobrevivir. En el caso de los emprendedores que están ubicados en el sector de la avenida Bolívar a Chávez específicamente en los Tiangues un grupo de personas que decidió establecerse en el sector para poder impulsar el desarrollo de sus pequeños negocios los cuales son el motor principal de sus ingresos.

Existe una variedad tanto en género como edad referente a los dueños de los negocios cuentan con diferentes productos y servicios para ofrecer al público tanto como la venta de alimentos como bisutería, arte (pintura de cuadros a mano) fotografías con un toque pintoresco nacional.

Es de ahí el interés de estudiar dicho sector para poder conocer el impacto que estos tiangués han tenido en la vida de estos emprendedores y en la economía local. Además el Emprendimiento ha sido fundamental dentro del modelo económico del país, en diferentes espacios geográficos del territorio nacional, por lo que la presente investigación aborda la temática de las Características Emprendedoras de los Comerciantes Ubicados en la Rotonda Hugo Chávez para el año 2019; se seleccionó a estos emprendedores porque representan un aporte importante al desarrollo del emprendimiento local y además por la facilidad de aplicación de técnicas de investigación de campo para la realización de esta investigación.

Se espera que los resultados de la investigación contribuyan al crecimiento de los Comerciantes ubicados en la rotonda Hugo Chávez. Esta investigación se realizó con el fin de generar un aporte académico importante que sea de utilidad para todas aquellas personas que tengan el interés de conocer e investigar un poco más sobre el tema pues representará un punto de referencia.

Para la consecución del estudio se ha estructurado en cinco capítulos en los cuales se muestran de la siguiente manera: en el capítulo I se habla el por qué decidimos elegir este tema como investigación; planteando la problemática encontrada en los emprendedores de la rotonda Hugo Chávez para el año 2019

En el capítulo II se observa los antecedentes encontrados en otras tesis de estudios relacionados a nuestro tema se pretende abordar bases teóricas para fundamentar, hablaremos del ecosistema que poseen los comerciantes en la rotonda Hugo Chávez

El capítulo III aborda las directrices metodológicas propias para la aplicación de instrumentos con el fin de obtener resultados para su análisis

Dando lugar así al Capítulo IV donde se analizarán los resultados obtenidos tras la investigación detallando el ecosistema del emprendedor sus necesidades, limitantes diferenciando los tipos de emprendimientos que existen.

Finalmente, el Capítulo V, en el cual se plasman los análisis finales de la investigación y las recomendaciones resultantes de los mismos.

1.1. Planteamiento del Problema

En Nicaragua existen varios lugares geográficos donde se reúnen emprendedores en forma de grupos para realizar sus operaciones. Entre ellos tenemos a los Comerciantes Ubicados en la Rotonda Hugo Chávez en el que existen 7 negocios en total, 4 dirigidos por mujeres y 3 por hombres todos estos enfocados en el área gastronómica típica. Todos llevan aproximadamente 5 años siendo fijos, los picos de ventas son los días festivos y fines de semanas.

Sin embargo, a pesar de contar con una demanda sostenida a lo largo de los años, estos Emprendimientos se han estancado y no han dado un salto cualitativo y cuantitativo mayor que les permita pasar de la Necesidad a la Oportunidad de Negocios y lograr diversificar o hacer crecer su nivel de operación

1.2.1. Formulación del Problema

¿El Ecosistema Emprendedor de los Comerciantes Ubicados en la Rotonda Hugo Chávez se encuentra estancado por ser un emprendimiento de necesidad y a la ausencia del uso de técnicas de gestión empresarial formales?

1.3. Justificación

Se justifica el trabajo en el aspecto teórico porque se contó con una serie de fuentes de información de investigaciones previas relacionadas; que permitieron manejar una gran variedad de opciones al momento de desarrollar el tema. A nivel metodológico se fundamenta el estudio por lo que cumple con las normas y directrices establecidas para la realización de todos los procedimientos necesarios para poder formular, validar y desarrollar cada uno de los capítulos contenidos dentro de la investigación; conforme a la Estructura del Informe Final establecida por la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua Managua UNAN-MANAGUA.

Desde el punto de vista práctico desde hace algún tiempo el emprendimiento se ha convertido en una forma complementaria del desarrollo económico de Nicaragua y se ha realizado importantes esfuerzos para su desarrollo. Se espera que los resultados de la investigación contribuyan al crecimiento de los comerciantes ubicados en la Rotonda Hugo Chávez. Además,

esta investigación se efectuó con el fin de realizar un aporte académico importante que sea de utilidad para todas aquellas personas que tengan el interés de conocer e investigar un poco más sobre el tema pues representará un punto de referencia. También de representar un punto de referencia teórica para todos los empresarios actuales y potenciales del país, que deseen saber más sobre el tema en cuestión. Se espera que este estudio sea de mucha ayuda y utilidad para las próximas generaciones de estudiantes de las carreras del Departamento de Economía de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua Managua UNAN-MANAGUA que realicen análisis o estudios relacionados al tema, pues les servirá de base para la elaboración de sus antecedentes.

1.4. Objetivos de investigación: General y Específicos

1.4.1. Objetivo General

Analizar el emprendedurismo de los comerciantes ubicados en la Rotonda Hugo Chávez y el aporte en su economía para el año 2019

1.4.2. Objetivos Específicos

Identificar las Técnicas de Gestión Empresarial en el Emprendimiento.

Caracterizar el Ecosistema Emprendedor de los Comerciantes en la rotonda Hugo Chávez.

Elaborar una Matriz FODA de los Emprendedores Ubicados en la Rotonda Hugo Chávez para el año 2019

Capítulo II

2. Marco de Referencia

2.1. Antecedentes

Dentro del proceso investigativo se encontraron las siguientes tesis relacionadas con la temática desarrollada:

(Nuñez, "Quien produce la riqueza en Nicaragua", 2018) Denomina economía popular a la mayoría de las familias nicaragüenses que viven de su trabajo, ya sea en las labores domésticas que descansan en el trabajo no remunerado ni reconocido de la mujer o ya sea fuera del hogar percibiendo un monto de dinero. En este segmento se agrupan la pequeña producción rural y urbana, las cooperativas en todas sus expresiones, las organizaciones sindicales.

“Es notable que la inmensa mayoría del empleo/ocupación en Nicaragua se encuentre en la economía popular. En otras palabras, la economía empresarial o capitalista en Nicaragua no ha cumplido con el pacto social liberal de emplear a los ciudadanos, teniendo ellos que buscarse su propia forma de sobrevivencia. Y lo hacen aportando riqueza al país, no solamente porque generan algún tipo de ingreso para sus hogares, sino porque generan alimentos para sí mismos y para la población en su conjunto” (Nuñez, 2018)

Núñez además contesta a la pregunta de cómo la economía popular, siendo la que más riqueza produce, viva empobrecida, a lo cual señala: “en una economía de mercado capitalista, quien tiene el capital es quien controla y acapara la riqueza nacional”.

Otro estudio que tenemos como precedente es el realizado por Amalia Chamorro “Diagnostico del Sector de la Economía Social en Nicaragua” donde señala que los actores económicos de la economía popular son todos los pequeños productores del campo y ciudad, el obrero, los pobres y los desempleados. Es una economía simple empobrecida que produce en forma artesanal sin infraestructura, sin crédito (chamorro, 2007, pág. 46)

Según Amalia Chamorro en su análisis de la economía social está compuesta por organizaciones socioeconómicas tales como los colectivos productivos, cooperativas empresas autogestionarias, empresas comunales, gremios de productores, sindicatos, federaciones, cooperativas, asociaciones de pequeños productores y de comerciantes, micro financieras, asociaciones de pobladores, fundaciones y redes de organismos de sociedad civil.

Además de cubrir necesidades básicas valoran las formas de organización buscando el crecimiento y la permanencia de sus emprendimientos (Chamorro, 2007, pág. 47)

Cajina, M. & Ramírez C. (2017) en su investigación “Análisis de las formas de emprendimiento en la elaboración de artículos de cuero del municipio de Nindirí, Masaya 2015-2017”, concluyeron tras la aplicación de encuestas entre emprendedores de la zona mencionada, que la forma de emprendimiento de los negocios, es el llamado Emprendimientos por necesidad

Por otro lado Calderón, L., Hodgson, G. & Martínez, A. (2014) en su tesis “Análisis de la actividad emprendedora temprana y actividad emprendedora total, de las empresas contribuyentes inscritas en el registro de la Administración Tributaria del Municipio de León, durante el período comprendido 2012-2013”, concluyeron que al describir la situación de la actividad emprendedora temprana y total del municipio, fue evidente puntualizar una serie de aspectos negativos que atentan a la proyección de la misma, por ejemplo: la falta de capacitación, apoyo económico, inestabilidad política, poco acceso a la tecnología, competencia, entre otras.

Sin embargo, se pudo percibir aspectos positivos como: la presencia de un espíritu de superación, empeño laboral, por parte de los empresarios cualidades que de ser explotadas de la forma adecuada dicha actividad emprendedora puede emerger en las mejores condiciones. Así mismo se pudo examinar que la mayor parte de las empresas legalmente inscritas pertenecen a un régimen de cuota fija y en cuanto a la actividad económica predomina el sector servicio seguido del comercio y la industria respectivamente.

2.2. Marco Teórico

2.2.1. Teorías sobre el Emprendimiento

El emprendimiento se ha convertido en una tendencia en auge en la actualidad, el emprendedor es aquella persona que consigue ver oportunidades donde otros no la ven y además se pone a trabajar para desarrollar su idea. Existen diferentes teorías del emprendimiento enfocadas en el ámbito de la economía que tratan de definir los rasgos de la persona emprendedora y el aporte que estos tienen a la economía de un país.

➤ TEORÍA DEL EMPRESARIO RIESGO DE KNIGHT (1885-1972).

El economista Frank H. Knight publicó en 1921 su libro titulado “Riesgo, Incertidumbre y Beneficio”. En él expone su teoría sobre el empresario (Knight, 1921)

. Destaca la distinción entre "riesgo" (aleatoriedad con probabilidades conocidas) e "incertidumbre" (aleatoriedad con probabilidades desconocidas) subrayando el papel fundamental del empresario en la economía, asumiendo el riesgo de la actividad económica.

Para Knight, el principal papel del empresario es el de asegurar las rentas de los factores productivos soportando el riesgo de la actividad económica de la empresa. El empresario adquiere los factores de producción a un precio cierto (conocido) y tiene que hacer previsiones futuras sobre la demanda que es incierta tanto en la cantidad que podrá vender como en el precio al que lo podrá hacer. Por tanto, el empresario asume un riesgo y el beneficio es la recompensa por asumir riesgo. Knight define al beneficio como un beneficio residual que es incierto (no se conoce con seguridad).

El empresario corre el riesgo de que sus previsiones sobre la demanda no se cumplan y, en función de ello, no se alcancen sus objetivos y por tanto obtenga pérdidas. El empresario tiene unos costes ciertos y unos ingresos inciertos que dependerán de que sus previsiones se cumplan o no.

La aportación fundamental de Knight es la consideración de la incertidumbre como elemento esencial de la actividad empresarial.

Las previsiones que tiene que hacer el empresario son: conocer las necesidades de los consumidores y estimar la demanda, y determinar los precios de venta. Según la información y conocimientos del empresario la incertidumbre será mayor o menor y, por tanto, las predicciones serán más o menos acertadas.

Hay dos tipos de incertidumbre: la que se puede reducir a una probabilidad de ocurrencia y la que no. En el primer caso se dice que estamos en una situación de riesgo. El riesgo es la medida de la incertidumbre del sistema económico. El riesgo que asume el empresario es el que justifica el beneficio del empresario. Este dependerá de la actitud del empresario frente al riesgo: aversión, indiferencia o preferencia al riesgo.

El riesgo puede ser de dos tipos:

Riesgo Técnico: medida de la incertidumbre asociada a que se produzcan los productos en las condiciones y características previstas.

Riesgo económico: medida de la incertidumbre asociada a que los ingresos por ventas superen a los costes.

➤ TEORÍA DEL EMPRESARIO INNOVADOR DE SCHUMPETER (1883 y 1950)

Según el economista austriaco y nacionalizado americano, J. A. SCHUMPETER el empresario es el promotor fundamental del desarrollo económico capitalista, cuya función principal es innovar (aplicar invenciones tecnológicas a usos comerciales o industriales).

El empresario es el “agente que innova”, es decir, se preocupa por la realización de nuevos productos, apertura de nuevos mercados, conquista de nuevas fuentes de aprovisionamiento,

nuevos métodos de producción o incluso nuevos métodos de dirección y organización. De esta forma, el empresario se convierte en un elemento esencial del sistema económico ya que la innovación y el progreso técnico son los factores básicos del crecimiento de la economía capitalista (SCHUMPENTER, 1912).

Para Schumpeter, el papel del empresario es detectar y poner en marcha una nueva oportunidad de negocio, aprovechando una idea o invención todavía no explotada.

Para este autor, el sistema económico tiende al equilibrio donde los ingresos de las empresas son iguales a los costes de producción más el salario del empresario o de dirección. No hay beneficios extraordinarios, estos son cero. El beneficio del empresario es el salario de la dirección de la empresa y es un beneficio ordinario.

Cuando el empresario altera esta situación innovando (ejemplo: saca al mercado un nuevo producto o abre un nuevo mercado) obtiene temporalmente una situación de monopolio y lo que le permite obtener beneficios extraordinarios (tiene una ventaja al ser el primero y único que ha innovado). Atraídos por los nuevos beneficios extraordinarios, otros empresarios empezaran a introducir imitaciones compitiendo con el empresario innovador. Al aparecer las imitaciones los beneficios extraordinarios irán desapareciendo hasta volver a la situación de equilibrio, donde el beneficio es ordinario (salario del empresario).

El empresario es el artífice del proceso de cambio tecnológico que genera el desarrollo del sistema capitalista. Este proceso de cambio se produce en 3 fases o etapas:

1. **Invencción:** creación de nuevos productos o procesos productivos. No es exclusivo del empresario, sino de inventores y de la creatividad.
2. **Innovación:** aplicación de la invención a usos comerciales o industriales. La innovación es la función principal del empresario innovador.
3. **Imitación:** realizada por el resto de empresarios que imitan (copian) la innovación. Es realizada por empresarios conservadores. Su función es la de favorecer la competencia y que los beneficios extraordinarios del empresario innovador desaparezcan.

En definitiva, para Schumpeter, el beneficio empresarial es la recompensa que recibe el empresario por haber sido capaz de realizar una innovación aplicable al mercado (espíritu emprendedor). El empresario no tiene por qué ser la persona que soporte el riesgo, sino que este sería soportado por el propietario o por quien financiase la empresa. El empresario y el propietario pueden ser personas diferentes, al contrario de lo que afirmaba Knight.

Emprender: según Giménez, J. (2010) consiste en tener iniciativa, proponerse un objetivo y trabajar consecuentemente utilizando una serie de habilidades, así como los recursos disponibles hasta cumplirlo (Estallo, pág. 1).

Emprendedor: según Sánchez, J. (2010) es una persona que tiene la capacidad de descubrir e identificar algún tipo de oportunidad de negocios y en base a ello organiza una serie de recursos con el fin de darle inicio a un proyecto empresarial.

Emprendimiento: conforme a la página web Business School (2010) capacidad de partir de cero para crear un proyecto, una iniciativa o un negocio. Hoy en día de hoy, el emprendimiento toma muchas formas y, por eso, puede hablarse de tecno emprendedores, intraemprendedores, emprendedores sociales, trabajadores autónomos y muchos otros.

Evolución histórica

Díaz (2002) divide la investigación sobre el emprendimiento en cuatro etapas o períodos históricos, desde sus inicios en el S. XVIII hasta el año 2000. Sin embargo, teniendo en cuenta el crecimiento de la literatura científica de la década más reciente, tal como se demostrará más adelante, se propone desplegar una quinta etapa cuyo inicio puede situarse en el cambio de siglo y que sigue actualmente abierta.

- Primera etapa. S. XVIII – S. XIX. Teoría clásica del empresario.

Se desarrolla el espíritu capitalista y aparece la figura del individuo emprendedor capaz de acometer actividades empresariales propiamente dichas. La creación de empresas inicia su desarrollo y los comerciantes constituyen el prototipo de emprendedor. Para los autores clásicos del S. XVIII, el proceso empresarial funciona sólo. Lo único que se necesita es capital; el mercado

se encarga de todo lo demás. Los economistas de esta época no se interesan por la figura del empresario y durante mucho tiempo se identifica a éste como el capitalista, el patrono o propietario.

Richard de Cantillon introduce el término “entrepreneur” en la literatura económica cuando identifica el riesgo soportado por los empresarios. Define el “entrepreneur” como el agente que compra medios de producción a ciertos precios para poder combinarlos en un producto que va a vender a precios que son inciertos en ese momento. Cantillon describe a lo que hoy llamamos emprendimiento como una función económica especial: “el granjero es un empresario que se compromete a pagar al propietario de la finca una suma fija de dinero sin la garantía de los beneficios que se derivan de esta empresa”. En esta descripción se pone de manifiesto que el granjero- empresario no es quien posee los recursos y que su beneficio es incierto y de naturaleza residual ya que los costes son fijos y los ingresos variables.

Jean Baptiste Say, continuando con la tradición francesa, desarrolla su análisis y considera al “entrepreneur” como el agente que combina los elementos económicos en un organismo productivo o empresa. Say describe al emprendedor como la persona que desplaza los recursos económicos de un área de baja productividad a una zona con mayor productividad y rendimiento. Mediante esta descripción, Say no solo pone énfasis en la importancia del cambio y la innovación en un sistema económico, sino que además describe al emprendedor como el agente que protagoniza este cambio.

Say rompe la equivalencia entre empresario y capitalista al especificar que para ser empresario no es necesario ser dueño o propietario. Say es el primero que se refiere a las cualidades que debe reunir un empresario y considera que no se trata únicamente de contar con aptitudes empresariales, sino también de cualidades morales. Además del conocimiento de su arte, es necesario disponer de capacidad de juicio, de constancia y de un cierto conocimiento de las personas.

La distinción entre empresario y capitalista se hace más visible en la segunda mitad del S. XIX al darse cada vez más casos de empresarios no capitalistas y de capitalistas que no eran empresarios.

Walras describe en 1877 al emprendedor como un coordinador y árbitro. El emprendedor es uno de los cuatro “jugadores” de la economía, además del terrateniente, el capitalista y el trabajador. Sin el emprendedor no hay actividad, no hay cambio (Ripsas, 1998).

➤ Segunda etapa. Primera mitad del S. XX. La escuela de Harvard

A principios del S. XX, los historiadores económicos empiezan a centrar su atención en los hombres de negocios y en sus empresas, y apuntan que son un agente importante en la expansión económica. También ponen de manifiesto la contribución de los inventores en el desarrollo de nuevas tecnologías.

El primer intento de estudiar el papel del empresario desde el punto de vista académico, fue realizado por N.S.B. Gras a finales de los años veinte, que concibió el tema de una manera

amplia, situando al empresario en el contexto de la compleja estructura económica de la sociedad y estableciendo las bases de una nueva disciplina académica denominada “Business History”.

El segundo gran esfuerzo por situar al empresario dentro de la historia económica se halla en la creación del Research Center in Entrepreneurial History en la Universidad de Harvard en 1948 bajo la dirección de A. H. Cole. Durante los años treinta y cuarenta, se realizan un gran número de trabajos, desde biografías de empresarios a historias de compañías manufactureras, bancos y otras clases de negocios.

En esta etapa resulta clave el concepto de Schumpeter sobre el empresario que lo define como innovador y a quien atribuye ser el responsable de hacer nuevas cosas o hacer cosas que ya se estaban haciendo de una nueva manera. Schumpeter y Cole ayudaron a definir el “quien” y el “qué” de la función empresarial. Su enfoque del estudio era la historia del empresario y el logro de las empresas que habían creado.

El resultado más patente de los esfuerzos realizados fue el establecimiento en 1947 de un curso sobre “management of new enterprises” en la Universidad de Harvard dirigido especialmente a centrar la atención sobre las oportunidades, los riesgos y los problemas de dirección relacionados con el establecimiento y funcionamiento de nuevas empresas. El resultado posterior fue la creación de la Harvard Business School.

➤ Tercera etapa. 1950- 1979

En esta etapa el objetivo de la investigación académica se centra en el estudio del empresario, la función empresarial y la creación de empresas y se van configurando sus diferentes vertientes: la creación de empresas, las pymes y la empresa familiar. Israel M. Kirzner, representante de la tradición austríaca, define el papel del emprendedor dentro de su marco teórico y hace una importante contribución al renacimiento de la figura del emprendedor en la teoría económica.

Se puede afirmar que un campo de investigación científica comienza cuando hay un grupo de investigadores interesados en un área de estudio, cuando se intercambian información a través de reuniones o congresos y consecuentemente se edita una revista especializada en la que se publican las conclusiones de tales investigaciones. Es durante esta época cuando tienen lugar los siguientes acontecimientos científicos:

- La Small Business Administration comienza en 1958 un programa para impulsar la investigación sobre la pequeña empresa.
- El National Council for Small Business Management Development realiza su primera conferencia en 1956 en la Universidad de Colorado. En 1977 esta organización pasa a llamarse International Council for Small Business (ICSB).
- El primer congreso científico sobre la creación de empresas tiene lugar en 1970 en Purdue (EUA) con la participación de 12 investigadores. Uno de los investigadores, Ed Roberts,

informa sobre las compañías spin- off existentes en el Massachusetts Institute of Technology (MIT).

- En 1973 se celebra en Toronto (Canadá) la primera conferencia internacional en investigación sobre la creación de empresas.
- En 1975 se organiza en Cincinnati (EUA) el International Symposium of Entrepreneurship and Enterprise Development (ISEED) en el que se reúnen 230 investigadores de diferentes países.
- Y empiezan a publicarse las primeras revistas científicas en este ámbito, entre las cuales cabe destacar:
 - 1963: Journal of Small Business Management
 - 1971: Bolton Reports
 - 1975: American Journal of Small Business

Las universidades y escuelas de negocios empiezan a ofrecer cursos relacionados con la creación de empresas y el empresario. En 1993, Vesper publica el informe “Entrepreneurship Education 1993” en el que se destaca el crecimiento del número de cursos impartidos en EUA sobre creación de empresas, pasando de menos de 10 en 1967 hasta un total de 370 en 1993.

Es en esta época cuando surgen los denominados “conductistas” que engloban a los psicólogos, sociólogos y otros especialistas de la conducta humana que se preocupan por definir al empresario y sus características.

➤ Cuarta etapa. 1980- 2000

En la década de los años ochenta el “entrepreneurship” empieza a tomar cuerpo como objeto de estudio e importancia crucial en la vida económica. El inicio de esta etapa se debe a David Birch, profesor en el Massachusetts Institute of Technology (MIT) al publicar los resultados de un análisis económico que demostraba que entre los años 1969 y 1976 las 500 mayores empresas de EUA (Fortune 500) habían dejado de crear empleo y que las pequeñas empresas dominaban la creación de empleo (81% de los nuevos empleos netos) y por tanto provocaron la mayoría del crecimiento económico en EUA. Birch y sus seguidores descubrieron que las pymes eran innovadoras, flexibles y elásticas y que el constante flujo de nuevas empresas era condición necesaria para el crecimiento regional.

A partir de este artículo de Birch (1981) en el que se destaca la importancia de la creación de empresas como vía para la creación de puestos de trabajo, tanto el mundo académico como los gobiernos aumentan su interés por comprender el fenómeno del emprendimiento. También contribuyen otros aspectos como la rápida evolución de la tecnología, la innovación en productos y servicios, así como las nuevas formas de organización.

Durante la década de los años noventa se considera que el estudio sobre el “entrepreneur” ya se ha establecido como una nueva disciplina académica que se conoce como “entrepreneurship”.

En 1981 se celebra el primer simposio de Babson con la publicación de los Proceedings “Frontiers of Entrepreneurship Research”. Tiene lugar cada cinco años con la publicación de sus libros.

Tanto en Europa como en EUA, la preocupación por las pymes y el fomento de las nuevas empresas crece a lo largo de los años. La Unión Europea es cada vez más consciente de que para la competitividad de la economía europea y para generar crecimiento es muy importante que exista una sólida cultura empresarial.

Una de las claves para el aumento de esta competitividad y también del empleo es emprender una actuación general para fomentar el espíritu empresarial. Por ello, en 1995 la Comisión Europea presenta un informe al Consejo Europeo de Madrid que contiene un conjunto de medidas para favorecer a las pymes. Desde entonces el fomento del espíritu empresarial y la asistencia a jóvenes empresarios vienen siendo una de las prioridades de la Unión Europea (Commission of the European Communities, 1995).

En 1998, la Comisión Europea presenta un documento para fomentar el espíritu empresarial denominado “Fostering Entrepreneurship in Europe: Priorities for the Future”, donde se define el espíritu empresarial como: “proceso dinámico por el que las personas descubren continuamente las oportunidades de negocio y actúan en consecuencia, inventando, produciendo y vendiendo bienes y servicios en el que son necesarias cualidades como la confianza en sí mismo, la capacidad de asumir riesgos y la dedicación” (European Commission, 1998).

El documento propone que para fomentar la cultura de empresa es necesario adoptar medidas que animen a las personas a ser empresarios y además dotarles de la cualificación necesaria para triunfar en sus proyectos. Esto supone reformas en los sistemas de educación y formación, cambios culturales y medidas para eliminar obstáculos en la creación de nuevas empresas. El fomento del espíritu emprendedor también supone el establecimiento de un entorno favorable para la creación de empresas, el crecimiento y la transmisión de empresas, lo que supone una importante simplificación administrativa, una mejora del entorno normativo y financiero y el acceso a programas comunitarios como los de I+D y los Fondos Estructurales.

➤ Quinta etapa. 2001- presente

El estudio de la actividad emprendedora experimenta un interés creciente en los últimos años fruto del impulso que han recibido los principales campos de estudio en los que se fundamenta (economía, gestión, sociología, psicología, política e historia económica).

La investigación sobre el emprendimiento sigue diferentes caminos en Europa y en EUA. Europa puede ser considerada la cuna de los estudios teóricos sobre el emprendimiento a partir de aportaciones históricas de gran relevancia por parte de autores como Karl Marx, Gustav Schmoller, Wener Sombart y Max Weber dentro de la denominada Escuela Alemana o como Joseph Alois Schumpeter y Friedrich von Hayek en el marco de la Escuela Austríaca o de autores franceses como Richard Cantillon.

A pesar de ello, la situación actual de la investigación sobre el emprendimiento en Europa se encuentra todavía en un estado de adolescencia (Schmude, Welter y Heumann, 2008; Lasch y Yami, 2008). El principal motivo se debe al escaso interés de los gobiernos europeos durante muchas décadas por el establecimiento de políticas que impulsen la creación de nuevas empresas. Resulta difícil describir la investigación europea actual sobre el emprendimiento debido a la gran diversidad de países y de enfoques.

En Alemania, por ejemplo, durante la primera mitad del S. XX, la investigación sobre el emprendimiento es casi inexistente. Sin embargo, empieza a florecer la investigación sobre las pequeñas y medianas empresas. La creación de nuevas empresas empieza a ser un tema relevante a partir de 1990. En ese momento, la investigación en Alemania se centra en temas conceptuales sobre el emprendimiento desde una amplia perspectiva, en cuestiones relacionadas con las organizaciones y las decisiones estratégicas para su creación, las características psicológicas y demográficas de los individuos y sobre el proceso mediante el cual se identifican ideas y se pone en marcha el nuevo negocio.

En Francia, país en el que el emprendedor no cuenta con un buen reconocimiento social, la investigación sobre el emprendimiento se centra especialmente en el diseño de modelos conceptuales del proceso de emprendimiento. La década de 1985- 1995 puede considerarse como el periodo en el que la investigación sobre el emprendimiento emerge y durante la siguiente década crece hasta llegar a convertirse en un campo de investigación reconocido por la comunidad científica (Lasch y Yami, 2008).

Tanto en Francia como en Alemania, puede considerarse que existe una amplia comunidad investigadora centrada en el emprendimiento. Sin embargo, en ambos casos el nivel de internacionalización se considera bajo (Lasch y Yami, 2008).

A pesar de que el foco de la investigación es heterogéneo, se reconocen tres tendencias europeas comunes que se definen durante el final de la década de los años 1990:

- La tendencia en la mayoría de países europeos de un interés creciente en la investigación sobre el emprendimiento y las pequeñas empresas. Aumenta el número de investigadores, el número de revistas editadas, el número de tesis doctorales y la participación de los investigadores en contribuciones a nivel internacional. En la mayoría de países, la investigación se convierte en más sistemática.
- Existe una tendencia a establecer distinciones claras entre los conceptos de “emprendimiento” y de “pequeña empresa”. Por ejemplo, surgen estudios focalizados en diversas categorías de empresas: empresas familiares, empresas tecnológicas, spin- off.
- Durante muchos años la investigación se ha caracterizado por su baja contribución en aspectos teóricos y por su falta de rigor metodológico. La investigación más reciente se centra en la generación de conceptos y en la construcción de modelos basados en la investigación cualitativa y el estudio de casos, con el objetivo de entender el fenómeno emprendedor en Europa.

2.2.2. Técnicas de Gestión Empresarial

Según Koontz, H. (2017) las Técnicas de gestión empresarial busca la manera de gestionar los recursos, procesos y resultados de una forma eficiente. Incluye los siguientes elementos:

- **Análisis Estratégico:** diagnosticar el escenario identificar los escenarios político, económico y social internacionales y nacionales más probables, analizar los agentes empresariales exógenos a la empresa.
- **Gestión Organizacional o Proceso Administrativo:** planificar la anticipación del quehacer futuro de la empresa y la fijación de la estrategia y las metas u objetivos a cumplir por la empresa; organizar, determinar las funciones y estructura necesarias para lograr el objetivo estableciendo la autoridad y asignado responsabilidad a las personas que tendrán a su cargo estas funciones.
- **Gestión de la Tecnología de Información:** aplicar los sistemas de información y comunicación a todas las áreas de la empresa, para tomar decisiones adecuadas en conjunto con el uso de internet.
- **Gestión Financiera:** obtener dinero y crédito al menos costo posible, así como asignar, controlar y evaluar el uso de recursos financieros de la empresa, para lograr máximos rendimientos, llevando un adecuado registro contable.

- **Gestión de Recursos Humanos:** buscar utilizar la fuerza de trabajo en la forma más eficiente posible preocupándose del proceso de obtención, mantención y desarrollo del personal.

- **Gestión de Operaciones y Logística de abastecimiento y distribución:** suministrar los bienes y servicios que irán a satisfacer necesidades de los consumidores, transformando un conjunto de materias primas, mano de obra, energía, insumos, información. etc. En productos finales debidamente distribuidos.

- **Gestión Ambiental:** contribuir a crear conciencia sobre la necesidad de aplicar, en la empresa, políticas de defensa del medio ambiente.

2.3. Marco Legal

En la década de los años noventa, se dictaron una serie de leyes y decretos vinculados al sector de la Economía Social. Leyes generales que incluyen artículos que benefician a los subsectores, a través de la promoción de las MIPYMES

2.3.1. Ley de Promoción, Fomento y Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Ley MIPYME)

El órgano rector de esta ley es el Ministerio de Fomento, Industria y Comercio MIFIC y la instancia ejecutora de las políticas, el Instituto Nicaragüense de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa INPYME.

La presente ley entró en vigencia el 24 de enero del año 2008 publicada en la Gaceta, Diario Oficiala número 28 del 08 de febrero del 2008.

El objeto de la Ley es fomentar y desarrollar de manera integral la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME) propiciando la creación de un entorno favorable y competitivo para el buen funcionamiento de este sector económico de alta importancia para el país.

Sus fines primordiales son:

1. Establecer principios económicos rectores para el fomento de las MIPYME.
2. Instaurar un sistema de coordinación interinstitucional como un instrumento de apoyo a las políticas de desarrollo y fomento a las MIPYME, que armonice la gestión que efectúan las diversas entidades públicas y privadas.
3. Adoptar un instrumento legal de carácter general, que dé lugar a un proceso normativo del cual se deriven nuevos principios legales, reformas de los ya existentes cuando sea necesario, en aquellas áreas y sectores económicos considerados claves para el desarrollo de las MIPYME.
4. Instaurar un proceso educativo y formalización empresarial y asociativa, mediante la reducción de costos monetarios de transacción y la facilitación de procedimientos administrativos ágiles.
5. Promover la existencia de una oferta económica permanente de instrumentos y servicios empresariales de promoción y desarrollo a las MIPYME.

6. Ampliar de manera efectiva, en el ámbito nacional, la implementación de las políticas de fomento a la MIPYME, mediante la incorporación del Gobierno Central, Gobiernos de las Regiones Autónomas y Municipios, a las acciones conjuntas de que se trate.

En el art 14 de la ley MIPYME se crea el PROMIPYME

Programa Nacional Multi-anual de Apoyo a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (PROMIPYME), dirigido por el Ministerio de Fomento Industria y Comercio (MIFIC), en coordinación con todos los sectores públicos y privados involucrados en las actividades de las MIPYME.

El PROMIPYME es un programa permanente e integral de desarrollo a las MIPYME nicaragüenses, cuyo propósito es elevar y consolidar la competitividad, así como integrar en igualdad de condiciones, en el mercado nacional e internacional, a las MIPYME. Entre sus atribuciones están:

1. Elaborar los estudios técnicos necesarios para la formulación y aplicación de programas y proyectos. Realizar anualmente encuentros nacionales o regionales de las MIPYME
3. Celebrar convenios de cooperación con las autoridades administrativas a nivel nacional, entes descentralizados, desconcentrados, reguladores y gobiernos regionales, municipales y gremios empresariales, atendiendo las necesidades, características y vocación empresarial de cada territorio
4. Prestar servicios de información, orientación y diagnóstico empresarial para evaluar la posición

competitiva de las empresas, identificando sus áreas de oportunidad y las rutas alternativas para elevar la productividad y rentabilidad de los negocios

5. Formular y administrar el Programa de Desarrollo a las MIPYME (PROMIPYME)

6. Procurar la formalización y constitución legal de las MIPYME del sector informal existente y promover el nacimiento de nuevas empresas mediante la implementación de creación de empresas

7. Proporcionar a la micro, pequeña y mediana empresa servicios de consultoría y asesoría, que le permitan mantenerse en un mercado altamente competitivo

8. Capacitar a profesionales y técnicos, (consultores individuales y demás oferentes del Servicio de Desarrollo Empresarial), en las áreas funcionales empresariales incluyendo aspectos técnicos productivos para la atención a la micro, pequeña y medianas empresas.

9. Promover y fortalecer la cooperación y asociatividad inter empresarial a nivel nacional, Gobiernos de las Regiones Autónomas y Gobiernos Municipales, así como de sectores y cadenas productivas

10. Promover la equidad de género para el acceso de oportunidades para la micro, pequeña y mediana empresa

11. Implementar buenas prácticas que permitan un buen manejo de los sistemas de protección del ambiente;

12. Promover la responsabilidad social empresarial

13. Apoyar a empresarios emprendedores para la creación de empresas con presencia de jóvenes, mujeres, personas de la tercera edad y personas con capacidades diferentes.

2.3.2. Plan Nacional de Desarrollo Humano

El Plan Nacional de desarrollo Humano PNDH tiene como suprema aspiración humana erradicar la pobreza y conseguir la paz por lo que se ha luchado Históricamente y que se construye ahora en la restitución de los derechos del hombre y la mujer para satisfacer sus necesidades básicas; alimentos, vestimenta, vivienda, salud, educación, descanso, seguridad.

Crear las condiciones para alcanzar una vida decorosa y digna, que conduzca a los nicaragüenses a alcanzar la mayor cima de la felicidad, en el que el estado tiene una responsabilidad y deber moral de prestar los servicios que aseguren ese bienestar anhelado

Dentro de las políticas y programas estratégicos del Plan Nacional de Desarrollo Humano tenemos:

- Política de Estímulo a la Inversión Extranjera

De acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo Humano 2012 – 2016, la agencia de promoción de inversiones Pro Nicaragua, fortalecida por la Presidencia de la República desde 2007 a la fecha, ofrece información completa y relevante acerca de oportunidades de inversión en Nicaragua, organizando visitas personalizadas a sitios de interés con paquetes de información hechos a la medida de las necesidades. Facilita la labor de perspectiva al inversionista,

suministrándole referencias, contactos con el gobierno nacional y local y servicios generales de apoyo para emprender un negocio, ayuda a encontrar compañías locales, establecer jointventures, identificar proveedores y otras formas de alianzas estratégicas. Al inversionista que decide quedarse en el país, la agencia le ayuda a encontrar la mejor opción de bienes raíces para su proyecto y apoyo con la auditoría legal de la propiedad de interés. A la vez brinda servicios post-establecimiento, apoyando en la solución de los principales problemas que enfrentan inversionistas ya establecidos, con lo que contribuye a mejorar el clima de inversiones en el país (Plan Nacional de Desarrollo Humano 2012 - 2016, pág. 32).

- Desarrollo de la Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa, Asociativa y MIPYME's

De acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo Humano 2012 – 2016 se define que la pequeña producción rural en conjunto con la urbana, generan el 70.0 por ciento del empleo y 40.0 por ciento del PIB de Nicaragua. Estos datos indican dos razones para impulsar el desarrollo familiar, comunitario y cooperativo: una es la importancia para las familias de emprender actividades económicas agrícolas y no agrícolas para su sustento, y la oportunidad de aumentar la producción, la productividad y los ingresos de las familias y comunidades nicaragüenses, que mejore y aumente la producción nacional, especialmente de alimentos, así como el excedente exportable (Plan Nacional de Desarrollo Humano 2012 - 2016, pág. 114)..

En la medida que se mejore la productividad y se logre elevar al 45.0 por ciento, 55.0 o 60.0 por ciento del PIB, a ver hasta donde se puede ser capaces de lograr como país en los próximos años, dinamizar las economías de sus comunidades, fortalecer la soberanía y seguridad alimentaria

nacional, tener mayor excedente exportable y reducir la pobreza y las desigualdades. Esto porque la mayoría de los y las pobres en Nicaragua se encuentran ocupadas en la micro, pequeña y mediana producción: el 34.0 por ciento de la población trabaja por cuenta propia y el 14.0 por ciento realiza trabajo familiar no remunerado, lo que representa casi la mitad de la población.

- El crecimiento económico y estabilidad macroeconómica con incremento del trabajo y reducción de la pobreza

El Plan Nacional de Desarrollo Humano 2012 – 2016 presenta dentro de sus objetivos de la política económica continuará siendo preservar un marco macroeconómico estable que estimule la inversión privada nacional y extranjera, la inversión pública, el espíritu emprendedor, la producción y la productividad, a fin de generar mayor crecimiento económico con mayores beneficios sociales para los más pobres y reducción de las desigualdades. Esto es útil no sólo como estímulo del progreso económico y social, sino también como medidas frente a la incertidumbre que se presenta en el contexto internacional (pág. 21).

- Fortalecimiento de la gran alianza entre los trabajadores, los productores y el gobierno

Por otro lado en el Plan Nacional de Desarrollo Humano 2012 – 2016 se establecen que las alianzas son más amplias, abarcando alianzas con mujeres, cooperativas, con las micro, pequeñas y medianas empresas del campo y de la ciudad, con los pueblos originarios y con la juventud emprendedora; en ámbitos sociales, económicos, ambientales y culturales (pág. 36).

- Fomento a la asociatividad, el cooperativismo, la participación comunitaria y auditoría social

De acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo Humano 2012 – 2016 se capacitarán 3,845 jóvenes que forman parte de emprendimientos industriales y agroindustriales de la economía familiar, comunitaria y cooperativa, para el fortalecimiento de sus capacidades técnicas y de liderazgo. Se fomentará la integración de 10,000 jóvenes y mujeres a cooperativas y núcleos asociativos (pág. 119).

- Fomento al comercio justo, los mercados justos y solidarios

Un total de 1,085 emprendimientos asociativos empresariales serán integrados en cadenas de producción y consumo solidario.

- Política industrial y de fomento a la pequeña y mediana agroindustria

Conforme al Plan Nacional de Desarrollo Humano 2012 – 2016 se promoverá la conformación de 150 emprendimientos de acopio, almacenamiento y transformación de productos en los rubros priorizados en el PNAIR. La meta es integrar a 20,000 familias en cadenas de producción y consumo solidarias (pág. 32).

- Política de fomento del turismo

Promover créditos para las MIPYME turísticas, que faciliten el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos familiares, comunitarios y cooperativos.

2.3.3. Planes y Programas de Gobierno que Promueven el Emprendimiento

El emprendimiento en Nicaragua ha venido creciendo desde los últimos 12 años del gobierno actual motivo por el cual el gobierno ha creado diferentes plataformas que sirven de proyección para aquellos emprendedores que desean que sus productos y servicios lleguen al público consumidor y generar ingresos para sus familias

El Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional apuesta por aquellos sectores que aportan de manera significativa, a un modelo de crecimiento y desarrollo económico más competitivo, mediante el impulso de la economía creativa, la nueva tendencia de las familias nicaragüenses para emprender y prosperar.

En Nicaragua existen un sinnúmero de plataformas en donde el emprendedor se puede abocar, pedir ayuda y acompañamiento entre ellos están;

Programas y proyectos que ejecuta el MIFIC:

- Apoyo al fortalecimiento de las capacidades institucionales del MIFIC y el INPYME para la implementación del PROMIPYME: Este programa contribuye al desarrollo de capacidades para el fortalecimiento institucional, en función de la implementación del Plan Operativo Multianual del PROMIPYME.

- Desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa - MIPYME-PRODEMIPYME
- Programa de fortalecimiento a la competitividad de las MIPYME nicaragüenses Ue-1: incrementa la contribución de las MIPYME nicaragüenses en la producción nacional, en particular los productos exportables y los potencialmente exportables
- Aprendiendo a emprender: El Ministerio del Poder Ciudadano para la Educación, en el marco de las políticas del Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional de fomentar en la población nicaragüense una cultura hacia el trabajo y la productividad para el buen vivir y el bien común, ha elaborado a través de la Dirección General de Educación de Jóvenes y Adultos, el texto “Aprendiendo a Emprender”, dirigido a los estudiantes que atiende el Programa de Educación de Jóvenes y Adultos.

Su propósito es estimular las capacidades de autonomía, iniciativa, creatividad y trabajo colaborativo, practicando valores solidarios y desarrollando habilidades y destrezas en emprendimientos socioeconómicos personales, familiares, comunitarios, asociativos y cooperativos, para insertarse en el desarrollo y economía del país con pertinencia y propiedad.

A través de un texto promueve en los estudiantes jóvenes y adultos, la práctica de sus ideas emprendedoras desde una perspectiva del bien común, que genere empleos familiares y comunitarios en función del mejoramiento de la calidad de su vida personal, familiar y de la comunidad.

2.4. Marco Conceptual

Economía familiar para (Nuñez, "Quien produce la riqueza en Nicaragua", 2018) se llama economía familiar en primer lugar a la mayoría de familias Nicaragüenses que viven de su trabajo ya sea en labores domésticas que descansan en el trabajo no remunerado ni reconocido de la mujer o ya sea fuera del hogar percibiendo un coste de dinero.

Empresario: para Quiroga, F. (2019) es aquella persona que, de forma individual o colectiva, fija los objetivos y toma las decisiones estratégicas acerca de las metas, los medios, la administración y el control de las empresas, y asume la responsabilidad tanto comercial como legal frente a terceros. El empresario es la persona física o jurídica, que con capacidad legal y de un modo profesional combina capital y trabajo con el objetivo de producir bienes y/o servicios para ofertarlos en el mercado, a fin de obtener beneficios.

Emprendedor: para Quiroga, F. (2019) es una persona que diseña, lanza y pone funcionamiento un negocio, partiendo de una innovación. El emprendedor es un empresario de la innovación; además de lanzar la empresa, abre una nueva línea empresarial, su creatividad abre las puertas a otros empresarios y a otros nuevos productos.

Emprendimiento: para Quiroga, F. (2019) es el proceso de diseñar, lanzar y administrar un nuevo negocio, que generalmente comienza como una pequeña empresa o startup, ofreciendo a la venta un producto, servicio o proceso. En la década 2000-2010, la definición de "emprendimiento" se amplió para explicar cómo algunos individuos (o equipos) identifican oportunidades, las evalúan como viables y deciden explotarlas, y se usan estas oportunidades para desarrollar nuevos productos o servicios, abrir nuevas empresas o incluso industrias.

Ecosistema Emprendedor : según Isenberg, D. (2010) el ecosistema emprendedor se define como el conjunto de elementos con los que interactúa el emprendedor en su operativa y que incluyen aspectos culturales; políticas de facilitación al emprendimiento y liderazgo; disponibilidad de Financiación; capital humano relevante; mercados receptivos de nuevos productos; instituciones e infraestructuras de soporte (pág. 45).

Emprendimientos por necesidad: según a la Estrategia SICA Emprende (2010) son aquellos motivados por la falta de alternativas económicas para la creación de ingresos, como lo sería un trabajo por cuenta ajena.

Emprendimientos por oportunidad: según a la Estrategia SICA Emprende (2010) son aquellos motivados por una oportunidad detectada en el mercado.

Técnicas de gestión empresarial: según Koontz, H. (2017) las Técnicas de gestión empresarial representa herramientas de administración de empresa o ciencia administrativa que busca la manera de gestionar los recursos, procesos y resultados de una forma eficiente. Incluye los siguientes elementos: análisis estratégico, gestión organizacional o proceso administrativo, gestión de la tecnología de información, gestión financiera: obtener, gestión de recursos humanos, gestión de operaciones y logística de abastecimiento y distribución y gestión ambiental (pág. 46).

2.5. Hipótesis y Preguntas Directrices

2.5.1. Hipótesis de Investigación

Los comerciantes ubicados en La Rotonda Hugo Chávez para el año 2019 han logrado satisfacer sus necesidades básicas, a pesar de la ausencia gestión formal empresarial Y caracterizándose por ser emprendimientos por necesidad

2.5.2. Preguntas Directrices

¿Cuáles son las Técnicas de Gestión Empresarial en el Emprendimiento?

¿Cuáles son las Características del Ecosistema Emprendedor de los Comerciantes en la rotonda Hugo Chávez?

¿Cuál es la Matriz FODA de los Emprendedores Ubicados en la Rotonda Hugo Chávez para el año 2019

Capítulo III

3.1. Diseño Metodológico/ Marco Metodológico

3.1.1. Tipo de Investigación

El tipo de investigación es de carácter descriptivo, implicó observar y detallar el problema en su contexto natural, en este caso los Comerciantes Ubicados en la Rotonda Hugo Chávez para el año 2019.

3.1.2. Población o Área de Estudio

De los 22 emprendedores ubicados en la Rotonda Hugo Chávez para el año 2019 se tomó como muestra directa 7 comerciantes.

3.1.3. Métodos

El método de investigación que se aplicó fue el inductivo, obteniéndose conclusiones generales a partir de puntos específicos o premisas, cumpliéndose con la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación los que sirvieron para la generalización de conclusiones. De igual manera, se elaboraron preguntas directrices y se determinaron las variables o descriptores, investigación no experimental (se limita a la observación de hechos).

3.1.4. Técnicas

El propósito fundamental de la aplicación de las técnicas era obtener datos o información válidas y confiables que permitieran el procesamiento y análisis de la información, en donde se logró concluir el proceso investigativo. Entre ellas están:

Análisis documental: basada en guía de análisis y cálculos numéricos, revisión de estados financieros.

Observación: esta técnica tenía como propósito visualizar la realidad en la aplicación de las actividades de los comerciantes.

Encuestas: dirigida a los comerciantes emprendedores. A la cual se tuvo que hacer visita de campo y lograr entablar la comunicación con los emprendedores. Siguiendo el formato de la encuesta.

Uso de programas informáticos como Excel para procesar datos obtenidos.

Operacionalización de Variables

OBJETIVOS	VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADOR	INSTRUMENTOS
Identificar las Técnicas de Gestión Empresarial en el Emprendimiento.	Técnicas de Gestión Empresarial	Según Koontz, H. (2017) las Técnicas de gestión empresarial representa herramientas de administración de empresa o ciencia administrativa que busca la manera de gestionar los recursos, procesos y resultados de una forma eficiente.	Administración Contabilidad Finanzas Marketing	Planeación Estratégica Registros Contables y Financieros Publicidad	P. 15 - 16,19, 20 - 38
Presentar el marco conceptual del Emprendimiento como Elemento Impulsor de una Economía Nicaragüense.	Emprendimiento	Estrategia SICA Emprende (2010) “Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza para aprovechar las oportunidades presentes en el entorno o para satisfacer las necesidades de ingresos personales generando valor a la economía y a la sociedad”.	Persona Emprendedora Tipos de Emprendimiento	Habilidades y Características de la Persona Emprendedora Emprendimiento por Necesidad Emprendimiento por Oportunidad	P. 1 - 14, 17- 18, 37- 44
Identificar el Ecosistema Emprendedor de la Rotonda Hugo Chávez como Potenciador del desarrollo del Emprendimiento Nacional.	Ecosistema Emprendedor	Isenberg, D. (2010) lo define como el conjunto de elementos con los que interactúa el emprendedor en su operativa y que incluyen aspectos culturales; políticas de facilitación al emprendimiento y liderazgo; disponibilidad de Financiación; capital humano relevante; mercados receptivos de nuevos productos; instituciones e infraestructuras de soporte”	Componentes del Ecosistema Necesidades del Emprendedor	Sector Público Centros de Formación Empresas Establecidas Otros Emprendedores Facilitadores Conocimiento Conexión Financiación Infraestructura	

Capítulo IV

4. Análisis y discusión de resultados

Para el desarrollo de este capítulo se consideran el estudio de siete emprendimientos cuyas características de actividad y desempeño varían entre cada una de ellas.

Retrocediendo hacia sus inicios los tiangués ubicados en esta localidad tuvieron su apertura el 1 de mayo del 2016 dando oportunidad a comerciantes que se encontraban en las cercanías ofreciendo sus productos de manera ambulatória.

Cuenta con un espacio de 8 metros de anchos por 40 de largo, es una estructura metálica con cielo Razo y con columnas que dividen cada espacio.

Cuentan con capacidad para más de 22 comerciantes entre los cuales los productos a ofrecer varían entre sí, este es un lugar donde podemos encontrar desde personas que venden artesanías hechas a manos, comida típica nicaragüense entre las que resaltan las elaboradas a base de maíz; (elotes, güirilas, atole, tiste, pozole cacao tortillas) así también como personas que se dedican a la venta de productos naturales para la belleza personalizadas, elaboración y toma de fotografías, venta y accesorios para celulares, como también están los que venden artesanías elaboradas con conchas de mar.

Para el desarrollo de este apartado se logró la realización de Entrevista a 7 Emprendedores Ubicados en la Rotonda Hugo Chávez para el año 2019 los cuales detallaremos a continuación.

1. Venta de Artesanías Ronald Peña
2. Comideria el Buen Comer.
3. Celulares Panchita
4. Publyfotos
5. Julia Mour
6. Artesanías del Mar
7. Lociones María

Estos son los nombres con los que nuestros entrevistados se identifican en sus tiangues haciendo una breve reseña de ellos.

Ventas de artesanías Ronald Peñalba es un emprendedor de origen granadino que desde muy pequeño se vio inclinado a las artes tanto como la elaboración de pulseras hechas a mano con un toque nacional como la elaboración de cuadros o pinturas, el cual decidió instalarse en los tiangues de Managua y llevar a cabo las metas de crecimiento personal a través de la venta de su producto.

Dentro de los que se dedican al área gastronómica tenemos la; Comideria el Buen Comer es un negocio que ofrece a sus clientes todo tipo de comida nacional desde sopas hasta postres nicaragüenses, Comideria Julia Mour es un emprendimiento meramente familiar que

ha traspasado ya dos generaciones siendo su dueña y fundadora inicial la señora Julia Mour la cual es originaria de Waspán Rio Coco misma que ha decidido heredar la continuidad del negocio a su hijo y su nuera los cuales son los encargados de hacer las compras diarias como la atención del local y de los clientes mismos para dedicarse solamente a la cocina y ofrecer en cada uno de sus platillos el sabor del caribe norte de Nicaragua.

Plublyfotos es un negocio dirigido por un matrimonio donde cada uno de sus dueños se asigna los roles a desempeñar nos relatan que en un inicio se dedicaban a tomar fotos en el puerto salvador allende de manera ambulatoria hoy establecidos en su local han podido ampliar y mejorar la calidad en el servicio que ofrecen.

Lociones María es un emprendimiento que nace de la idea de crear productos para la belleza especialmente la elaboración de mascarillas naturales para el cuidado del rostro.

Celulares Panchitas es un negocio que con el tiempo se ha ido adaptando según las exigencias de los clientes inicio como un pequeño local que ofrecía el servicio de mantenimiento y venta de accesorios de celulares, pero ante la demanda de un lugar que sacara copias decidieron adquirir un equipo multifuncional que les permitiera hacer fotocopias impresiones como levantado de texto siendo actualmente este su mayor fuente de ingresos.

Artesanías del Mar más que vender productos hechos conchas del mar ofrece también la elaboración de ceviches a domicilios los fines de semanas.

Como hemos visto existe una gran variedad de productos y servicios que se ofrecen en estos tiangués en un inicio se pretendía estos solo se dedicaran a la venta de productos a base de maíz; pero debido a los gustos y preferencias variados de sus visitantes los comerciantes han ido ampliando su oferta al público.

4.1. Técnicas de Gestión Empresarial en el Emprendimiento

Las técnicas de gestión empresarial permiten hacer frente a los constantes cambios del mercado asegurando una mejor posición competitiva. El buen uso y funcionamiento de las mismas permitirá que el bienestar familiar se vea afectado directamente de una manera positiva.

La gestión empresarial, ha evolucionado en la medida que el hombre ha avanzado en la consecución de nueva tecnología para el mejoramiento de nuevos productos y servicios para satisfacer un mercado cada vez más complejo y en crecimiento.

- Concepciones teóricas de empresas

Según Gil, M. (2010) la empresa es una realidad de nuestra concepción teórica de nuestro entorno, ya que detectamos que no todos son iguales a las otras ya que cada una la hace diferente (pág. 41).

Según López F. (2008) Es una combinación de dinero y de personas que trabajan juntas y producen un valor material, un beneficio tanto para las personas que han aportado ese dinero (propietarios), como a las personas que trabajan con ese dinero en esa empresa

(empleados), a través de la producción de determinados productos o servicios que venden a personas o entidades interesados en ellos (pág. 27).

Es importante hacer uso correcto tanto del conocimiento como de los recursos que poseemos en nuestros negocios o emprendimientos la gestión empresarial es algo que todo tipo de organización debería llevar a cabo, aunque nos podemos encontrar con emprendimientos que las realizan de manera intrínseca sin ni siquiera saber que es una manera de gestión empresarial.

Las técnicas de gestión empresarial permiten hacer frente a los constantes cambios del mercado asegurándole una mejor posición competitiva

La importancia de uso adecuado de las técnicas de gestión empresarial es que nos acercan al cumplimiento de los propósitos específicos de la empresa en este caso de los comerciantes de la Rotonda Hugo Chávez.

Entre ellas podemos observar las siguientes

- Ayuda alcanzar objetivos comunes:

Una buena gestión empresarial organiza los factores de producción e integra los recursos de manera efectiva para alcanzar objetivos

- Contribuye a una utilización óptima de los recursos.

La buena gestión empresarial utiliza los recursos humanos y físicos de manera productiva.

La gestión debe de optimizar el uso de recursos escasos y seleccionar su mejor uso y para ello es válido auxiliarse de expertos en el tema que aporten sus habilidades y conocimientos en una utilización correcta de recursos

- Contribuye a una adecuada organización.

Su principal función debe ser la de evitar solapar esfuerzos y responsabilidad es decir quien debe dar explicaciones a quien, quien puede dar instrucciones a quien, quienes son superiores y quienes son subordinados

- Es esencial para la prosperidad de la sociedad.

Una gestión empresarial eficiente lleva una mejor producción económica, lo cual permite aumentar el bienestar de las personas y la sociedad, mejora la calidad de vida y aumenta el margen de beneficios lo cual repercute en el negocio como en la sociedad

- Establece equilibrio ante los cambios.

Una buena gestión empresarial permite a la organización sobrevivir en un panorama cambiante y se mantiene al tanto de estos cambios.

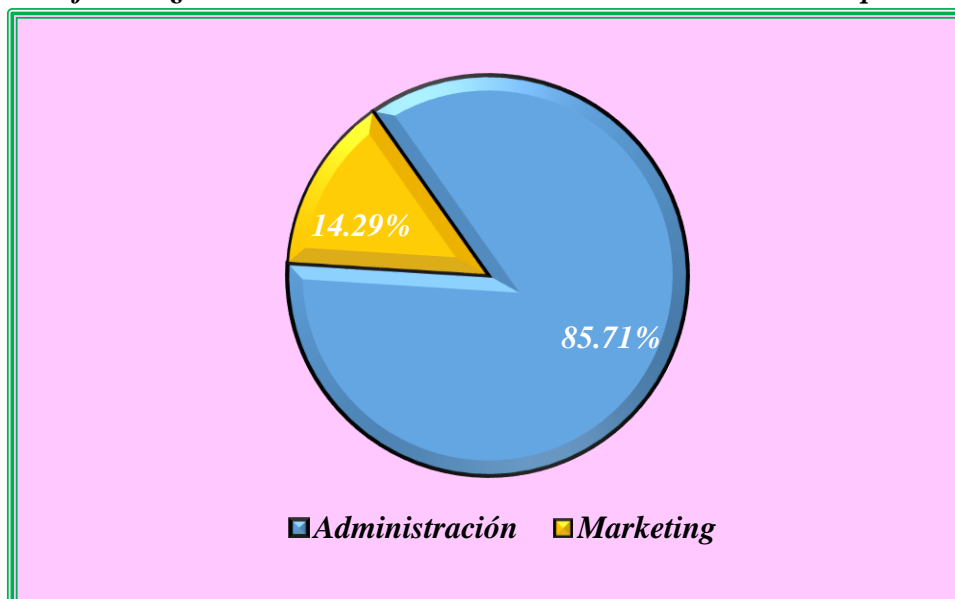
Cuando el cambio es un factor externo, también se debe cambiar la organización que se había previsto en un primer momento, para adaptar el negocio a un mercado y demanda cambiante y a necesidades sociales diferentes. Mantener el equilibrio es vital para la supervivencia de cualquier emprendimiento.

- Reduce costes.

Consigue máximo resultados con una mínima inversión, gracias a una planificación correcta que permita invertir poco y conseguir mucho. Una buena gestión empresarial debe orientarse a utilizar los recursos físicos, humanos y financieros de tal manera que se encuentre la mejor combinación, lo cual debería ayudar a recortar sus costes.

Todos los entrevistados mencionaron que su forma de administración se basa en negocio familiar con gestión diaria con el apoyo de las redes sociales. La técnica de gestión empresarial más común es la Administración y el Marketing, las otras los emprendedores no las utilizan:

Gráfica 1: ¿Conoce sobre las llamadas Técnicas de Gestión Empresarial?



Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

Consideran como administración llevar un control de los productos a utilizar en sus negocios ya sea granos básicos como materia prima y una manera de hacer marketing es utilizar plataformas digitales para comercializar sus productos

De los entrevistados 2 hicieron referencia hacer uso de plataformas digitales los otros 5 muestran interés en realizarlo, pero nos indicaron que no saben cómo hacerlo como hacer ver a sus productos de una manera agradable al público para poder aumentar sus ventas

En lo referente a la Contabilidad y Finanzas son muy débiles ya que la mayoría de ellos no llegaron a cursar el bachillerato, si la mayoría lo hace lo hace de manera empírica el cual se base en detallar los gastos que tienen al comprar los productos y la ganancia que tienen al venderlos. Expresaron que ellos priorizan que les quede algo de ganancia para seguir operando al día siguiente y pagar las deudas que aparte del negocio tienen como es el agua la luz renta donde viven.

4.2. Caracterización de los emprendedores

Cuando pensamos en la persona emprendedora, menciona Tejeiro, M. (2017) que debemos pensar en un conjunto de características personales que hacen que una persona decida emprender (pág. 4).

Se trata de comprender por qué alguien querría iniciar un proyecto empresarial para así saber mejor cómo apoyar a esta persona. Cuanto mejor se conozca a la persona

empresaria, más efectiva será la ayuda que se le pueda brindar y más exitosa será la promoción de nuevos proyectos empresarios.

Aquí podemos encontrar varios enfoques, más allá del económico (emprender para ganar dinero). Para comprender mejor a este perfil de persona, surge en los años 1970 el enfoque psicológico del empresario que destaca los siguientes rasgos comúnmente presentes en una persona empresaria:

Rasgos de la Persona Empresaria

- Necesidad de independencia: tolera mal los sistemas jerárquicos.
- Propensión a asumir riesgos moderados: están dispuestos a arriesgarse, pero no desmesuradamente.
- Iniciativa: toma la delantera cuando tiene una idea.
- Tolerancia a la incertidumbre: no le importa no saber exactamente que va ocurrir en el futuro.
- Control interno: es dueño de sus actos y se sabe controlar.

- Inconformismo: No está conforme en la situación en la que se encuentra.

Fuente: Sistema de Integración Económica (2017)

Schumpeter, J (2010) describió al empresario innovador, como la persona que crea una empresa en base a una idea innovadora y que se verá beneficiado por los ingresos extraordinarios que obtiene frente a sus competidores (pág. 82).

Es, por lo tanto, una persona capaz de ver una oportunidad donde otros no la ven y de actuar acorde a ella.

Expandiendo la perspectiva psicológica, surge el enfoque sociocultural o institucional, que postula que los factores del entorno determinan la creación de nuevas empresas. Es decir, que, dependiendo de las circunstancias del entorno, habrá más o menos emprendimientos. Por último, se complementa con el enfoque gerencial, que predice que la formación incentiva la creación de empresas. Así, la formación en ciencias empresariales facilitarían la creación de empresas, destacando la importancia de la formación para el fomento de proyectos exitosos.

Podemos completar la definición de la persona emprendedora con las motivaciones más comunes que subyacen a la creación de una empresa:

- Independencia: el 60% de los emprendedores lo hace para buscar la libertad

- Dinero: no suele ser la principal motivación y el fin último
- Pasión: entrega al proyecto en cuerpo y alma
- Resultados: foco se centra en la obtención de resultados
- Noviciado: junto con los conocimientos mantienen actitud abierta al aprendizaje
- Disfrute del camino: el trabajo diario ilusiona
- Éxitos compartidos: comparten los logros con los integrantes de su equipo
- Determinación: seguridad y firmeza en las decisiones tomadas
- Optimismo y sueños: visión clara y esperanza hacia su meta
- Responsabilidad incondicional: actúan como protagonistas y están convencidos de poder cambiar las cosas

Teniendo en cuenta estas características personales, utilizaremos la definición de emprendimiento consensuada en la Estrategia SICA Emprende (2010) “Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza para aprovechar las oportunidades presentes en el entorno o para satisfacer las necesidades de ingresos personales generando valor a la economía y a la sociedad”.

4.2.1. Tipos de Emprendedores

Según a la Estrategia SICA Emprende (2010) cuando se estudia el fenómeno del emprendimiento no es suficiente con referirse a éste de forma global, sino que hay que diferenciar entre diferentes tipos de emprendimiento. Aunque todos ellos llevan a la creación de negocios nuevos, las motivaciones por las que las personas llegan a tomar esta decisión son diferentes e importan. Se distinguen dos grandes grupos de emprendimientos:

- Emprendimientos por necesidad: aquellos motivados por la falta de alternativas económicas para la creación de ingresos, como lo sería un trabajo por cuenta ajena.

- Emprendimientos por oportunidad: aquellos motivados por una oportunidad detectada en el mercado.

Diferenciación de Emprendimientos por necesidad y Emprendimiento por Oportunidad

Debido a diferentes circunstancias desfavorables en la vida de las personas como la falta de empleo formal los obliga hacer emprendedores incluso en contra de su voluntad. La denominación de emprendedores por necesidad hace referencia a las personas que no desean ser emprendedoras, pero la situación en que se encuentra les obliga.

el emprendimiento de necesidad es motivado por el instinto de subsistencia, la baja probabilidad de emplearse motiva al individuo a iniciar un negocio sin visión de crecimiento, con bajos niveles de ingresos sin valores agregados con bajas expectativas de impactar positivamente en el entorno social.

Los negocios de esta característica mantienen esquemas tradicionales sin llenar vacíos de mercado y por lo general tienen ciclos productivos limitados al contrario cuando el emprendimiento se hace por oportunidad es una alternativa evaluada y escogida, se convierte en una opción de vida con proyección y planes de crecimiento. Este tipo de negocios tienen esquemas progresistas con conocimientos especializados que generan impacto en el entorno el cuál es positivo y dinamiza el sector económico al que pertenece, se convierte en generador de empleo y se vuelve sostenible en el tiempo.

El emprendimiento por oportunidad tiene como ventaja:

- Desarrolla de una idea producto de observar o entender el mercado y encontrar necesidades
- Su modelo de negocios es escalable
- Está compuesto por equipos de trabajos con especialidades diferentes
- Está respaldado por investigaciones de mercado.

El emprendimiento por necesidad tiene como desventaja:

- Nacen ante la necesidad de un empleo formal
- Generalmente depende de un solo emprendedor
- No tiene soporte de estudio para entender el mercado y los posibles clientes
- Son negocios no escalables, ya que estos solo cubren las necesidades básicas de su economía.
- Bajos niveles de escolaridad
- Familias con madres solteras, falta de estudios y numerosa cantidad de hijos.

Gráfica 2: Clasificación de Emprendimiento)



Fuente: *Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas*

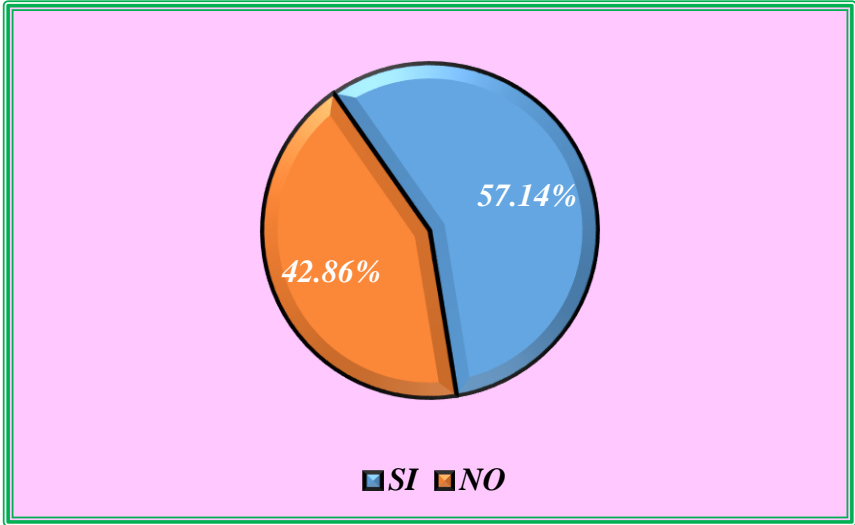
Retrocediendo un poco en el contexto estos comerciantes ubicados en la rotonda Hugo Chávez eran comerciantes de manera ambulatoria que ofrecían sus productos todos ellos nos indicaron que en su momento tuvieron trabajo de manera formal y debido a diferentes circunstancias fueron despedidos y ante la falta de una oferta de empleo formal decidieron aventurarse y emprender en este sitio de Managua.

Una manifestación más de que estos negocios son Emprendimientos por Necesidad es la falta de conocimiento sobre el Ecosistema en el cual se desarrollan, el 100% de entrevistados menciona no conocer su Ecosistema.

Quiere decir que el 100% de los comerciantes desconocen si existen o no políticas que fomenten su desarrollo, medio donde les faciliten financiación o algún plan estratégico en relación a sus productos y la comercialización de estos.

El 57.14% de los entrevistados afirmaron conocer que es un emprendimiento lo que indica que saben que su negocio nació como tal y ha venido evolucionando hasta la fecha, sin embargo, el 42.86% lo desconoce a pesar de que tengan una empresa que se puede catalogar dentro de esa categoría de organización de entidad ellos consideran que esto es una manera de ganarse la vida con palabras textuales nos indicaron que esto es su trabajo y no un emprendimiento, en las siguientes graficas se sustenta lo anterior:

Gráfica 3: ¿Sabe usted que es un Emprendimiento?



Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

El 100% de los entrevistados manifestaron que iniciaron su negocio debido a la falta de empleo y un entorno económico difícil que provoca que se les hiciera más fácil iniciar un proyecto personal por encima de obtener un empleo en una organización, por lo que se pueden clasificar como emprendimientos por necesidad.

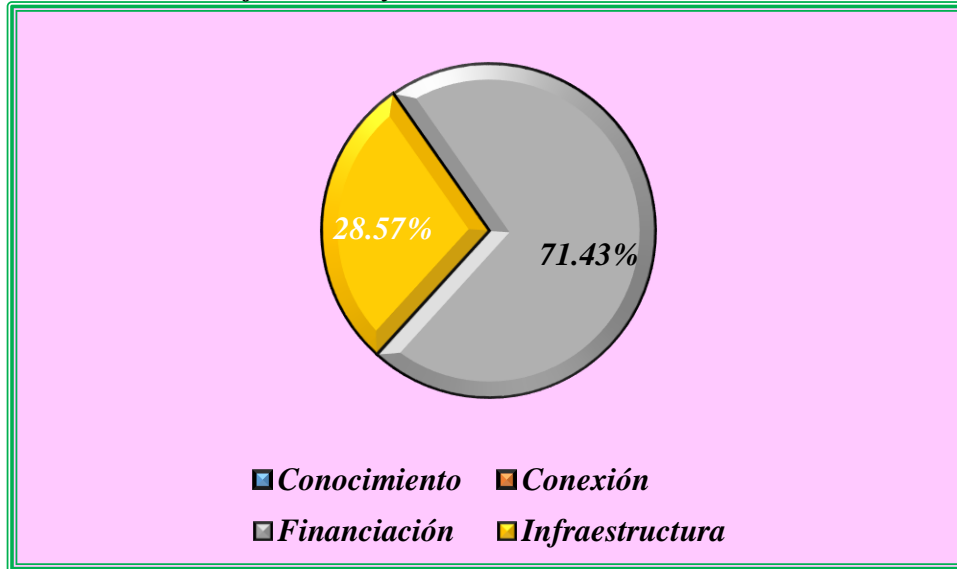
Cabe resaltar que estos comerciantes eran vendedores ambulantes que se encontraban cerca de la rotonda Hugo Chávez con la misma idea de emprender, pero sin la localidad en si establecida.

Como limitaciones a estos emprendimientos podemos encontrar:

- Necesidad de Financiamiento para poder desarrollarse en su mercado respectivo
- Participación en ferias
- Desconocimiento pleno de la competencia
- Desconocimiento pleno de sus clientes
- Ausencia de imagen corporativa
- Poco acceso al crédito como impulsor del desarrollo empresarial

Todos estos resultados se respaldan con las gráficas del Anexo II y en las siguientes gráficas:

Gráfica 4: Mayor necesidad externa ha sido:



Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

Según las encuestas realizadas su mayor necesidad es la financiación para ampliar sus negocios no cuentan con líneas de créditos en ninguna institución financiera que los apoyen.

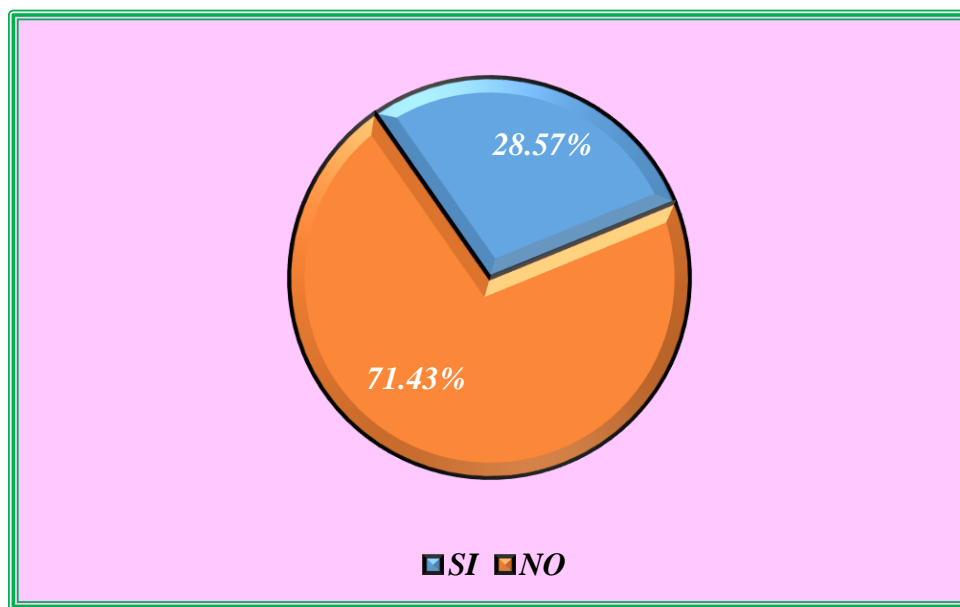
Consideran que si tuvieran una línea de crédito podrían mejorar tanto como en la calidad y presentación de sus productos.

En relación a la infraestructura se refieren a la imagen del local más que al espacio en si ya que por estos no pagan arrendamientos ya que parte del proyecto fue que no se cobrara mensualidad por estos.

Nos narran que en lo que necesitan mejorar es en la línea blanca de los negocios: cocinas, refrigeradoras o congeladores para mantener los productos perecederos con los que trabajan; carnes blancas, rojas, mariscos, frutas y verduras. Productos que se ven

estropeados muchas veces a la falta de los mismos ya que tienen que guardarlos en termos con hielo.

Gráfica 5: Participación en ferias de emprendedores



Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

Según nos narran las comerciantes que si asisten a ferias son aquellos que tienen acceso a la movilidad de transportarse ya en las ferias que más participan son las que se realizan en el parque nacional de ferias ubicadas en la pista suburbana.

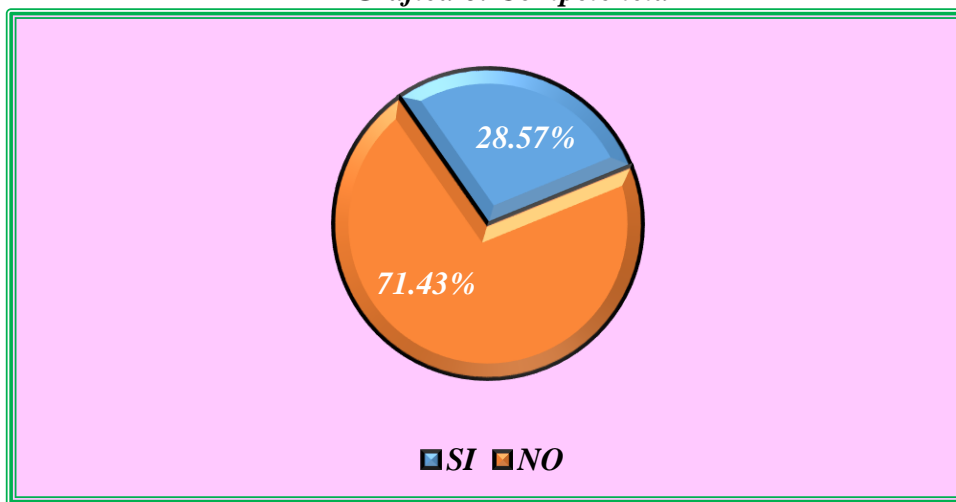
Los que no asisten a las ferias son aquellos que no tienen medios de transporte para mover todos sus instrumentos de cocina mesas sillas.

Uno de los comerciantes nos indicó que a falta de un medio de transporte propio se ha visto frenado en la promoción de sus pinturas de arte hechas a manos ya que le han

ofrecido que realice diversas demostraciones de sus cuadros en granada los cuales ha tenido que rechazar por la misma situación

También no se presentan a ferias ya que no saben cómo hacerlo quiere decir que no conocen el proceso para inscribirse o los pasos a seguir.

Gráfica 6: Competencia



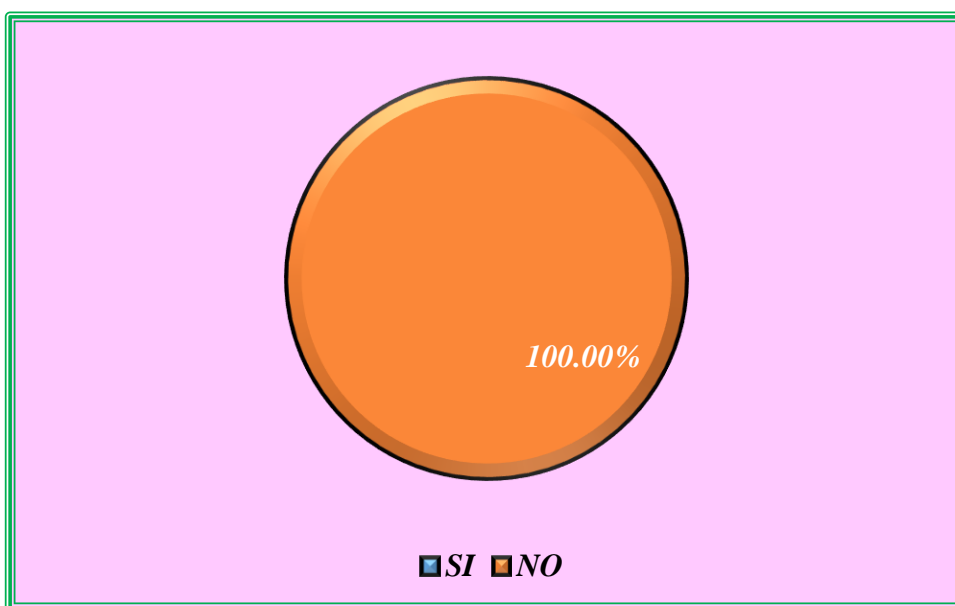
Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

Antes de planificar y actuar, hay que analizar que realiza la competencia pues esto nos puede ayudar a detectar oportunidades y también conocer en que no ha tenido éxito Ellos Desconocen plenamente su competencia ya que los productos que se ofrecen en sus tiangués son variados no se comercializa una línea de producto en específico.

Lo que si tratan de acomodar son los precios entre ellos no vender a un precio más elevado ya que esto implicaría que sus productos se vendan menos.

Es esencial para todo emprendimiento que desee crecer y competir en el mercado el conocer a su competencia; ya que haciendo esto podrá saber cuáles son las debilidades y las fortalezas de la competencia y cómo usarlas a su favor además de planificar eficientes estrategias enfocadas en aprovechar los puntos débiles de los demás competidores, en estos dos puntos radica la importancia de conocer la competencia

Gráfica 7: Principales clientes



Fuente: *Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas*

Debido a la naturalidad del giro del negocio el cual es abierto a todo público; edad, nivel cultural, sexo, grupo social; hace que los dueños de los tiangués no puedan clasificar a los clientes según sus gustos preferencias y máximo a pagar por servicios. Razón por la cual estos deciden ofrecer sus productos a precios variados.

Son múltiples los métodos para conocer las opiniones que los consumidores tienen de sus negocios, tradicionalmente se usan las encuestas sin embargo ahora existen herramientas más precisas y sencillas. Un ejemplo tenemos la escucha activa en redes sociales, que no solo permite conocer mejor al cliente si no también detectar incidencias y analizar las críticas para medir su grado de satisfacción.

Esto les ayudara a identificar las preferencias de sus clientes y definir patrones de comportamientos que le ayudaran a ofrecer un servicio de mayor calidad.

Gráfica 8: ¿Posee un uniforme para sus colaboradores?



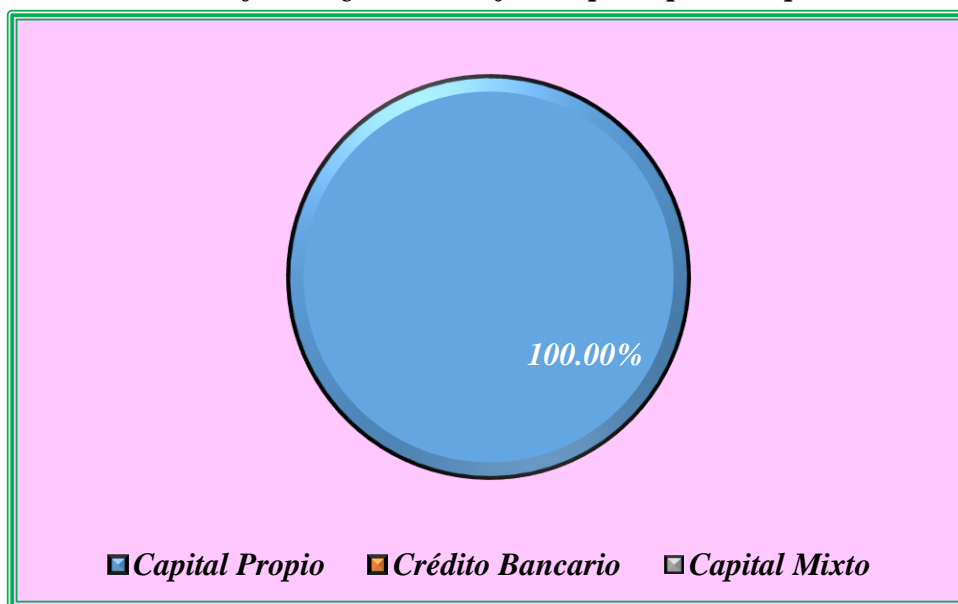
Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

Le restan importancia al uso de uniforme y de logos para sus negocios ya que esto implicaría un gasto a su bolsillo más que una inversión a futuro; según lo expresado en la

entrevista se centran más en la venta y comercialización de sus productos, que en el aporte que genera la imagen.

En estos emprendimientos la presentación de los trabajadores tanto en uniformes como en el logo de sus negocios es importante porque es la imagen que dan al cliente y con la cual se van a diferenciar de la competencia por lo que da presencia y seguridad a su negocio

Gráfica 9: ¿Cuál es su fuente principal de capital?



Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

En los inicios del proyecto de los tiangués contaron con ayuda del gobierno tanto como en la elaboración de los locales como en la elaboración de las estufas y los filtros de humo siendo esto de gran ayuda para ellos

En las aperturas de los tiangués tuvieron que usar sus ahorros para empezar no tuvieron ni tienen actualmente ayuda de ningún sistema financiero que les ofrezca algún tipo de crédito que les permita poder expandirse o diversificarse, debido a que no presentan los

soportes de ingresos donde evidencien las ganancias obtenidas, puesto que las veces que han solicitado crédito les solicitan las mismas.

Motivo por el cual la única fuente de ingreso es la propia y para mantenerla mueven el capital del día anterior de las ventas. Factor que nos indican es un obstáculo para poder ahorrar.

4.2.2. Ecosistemas de Emprendimiento

Según Isenberg, D. (2010) el ecosistema emprendedor se define como el conjunto de elementos con los que interactúa el emprendedor en su operativa y que incluyen aspectos culturales; políticas de facilitación al emprendimiento y liderazgo; disponibilidad de Financiación; capital humano relevante; mercados receptivos de nuevos productos; instituciones e infraestructuras de soporte (pág. 45).

Alineado con esta definición está la que se utiliza en el plan estratégico para fomento del emprendimiento en la Estrategia Regional de Fomento al Emprendimiento en Centroamérica y República Dominicana:

Se entiende por Ecosistema Emprendedor a una comunidad de negocios, apoyada por un contexto público de leyes y prácticas de negocios formada por una base de organizaciones y personas interactuantes que producen y asocian ideas de negocios, habilidades, recursos financieros y no financieros que resultan en empresas dinámicas (p. 89).

4.2.3 Componentes del Ecosistema Emprendedor

Al igual que cualquier sistema, el ecosistema emprendedor se compone de una serie de sub-sistemas o componentes. Aunque esta descripción se puede ampliar con las funciones de un ecosistema emprendedor (financiación y cultura), aquí se ha optado por presentar los actores y comentar las funciones dentro de cada uno de ellos. La calidad del ecosistema emprendedor dependerá no sólo de la existencia de estos componentes, sino de la interrelación que haya entre ellos y del acceso que tenga el emprendedor a todo el sistema

Sector publico

- Marco legal propio para el emprendimiento
- Subvenciones
- Apoyo técnico para la creación y crecimiento de empresas
- Incentivos para la inversión
- Centros públicos de inversión y desarrollo

Centro de Formación

- Universidades públicas y privadas
- Centros de formación
- Formaciones online

Empresas

- Clientes/proveedores
- Canales de distribución
- Apoyo a emprendedores

Facilitadores

- Asociaciones ONG de apoyo a emprendedores
- Asesoría legal, contable.
- Inversionistas que apoyen a emprendedores

Fuente: Elaboración propia adaptada de Isenberg (2011)

4.2.3.1. Sector Público

De acuerdo con Tejeiro, M. (2017) el sector público ocupa un lugar clave en el ecosistema, pero no debemos exagerar su poder (pág. 10). La intervención de éste es crítica para la creación de un ecosistema exitoso, ya que tiene el poder y la perspectiva de coordinar a todos los demás componentes. Su objetivo no es el de lucro para sí mismo, sino el de incrementar la riqueza del país en la que actúa y así mejorar las condiciones de vida de los habitantes de la misma. Es por esto por lo que estará al servicio del ecosistema en general y del emprendedor en particular. En consecuencia, deberá mantener en mente las necesidades de éstos en todo momento. Su intervención ocurre en diferentes niveles.

En primer lugar, puede crear un contexto legal que facilite la creación de empresas, tanto por reducción de trámites, como por ahorro de tasas o impuestos, como se verá más adelante. El emprendedor no debe preocuparse de la constitución formal de su empresa. Mientras que esto es importante para reducir la economía oculta, la preocupación principal del emprendedor es el inicio exitoso de su negocio y no cómo formalizar su actividad. Un contexto legal fácil para la creación de empresas llevará a mayor creación de negocios legales y menor economía oculta, con los beneficios fiscales que esto conlleva.

En segundo lugar, el sector público actúa como fuente de financiación, que se materializa en forma de subvenciones o exención de impuestos directa a los emprendedores o indirectamente a otros actores del ecosistema. En el caso de dirigirse directamente al emprendedor, Isenberg, D. (2010) recomienda evitar las subvenciones en gran cuantía y a fondo perdido. Las razones que cita este experto son que se sustituye la inversión privada y que se blinda a la persona emprendedora de las exigencias del mercado (pág. 56)

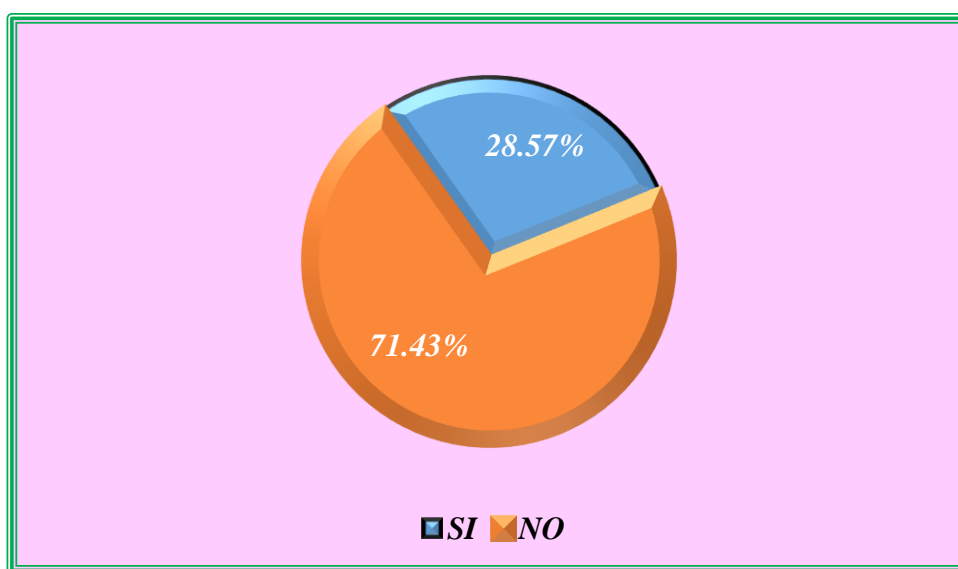
La primera es peligrosa, ya que lo deseable es atraer un número elevado de inversores privados, especialmente de capital semilla, como profundizaremos más adelante. Existe una relación positiva muy clara entre la cantidad de inversión disponible y el número de empresas creadas. Asimismo, se buscará fondos de capital riesgo que inviertan en estados más avanzados de crecimiento de la empresa para convertirla en una empresa de mayor tamaño.

La segunda tampoco conviene, ya que el aprendizaje en el proceso de creación empresarial es clave, y sólo se aprende si se cometen errores en el «mundo real». Es imprescindible que las empresas creadas estén en contacto con su mercado para conocer los

gustos de sus clientes, las actividades de los competidores y las condiciones de los proveedores. Deben sentir el riesgo real de la pérdida de su capital y no jugar con un dinero subvencionado que parece valer menos. Sólo de esta forma se depuran las iniciativas que realmente tienen potencial de crecimiento y se desechan las que no aportan valor.

En tercer lugar, el estado provee asistencia técnica en forma de capacitación. La creación de talento especializado en creación de negocios y conceptos relacionados puede tener un gran impacto. Frecuentemente, los emprendedores surgen de áreas no relacionadas con los negocios. Se puede tratar de un agricultor, un farmacéutico o un técnico de aires acondicionados que quiere iniciar su propio negocio. Para complementar la falta de conocimientos en el ámbito empresarial el estado puede brindar formación gratuita. Asimismo, puede apoyar el ciudadano para la realización de trámites burocráticos que faciliten la creación de su negocio (licencias de apertura, registros).

Gráfica 10: Acompañamiento o Capacitación del Sector Público



Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

De los 7 emprendedores entrevistados solamente dos expresaron haber recibido acompañamiento o capacitación del Sector Público y Centros de Formación, lo que indica una carencia de formación técnica en áreas de desarrollo empresarial.

Nos podemos preguntar a qué se debe que ciertos emprendedores reciban capacitación y otros no. Estos dos emprendedores que afirman haber recibido alguna capacitación son los que han permanecido desde el inicio del proyecto del tiangué son los que primeramente se vieron beneficiados y por consecuencia son los que recibieron charlas y capacitaciones.

Los otros comerciantes que no han recibido ningún tipo de capacitación es porque son relativamente nuevos y la etapa del programa ya concluyó quiere decir que se capacitó en los inicios del proyecto.

4.2.3.2. Centros de Formación

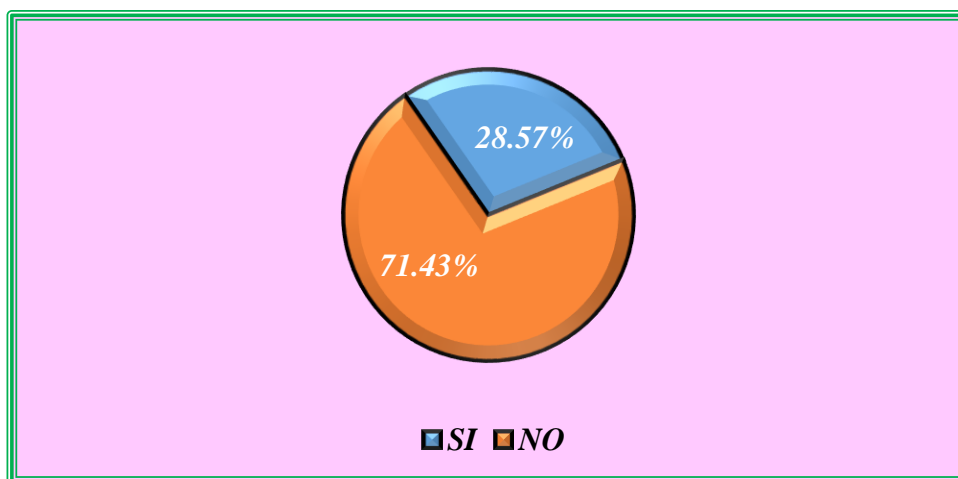
Conforme a Tejeiro, M. (2017) el tener acceso a profesionales formados tiene importancia en un ecosistema desde dos puntos de vista. En primer lugar, las empresas de reciente creación necesitarán contratar a profesionales capacitados en diferentes ámbitos (no sólo las ciencias empresariales). Cuanto mejores sean estos profesionales, mejores serán las perspectivas de desarrollo de la start-up. En segundo lugar, profesionales formados a menudo deciden iniciar sus propios proyectos. Con mayor formación, más habilidades tienen y mayores opciones de iniciar un proyecto empresarial (pág. 12).

Especialmente las universidades juegan un rol en este sentido. De por sí generan una oferta constante de profesionales formados en diversos campos, aumentando la capacidad intelectual y la creatividad de la comunidad. Los estudiantes de las universidades son potenciales empleados para las empresas creadas. Adicionalmente, deben de estar bien conectadas con el resto de los componentes y en especial (como todos los componentes) con los emprendedores. Esto se traduce en una apertura de las instituciones de educación superior hacia el exterior, dando formación más allá de los títulos reglados y con mayor flexibilidad (postgrados no oficiales, cursos de verano, talleres, módulos de especialización, etc.).

Yendo más allá, pueden crear espacios físicos en los que los emprendedores pueden iniciar sus proyectos. Estas incubadoras ofrecen espacios físicos de trabajo y reuniones, así como espacios virtuales, dando acceso a servidores o espacios web. Los espacios físicos tienen un rol importante a la hora de crear un lugar tanto de trabajo como de intercambio.

Reciben a menudo la descripción de espacios de coworking, en los que se pueden alquilar o usar gratuitamente medios físicos para desarrollar el proyecto emprendedor. El hecho de *compartir el espacio con otros emprendedores crea un lugar de encuentro e intercambio de ideas que fomentan el intercambio de ideas y la creatividad.*

Gráfica 11: Acompañamiento o capacitación de Centros de Formación



Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

El 28.57% de los entrevistados recibió capacitación ya que estos se encontraban desde los inicios de las construcciones de los tiangués se podría decir que este porcentaje representa a los comerciantes pioneros el restante que representa el 71.43% no ha recibido capacitación alguna porque estos son emprendedores relativamente nuevos.

4.2.3.3. Empresas Establecidas

Cuando se habla de las empresas del ecosistema, se refiere a las empresas que ya están establecidas. Como vimos en la sección sobre ecosistemas, la existencia de una o varias empresas grandes presentes puede ser el origen de un ecosistema.

A como indica Isenberg, D. (2010) aquí debemos hablar del efecto spill-over que se produce gracias a estas organizaciones. Un efecto spill-over se produce cuando una empresa forma a sus empleados o éstos simplemente adquieren experiencia valiosa sobre la forma de trabajar (pág. 88) y luego éstos empleados abandonan la empresa para aplicar sus conocimientos fuera de ella. Esta aplicación puede ser tanto como empleado de otra organización (posiblemente una start-up ajena) o en la creación de una empresa propia. En cualquier caso, la existencia de la empresa ha permitido ampliar el acervo de conocimiento en una determinada área.

Los defensores del libre comercio se apoyan en el efecto spill-over de empresas multinacionales para defender la apertura de mercados. Aunque este efecto no se da siempre,

ni automáticamente, es cierto que grandes empresas suelen estar más profesionalizadas en su gestión que MIPYMEs y que las empresas multinacionales pueden importar conocimientos. Sin embargo, el efecto sobre el ecosistema parece ser mayor allí donde la multinacional tenga su sede, ya que habrá un número más elevado de puestos de responsabilidad.

Asimismo, la presencia de grandes empresas atrae a profesionales para trabajar en ellas. Éstos pueden permanecer en sus puestos o abandonarlos tras unos años, pero amplían la cantidad de talento disponible en el ecosistema.

Además de contribuir al ecosistema mediante el aporte de conocimientos, las empresas establecidas crean el contexto de mercado, tan importante para el emprendimiento. Hacen las veces de clientes o de proveedores de las nuevas empresas. Al tener una serie de necesidades, surgen oportunidades para satisfacerlas mejor o más eficientemente. Asimismo, suelen tener una estructura de distribución muy desarrollada de la que los emprendedores se pueden beneficiar. Los canales establecidos pueden facilitar la llegada al mercado o incluso el acceso a mercados internacionales. En ciertas ocasiones, como podemos observar en el caso ya comentado de Aberdeen, Reino Unido, las PYMEs venden a las grandes corporaciones petroleras activas en el Mar del Norte y acceden a contratos internacionales a través de ellas.

4.2.3.4. Facilitadores

Los facilitadores pueden ser organizaciones sin ánimo de lucro o públicas que buscan apoyar específicamente a iniciativas emprendedoras. Al igual que el caso de agencias

públicas, trabajarían para proveer al emprendedor de la formación que requiere o de medios físicos que le ayuden. Tal es el caso de la organización Impact HUB, que tiene como misión el apoyar a proyectos emprendedores para tener un impacto positivo en las comunidades. Actualmente operan en más de 90 localizaciones y tienen más de 15.000 miembros inscritos. La filosofía de mezclar áreas de conocimiento y de crear un espacio abierto para emprendedores representa el enfoque clave para cualquier ecosistema emprendedor. Su actividad mediática contribuye asimismo al desarrollo de una cultura emprendedora.

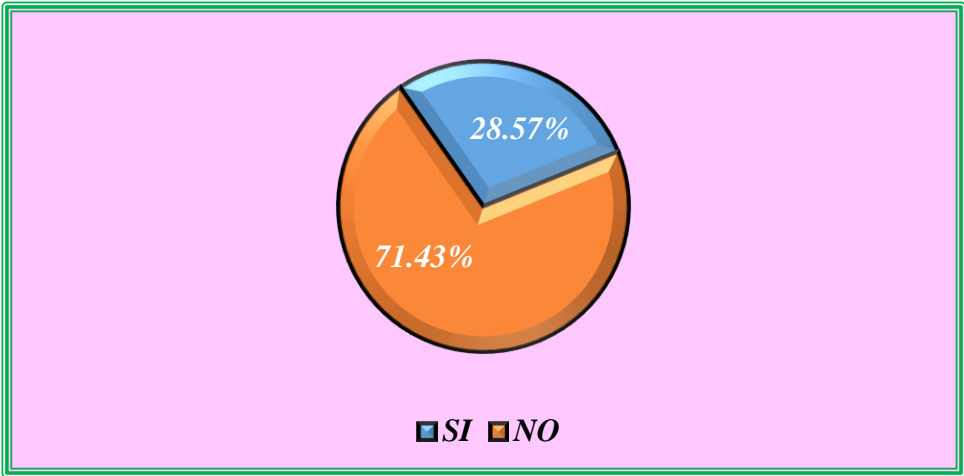
En este grupo también ubicamos otro tipo de incubadoras de negocio. Mientras que no es la panacea que muchos habían predicado y que ha llevado a su fomento masivo en los últimos años, las incubadoras de negocios son un elemento importante para acoger a emprendedores, para contactar con ellos y para facilitar el intercambio de información. El paso posterior a la incubadora es la aceleradora de negocios, que también se ubica entre los facilitadores. Aquí las empresas ya tienen un determinado recorrido y buscan crecer.

Aunque los orígenes de un ecosistema emprendedor son diversos y no hay una regla común para todas las regiones, la creación de uno se inicia a menudo alrededor de un polo de atracción determinado.

A partir de éste se genera conocimiento, talento y oportunidades de negocio, que a su vez atraen inversión y servicios accesorios, iniciando un círculo virtuoso que hace que crezca el ecosistema. Sin embargo, cabe recordar que cada país o área tiene sus condiciones particulares, con lo que sería erróneo tratar de crear artificialmente una condición de las

nombradas para su creación. Más bien se debe de apoyar lo que ya está ahí, pudiendo ser cosas tan distintas como una industria cafetera o gran número de ingenieros.

Gráfica 12: Acompañamiento o capacitación de Centros de Formación



Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

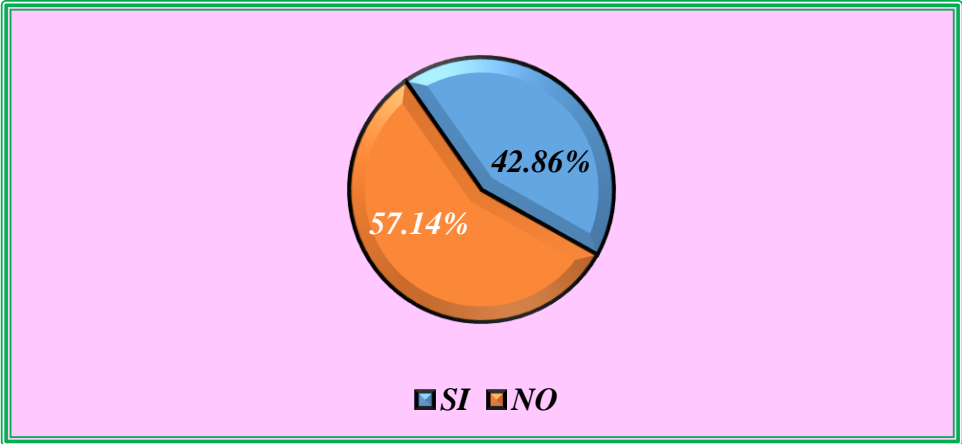
El 28.57% de los entrevistados recibió capacitación ya que estos se encontraban desde los inicios de las construcciones de los tiangués se podría decir que este porcentaje representa a los comerciantes pioneros el restante que representa el 71.43% no ha recibido capacitación porque estos son emprendedores relativamente nuevos.

Por lo anterior solamente 2 emprendedores conocen sobre algún marco legal para la organización empresarial, según con las siguientes gráficas:

Los emprendedores tienen que conocer todas las leyes en su perfección, por lo tanto, las capacitaciones sobre estas son necesarias e importantes y una vez conocidas entendidas tienen que ser aplicadas para un mejor funcionamiento.

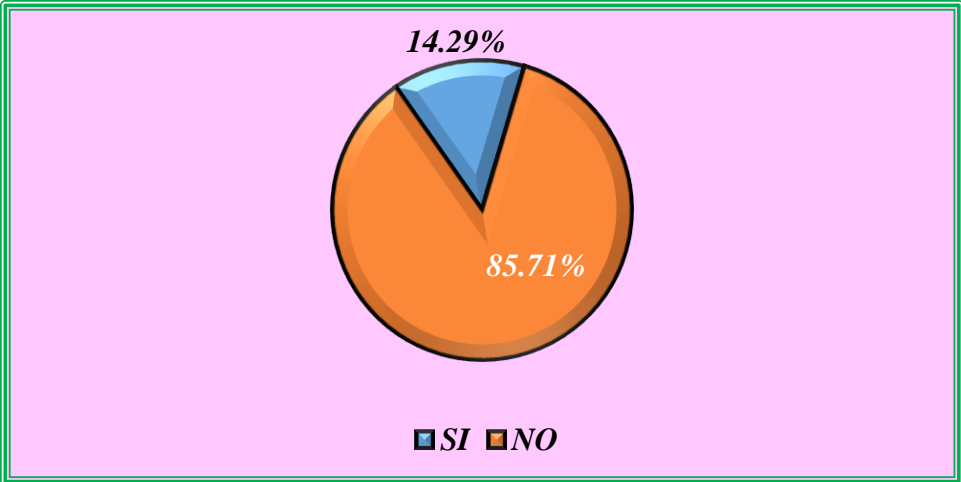
El emprendedurismo en Nicaragua vienen desarrollándose y abriéndose campo a nuevos mercados por lo cual es necesario que conozcan las leyes que los soportan y reciban capacitaciones de estas y así logran pasar de la informalidad a la formalidad

Gráfica 13: Conocimiento del marco legal para poder operar como empresa formal



Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

Gráfica 14: Conocimiento del marco legal de apoyo al emprendedor



Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

4.3. Necesidades del Emprendedor

Los emprendedores son personas que se animan a ser realidad una idea de negocio que tuvieron, ya sea en conjunto con otros o de manera solitaria. Se lanzan al mercado con un nuevo producto o servicio dedicándose de lleno a su proyecto para seguir creciendo, aprendiendo y ganando nuevos clientes.

Una de las mayores dificultades de los emprendedores son los primeros años de vida, en el que el negocio empieza a tomar forma, ganar clientes y estabilizarse en el mercado. Para lograr esto, los impulsores del proyecto deben adquirir todo tipo de habilidades que no necesariamente estén relacionadas a su área de experiencia. Estaremos mencionando las más importantes según nuestro trabajo investigativo.

4.3.1. Conocimiento

Cuando hablamos de conocimiento para el emprendedor, tenemos que pensar en tres tipos de conocimiento:

- **Mercado:** el conocimiento de mercado hace referencia a saber lo que nuestros clientes desean y desearán. Es vital para un negocio exitoso saber qué debe ofrecer a su mercado y cómo ofrecérselo. Importa tanto el tipo de producto como su configuración o entrega. Es decir, debemos adaptarnos a las tendencias de nuestro mercado objetivo para que nuestro producto sea aceptado. Por ejemplo, las empresas de venta de

fiambre empaquetado han cambiado su oferta hacia una oferta más baja en sal y grasas, debido a que más personas buscan una dieta sana. Asimismo, los paquetes unitarios se han reducido en cantidad, ya que los hogares son cada vez más pequeños.

- Técnico: el conocimiento técnico habla de aquello que se requiere saber para producir el producto. Debemos conocer el estado del arte de la tecnología que usaremos en la fabricación del producto y dominar la que más se ajuste a las necesidades del negocio. Se trata de conocer la maquinaria disponible, las técnicas de fabricación, el software que hay detrás, etc. Aunque en muchos casos se puede externalizar la fabricación del producto, es conveniente saber cómo se está fabricando para evitar ser engañado y para mantener el control sobre toda la cadena de valor. Esto permite también ir introduciendo mejoras e innovar en procesos que pueden llevar a mejoras de calidad y a reducciones de costes. También conviene saber qué técnicas está utilizando la competencia para saber si debemos seguirles o diferenciarnos con una técnica nueva y mejorada.
- Administrativo: conocimiento administrativo engloba tanto el referente a la administración de la propia empresa como el de la administración pública.

4.3.2. Conexión

Según Isenberg, D. (2010) la persona emprendedora comienza su andadura frecuentemente sola. Es decir, no sola por completo, ya que es habitual que exista un equipo emprendedor. Sin embargo, está solo en el mercado. Todavía no es una pieza del sistema, no

se le conoce y no tiene socios (pág. 93). Sin embargo, esto no se cumple en todos los casos. Muchos proyectos nacen con conexiones establecidas, ya que sus fundadores trabajaban en el sector por cuenta ajena y pueden aprovechar sus contactos. En estos casos las necesidades serán menores, pero conviene repasar todas las necesidades de conexión para saber cuáles pueden ser.

4.3.3. Financiación

En primer lugar, debemos de considerar las fases que existen en un proyecto, que van desde la Sensibilización (desarrollo del marco cultural para el emprendimiento), pasando por la Identificación de oportunidades, la Formulación de la idea de negocio hasta la Puesta en Marcha del emprendimiento y por último la Aceleración del mismo. Esto es así debido a que cada fase tiene unos requisitos particulares.

Ilustración 4. Fases de Fomento del Emprendimiento y Cadena de Financiamiento ver en anexo. Fuente: Estrategia SICA Empeñe, CENPROPYME 2013

Sensibilización: Es la promoción a través de diversas actividades con el propósito de fomentar la cultura emprendedora y de la innovación. En esta etapa se busca concientizar a las personas del valor y la importancia del emprendimiento, motivando a la acción

Identificación: En esta etapa se identifican y reconocen las oportunidades, problemas o necesidades del mercado a través de técnicas de observación, investigación para

posteriormente diseñar una idea de negocio básica enfocada a la diferenciación de la oferta de la competencia, definiendo una propuesta de valor clara y concreta

Formulación: En esta etapa se potencia el grado de madurez de la iniciativa empresarial a través del diseño del modelo de negocio diferenciado y comprobar si el servicio, cumple con las necesidades de los y las clientes y la definición de modelo de negocio (recibiendo al mismo tiempo acompañamiento técnico con procesos de mentoría para el diseño de la estrategia y de la visión del negocio de largo plazo

Puesta en Marcha: Aquí deben considerarse servicios que apoyen el comienzo de la operación en el mercado de los negocios, desarrollando procesos de gestión comercial. Es la etapa en la que se valida y se realizan ajustes permanentes para asegurar la innovación en el modelo de negocio con base en la información que obtiene en el mercado.

Aceleración: La aceleración de empresas comprende el incremento en la velocidad de ejecución y consecución de resultados de la gestión directiva, comercial, administrativa, financiera, tecnológica y de recursos humanos de una empresa, alineados a una serie de objetivos y estrategias de negocio en un espacio de tiempo determinado, implementándose mejoras en la productividad, competitividad, calidad, logística, expansión comercial, entre otros.

4.3.4. Infraestructura

A veces las necesidades de emprendedores son tan básicas como un cuarto con una silla, una mesa, un teléfono y una conexión a internet. Obviamente, varía la infraestructura de un negocio a otro. Algunos requieren local y mayores instalaciones y otros tienen suficiente con un despacho, pero pensemos en la primera fase del proyecto. Aquella en la que se está forjando la idea y en la que se están construyendo las bases para el lanzamiento. En este momento tan delicado la mayoría de los emprendedores requieren simplemente unas instalaciones básicas. Aquellos que pueden, trabajarán desde sus hogares, pero muchos no tienen el espacio, ni la tranquilidad. Por lo tanto, la infraestructura más básica suele ser:

- Despacho

- Medios de comunicación (teléfono, ordenador y conexión a internet)

- Salas de reuniones

- Dirección postal (apartado de correos)

Cuando se inicia indica Isenberg, D. (2010) un proyecto se dedica gran parte a análisis, planificación y comunicación (pág. 96) .Si no existe lugar para llevar a cabo estas actividades, no habrá start-up. Frecuentemente se requiere llevar a cabo reuniones con posibles socios, distribuidores, proveedores o inversores. Cuando esto no se lleva a cabo en las oficinas de la contraparte, se requiere una sala de reunión. Incubadoras y aceleradoras son

solo dos de las alternativas en las que se pueden encontrar espacios en alquiler. Muchos ayuntamientos ya ponen a disposición de sus ciudadanos espacios a precio reducido. Asimismo, existe una variada oferta de espacio de co-working, donde se pueden alquilar espacios de trabajo por horas y con acceso a salas de reuniones.

4.4.5. Matriz FODA de Emprendedores

Con los resultados de las encuestas realizadas podemos determinar la siguiente Matriz

FODA:

<i>FORTALEZAS</i>	<i>OPORTUNIDADES</i>
Lugar de comercio ya establecido. Uso de Recursos Propios.	Programas de capacitación impulsados por la empresa privada, ONGs y el gobierno.
<i>DEBILIDADES</i>	<i>AMENZAS</i>
Hay muy poca incidencia con los componentes de su Ecosistema Emprendedor. La gestión empresarial es prácticamente nula. Capacidades reducidas de mayor tecnificación. Ingresos que crecen muy poco en el tiempo o manteniéndose lineales. La capacitación es prácticamente nula. Acceso al crédito bancario no es usado.	Situación social inestables. Situación Económica en Estancamiento.

Esta matriz nos indica que la Incidencias de las técnicas de gestión empresarial en los emprendimientos ubicados en la rotonda Hugo Chávez para el año 2019 es prácticamente nula, todo el sistema operativo y de gestión se basa en un proceso empírico y de experiencia de campo auxiliados por programas muy puntuales de capacitación pero que no trascienden a una gestión empresarial completa.

Como fortalece tenemos que es un lugar de comercio ya establecido con mucha afluencia de turistas tanto nacionales como extranjero motor que impulsa que el comercio que en este se desarrolle de una manera variada.

Al ser un sector altamente turístico beneficia a los comerciantes ya que atrae directamente a sus clientes.

Recordemos que en esta avenida se celebran diferentes actividades que concentran un gran número de personas lo cual dinamiza el comercio en la zona como son: celebración del carnaval alegría por la vida, la celebración del 7 de diciembre, altares navideños como también de reyes magos y sin atrás la celebración del 19 de julio día de la revolución nicaragüense.

Otra de sus fortalece es que el uso de los recursos con los que trabajan son propios en específico el lugar de trabajo o tiangué no tiene ningún costo de arrendamiento ya que estos son partes de las exoneraciones que les brinda el gobierno; aporte significativo ya que no tienen que pagar renta y pueden invertir el dinero en compra de insumos o mejoras de infraestructura.

Dentro de las oportunidades tenemos que existen programas de capacitación impulsados por ONG tanto como la empresa privada y gobierno que brindan ayuda, asesoramiento y acompañamiento a los comerciantes,

Una de ellas son las brindadas por el INATEC Tecnológico nacional que ha diseñado cursos laborales de oficio, para lograr el autoempleo en personas con deseos de emprender un negocio.

Aprendiendo a emprender es otro de los programas El Ministerio del Poder Ciudadano para la Educación, en el marco de las políticas del Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional de fomentar en la población nicaragüense una cultura hacia el trabajo y la productividad para el buen vivir y el bien común, ha elaborado a través de la Dirección General de Educación de Jóvenes y Adultos, el texto “Aprendiendo a Emprender”, dirigido a los estudiantes que atiende el Programa de Educación de Jóvenes y Adultos.

En lo que son las debilidades se presenta que hay muy poca incidencia con los componentes de su ecosistema emprendedor aquí nos referimos que no conocen el ambiente en el que trabajan.

No conocen los beneficios que el sector público les ofrece para una mejor operatividad en sus labores como podrían ser fuentes de financiación que se materializan en forma de subvenciones, asistencia técnica en forma de capacitación.

Desconocen plenamente los centros de formación que puedan ayudarlos a tecnificarse y a formalizarse como también si existen organizaciones de apoyo a los emprendedores que brinden algún tipo de asesoría o que apoyen con algún tipo de inversión.

Otra debilidad encontrada es que la gestión empresarial en ellos es prácticamente nula desconoce qué tipo de herramienta pueden utilizar para mejorar los funcionamientos de su emprendimiento, como poder llegar al cliente satisfaciendo sus necesidades y expectativas

En relación a sus ingresos el retorno es lento se mantiene en forma lineal quiere decir que no logran aumentar el capital invertido.

En las amenazas podemos encontrar que la incertidumbre tanto social como económica que viven algunos países tiene repercusiones en el devenir de estos pequeños negocios ya que no suelen ser positivos y muchas veces provoca un parón en su economía.

Tiene un impacto negativo en el bienestar social ya reduce los consumos y produce una caída en sus ventas afectando a si su economía.

	<p>FORTALEZAS: F</p> <p>1.Lugar de comercio ya establecido. 2.Uso de Recursos Propios.</p>	<p>DEBILIDADES: D</p> <p>1.Hay muy poca incidencia con los componentes de su Ecosistema Emprendedor. 2.La gestión empresarial es prácticamente nula. 3.Capacidades reducidas de mayor tecnificación. 4.Ingresos que crecen muy poco en el tiempo o manteniéndose lineales. 5.La capacitación es prácticamente nula. Acceso al crédito bancario no es usado.</p>
<p>OPORTUNIDADES: O</p> <p>1.Programas de capacitación impulsados por la empresa privada, ONGs y el gobierno.</p>	<p>ESTRATEGIAS FO</p> <p>Usar fondos propios para financiar su participacion en cursos privados de Capacitacion Empresarial. (F2 y O 1)</p>	<p>ESTRATEGIAS DO</p> <p>Participar en cursos de capacitación en gestión empresarial que ofertan diferentes organizaciones y el estado (D 2,3,5 y O 1)</p>
<p>AMENAZAS:</p> <p>1.Situación social inestable. 2.Situación Económica en Estancamiento.</p>	<p>ESTRATEGIAS FA</p> <p>Financiar sus actividades con fondos propios ante la situación economica inestable (F2 y A 1, 2)</p>	<p>ESTRATEGIAS DA</p> <p>Ante la situación economica inestable la capacitación debe ser un pilar en la gestión de la mejora de los negocios (O 2,3,5 y A 1,2)</p>

Capítulo V

5.1. Conclusiones

La gestión empresarial es prácticamente nula a pesar de contar con algunos años ya operando como empresas, con capacidades reducidas de mayor tecnificación e ingresos que crecen muy poco en el tiempo o manteniéndose lineales. La capacitación es prácticamente nula y el acceso al crédito bancario no es usado como una fuente de financiación ya que los entrevistados solo han usado fondos propios para financiarse.

Desconocen plenamente su ecosistema emprendedor si existen leyes o políticas que fomenten el emprendedurismo en Nicaragua de los cuales puedan beneficiar e impulsar su desarrollo local.

Tras la aplicación de encuestas se confirma la hipótesis de estudio “Los comerciantes ubicados en La Rotonda Hugo Chávez para el año 2019 han logrado satisfacer sus necesidades básicas, a pesar de la ausencia gestión formal empresarial Y caracterizándose por ser emprendimientos por necesidad”, ya que los propietarios se vieron motivados a iniciar su negocio, por la falta de alternativas de empleo a través de empresas, y a así decidieron crear sus propias empresas antes de desarrollarse en organizaciones por cuenta ajena. Esto es muy común en países con economías en desarrollo y en las que los salarios son bajos.

A pesar de tener pleno desconocimiento tanto en técnicas de gestión empresarial y caracterizarse por ser de necesidad, se observó que si hay un aporte significativo a su economía familiar.

5.2. Recomendaciones

Para superar estas debilidades y limitantes de los emprendedores en estudio dentro el contexto de la investigación, es necesario impulsar a través de las entidades gubernamentales, actividades de capacitación en técnicas de gestión empresarial pero que no solo se vean como charlas y ferias, sino que promuevan Modelos de Negocios que permitan hacer la transición de Emprendimientos de Necesidad a Emprendimientos de Oportunidad.

De esta forma estos emprendedores no se encontraron estancando y darán un salto cualitativo y cuantitativo importante que incidirá positivamente en su desarrollo empresarial, familiar y de perspectivas de futuro de su contribución a la economía nacional.

5.3. Referencias y Bibliografía

Birch, D. L. (1981). Who creates Jobs? The Public Interest.

Business School. (2020). Qué es emprendimiento: definición y perspectivas. Recuperado de <https://obsbusiness.school/es/blog-investigacion/direccion-general/que-es-emprendimiento-definicion-y-perspectivas>

CENPROMYPE. (2013). *Estrategia Regional de Fomento al Emprendimiento en Centroamérica y República Dominicana*. San Salvador, El Salvador: Print Station.

Cueto, J. (2015). The Study of Bias in Entrepreneurship». *Entrepreneurship Theory and Practice*. Consultado el 14 de enero de 2020.

Díaz de León, D. (2014). De emprendimientos por necesidad a emprendimientos por oportunidad: casos rurales exitosos. *Mutlidisciplinary Business Review*.

Díaz, C. (2002). *La Creación de Empresas: Revisión Histórica de Teorías y Escuelas*. Trujillo: Ediciones La Coria. Fundación Xavier de Salas.

Gil, M. (2010). *Como crear y hacer funcionar una empresa*. ESIC - Libro Profesionales de Empresa. Octava Edición. Madrid España.

Grupo Banco Mundial. (30 de Septiembre de 2015). Noticias. Recuperado el 25 de octubre de 2017, de Emprender está de moda en América Latina: <http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2015/09/30/emprender-esta-de-moda-en-america-latina>.

Giménez, J. (2005). Promoción de la cultura emprendedora en la Universidad Yacambú. Centro de Emprendedores -Decanato de Extensión, Cultura y Deportes. Universidad Yacambú

Incubadora de Emprendedores PQS. (2019). Perfil del Emprendedor Peruano. Recuperado de <https://www.pqs.pe/actualidad/noticias/perfil-del-emprendedor-peruano>

Isenberg, D. J. (2010). How to Start an Entrepreneurial Revolution. *Harvard Business Review*, 1-12.

J. Schumpeter (1966), *Capitalism, Socialism and Democracy*, London: Unwin University Books

Gobierno de la Republica de Nicaragua. (2011). Plan Nacional de Desarrollo Humano 2012 – 2016

Lasch, F., & Yami, S. (2008). The nature and focus of entrepreneurship research in France over the last decade: a French touch? *Entrepreneurship Theory and Practice*.

Ripsas, S. (1998). Towards an interdisciplinary theory of entrepreneurship. *Small Business in Economics*, 10.

Sánchez, J. (2018). Emprendedor. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/emprendedor.html>

Tejeiro, Manuel (2017). Fortalecimiento de Ecosistemas y Promoción del Emprendimiento. Sistema de la Integración Centroamericana (SICA)

5.4. Anexos

Anexo Número Uno ***Modelo de Encuesta***



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA

UNAN - MANAGUA

Encuesta

Características del Ecosistema Emprendedor de los Comerciantes Ubicados en la Rotonda Hugo Chávez para el año 2019

Somos Estudiantes de la Carrera de Economía en la UNAN-Managua y para culminar exitosamente nuestra tesis de investigación, le solicitamos su amable apoyo con el llenado del siguiente cuestionario

Datos Generales

Nombre del Emprendimiento _____

Sexo del Dueño _____

Estado Civil del Dueño _____

Edad del Dueño _____

Nivel Académico del Dueño _____

Lugar de Procedencia del Dueño _____

Giro Principal del Negocio _____

Preguntas de Desarrollo

1. ¿Por qué decidió iniciar su negocio?

2. ¿Su negocio, es meramente familiar o trabajan personas externas a su familia?, Si fuera Familiar que nivel de relación existe.

Preguntas Específicas

3. ¿Sabe usted que es un Emprendimiento ?

4. ¿Conoce de la clasificación de un emprendimiento?

Si

No

5. Si, su respuesta fue positiva, del cual ha maneja algo?

Emprendimiento por Necesidad

Emprendimiento por Oportunidad

6. ¿Sabe usted, cómo está formado un Ecosistema de Emprendimiento?

7. ¿Ha recibido acompañamiento o capacitación del Sector Público en algún momento?

8. ¿Ha recibido acompañamiento o capacitación de algún Centros de Formación?

9. ¿Ha recibido acompañamiento o capacitación de alguna Empresa Establecida?

10. ¿Ha recibido acompañamiento o capacitación de algún Otro Emprendedor?

11. Su mayor necesidad externa ha sido:

Conocimiento

Conexión

Financiación

Infraestructura

12. ¿Conoce de algún marco legal para poder operar como empresa formal?

13. ¿Conoce de un marco legal de apoyo al emprendedor

14. ¿Tiene alguna relación con otra empresa o negocio?

Preguntas sobre gestión empresarial

15. ¿Cómo administra su negocio?

16. ¿Conoce sobre las llamadas Técnicas de Gestión Empresarial?

|Administración

Contabilidad

Finanzas

Marketing

17. Me podría decir 5 de sus puntos fuertes

18. Me podría decir 5 de sus puntos débiles

19. Elabora objetivos para su negocio, tiene misión y visión

20. ¿Existe en su negocio, una estructura organizativa

Si

No

21. ¿Existe una planificación diaria de las operaciones?

22. ¿Se realizan reuniones con los empleados?

Si

No

23. ¿Utiliza las herramientas de presupuestos?

Si

No

24. ¿Existe un proceso formal de contratación del personal?

25. ¿Lleva registros contables?

Si

No

26. ¿Aplica un control interno?

Si

No

27. ¿Posee registros en instituciones del estado?

INSS

DGI

DGA

28. ¿Maneja documentos oficiales?

Facturas

Cheques

29. ¿Tiene algún contador contratado actualmente?

Si

No

30. ¿Tiene algún sistema computarizado de registro de su mercadería?

Si

No

31. ¿Elabora Estados Financieros Básicos?

Estado de Situación Financiera

Estado de Resultados

32. ¿Cuál es su promedio de ventas mensuales estimado?

33. ¿Conoce cuál es su margen de utilidad?

34. ¿Conoce usted su punto de equilibrio?

35. ¿Conoce usted, cuál es su ciclo de efectivo?

36. ¿Aplica arqueo de caja?

Si

No

37. ¿Posee cuentas bancarias?

Si

No

38. ¿Realiza publicidad para su negocio?

Redes Sociales

Publicidad Impresa

39. ¿Su venta es sola física o lo hace también en línea?

40. ¿Ha participado en ferias de emprendedores?

Si

No

41. ¿Sabe cuál es su competencia?

42. ¿Sabe quiénes son sus principales clientes?

Si

No

43. ¿Posee un uniforme para sus colaboradores?

Si

No

44. ¿Cuál es su fuente principal de capital?

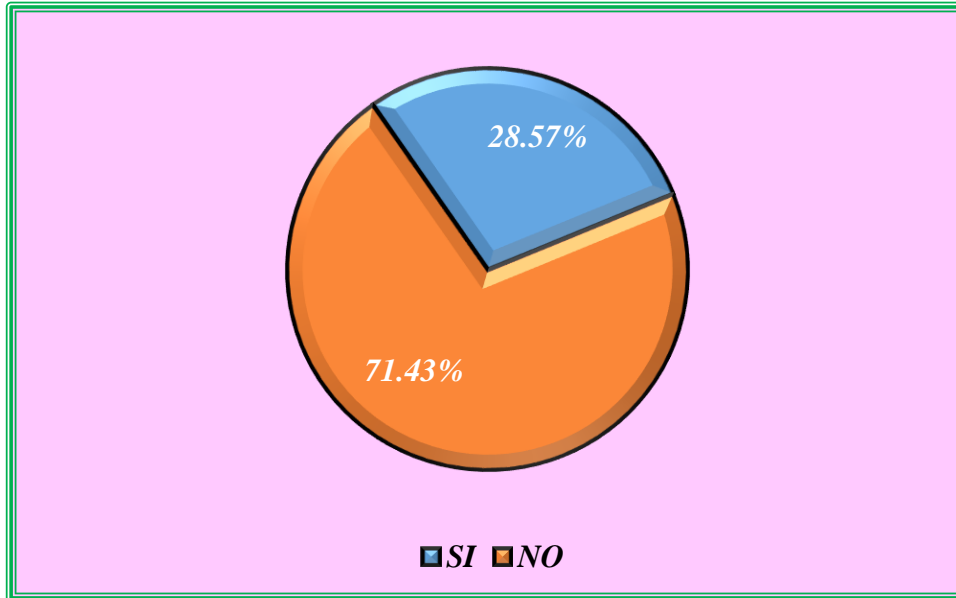
Capital Propio

Crédito Bancario

Capital Mixto

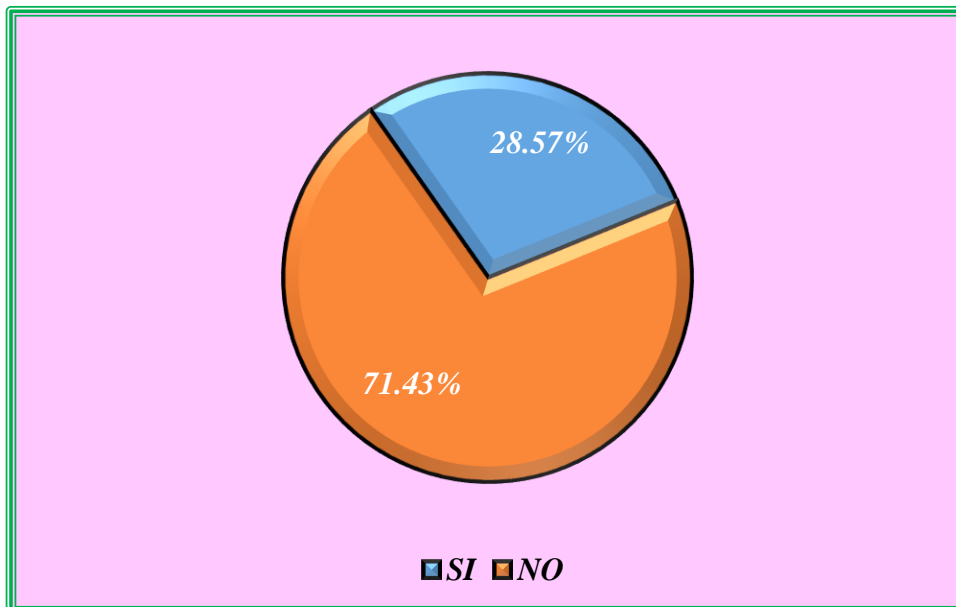
Anexo Número Dos
Gráficas Complementarias de Resultados de Encuestas:
Uso de Técnicas de Gestión Empresarial

¿Elabora objetivos para su negocio, tiene misión y visión?



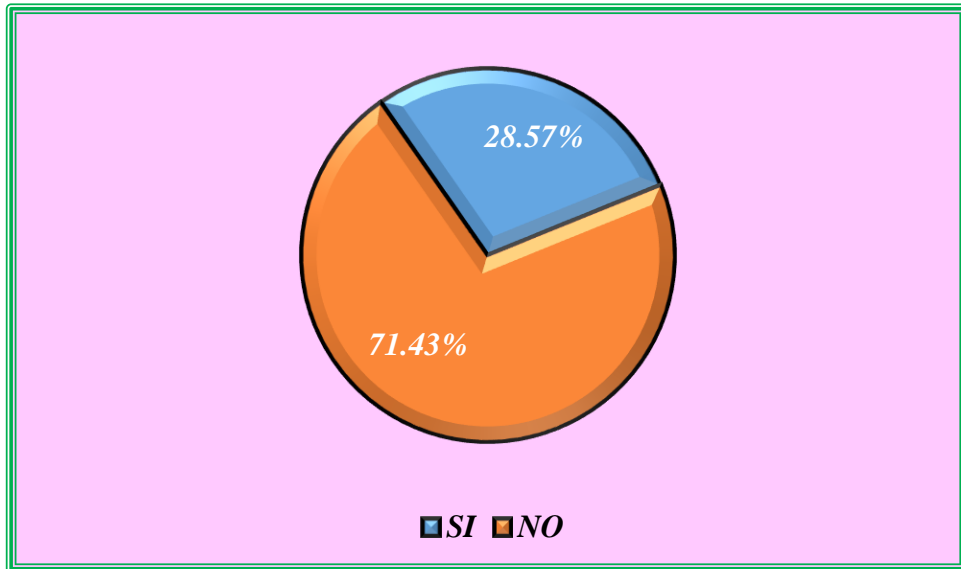
Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

¿Existe en su negocio, una estructura organizativa?



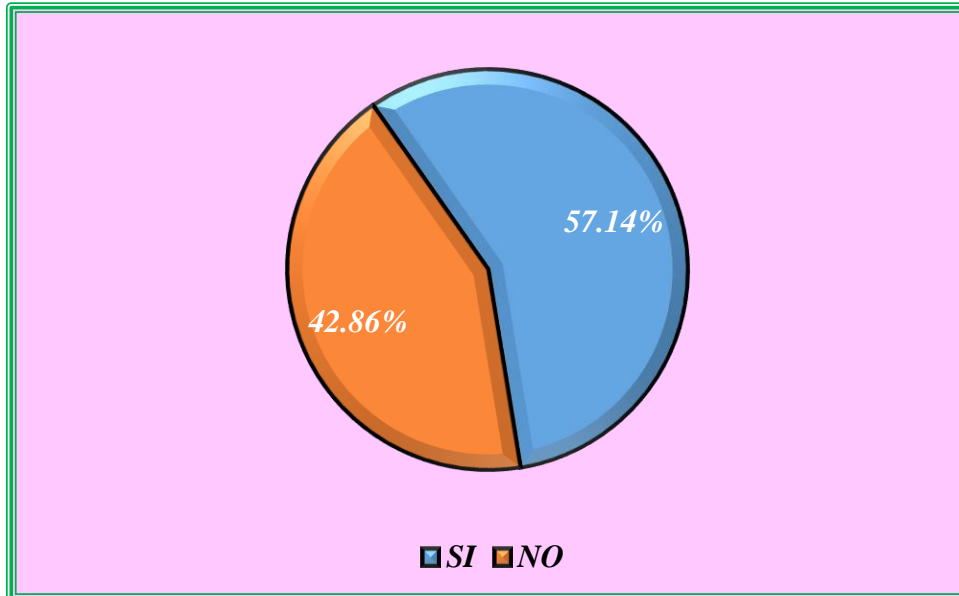
Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

¿Existe una planificación diaria de las operaciones?



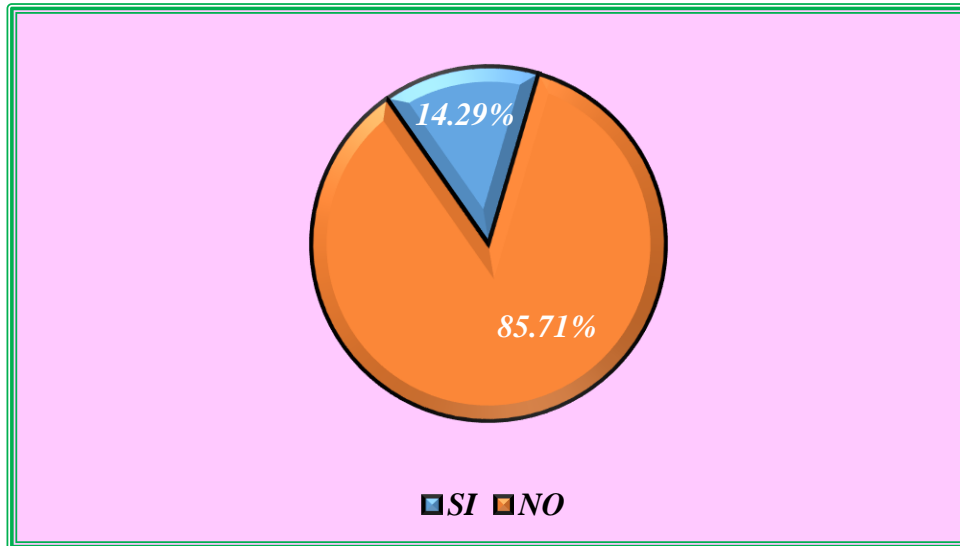
Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

¿Se realizan reuniones con los empleados?



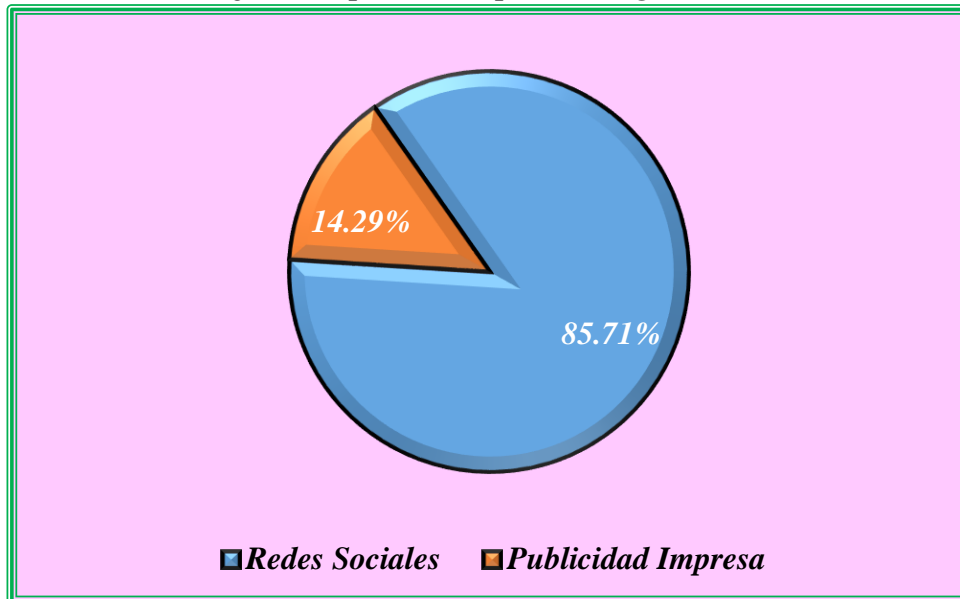
Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

¿Existe un proceso formal de contratación del personal?



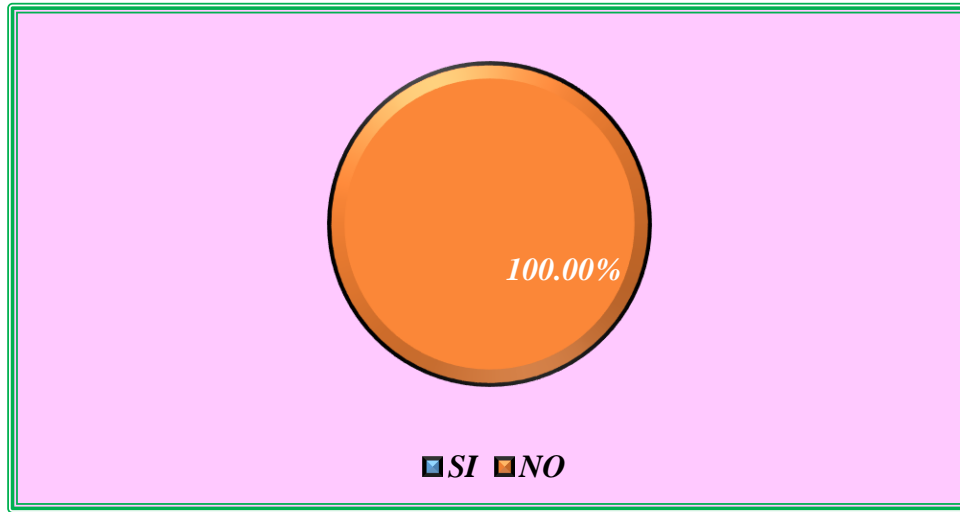
Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

¿Realiza publicidad para su negocio?



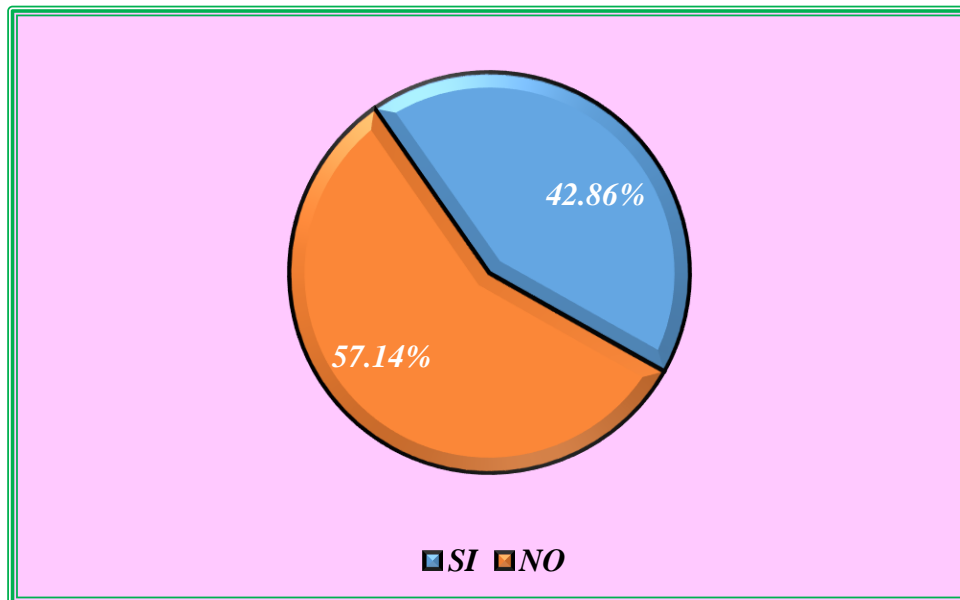
Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

¿Utiliza las herramientas de presupuestos?



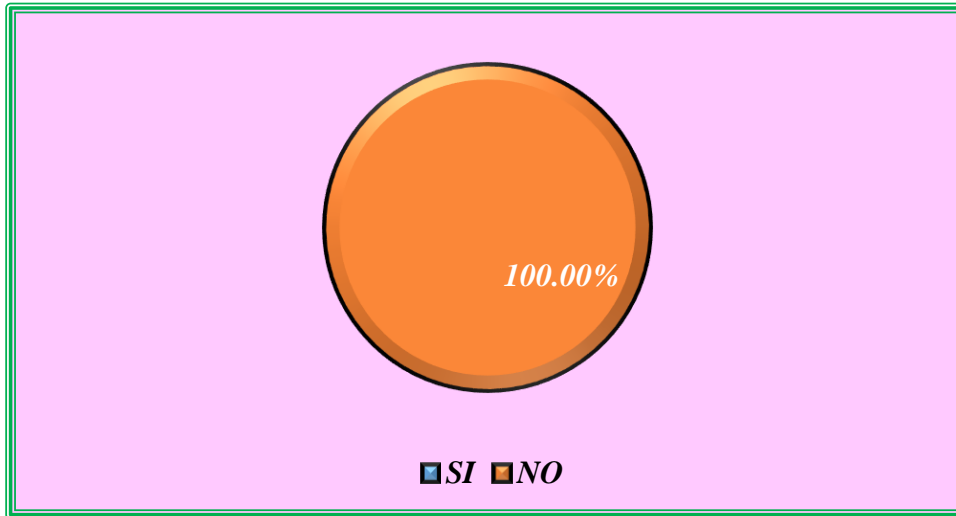
Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

¿Lleva registros contables?



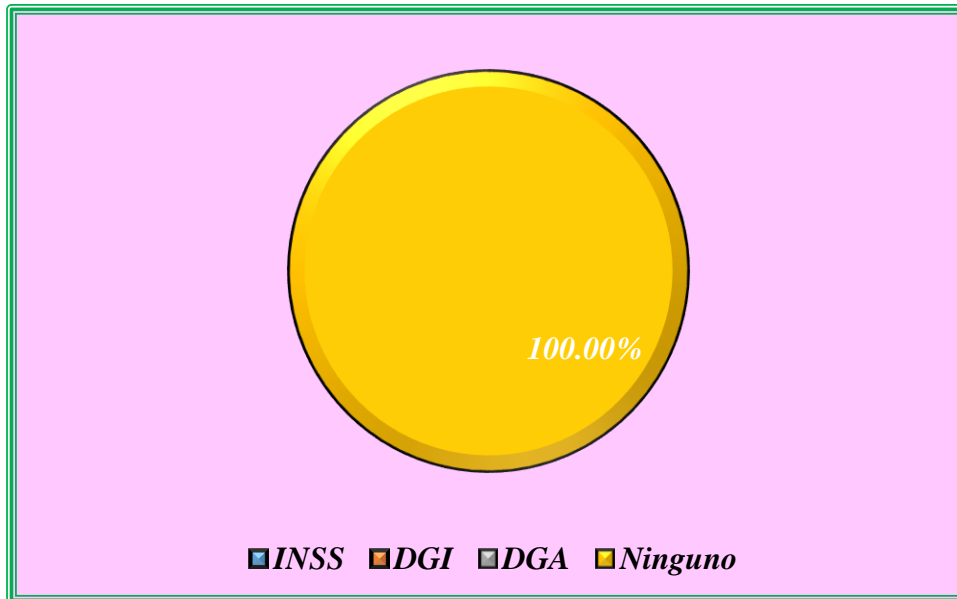
Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

¿Aplica un control interno?



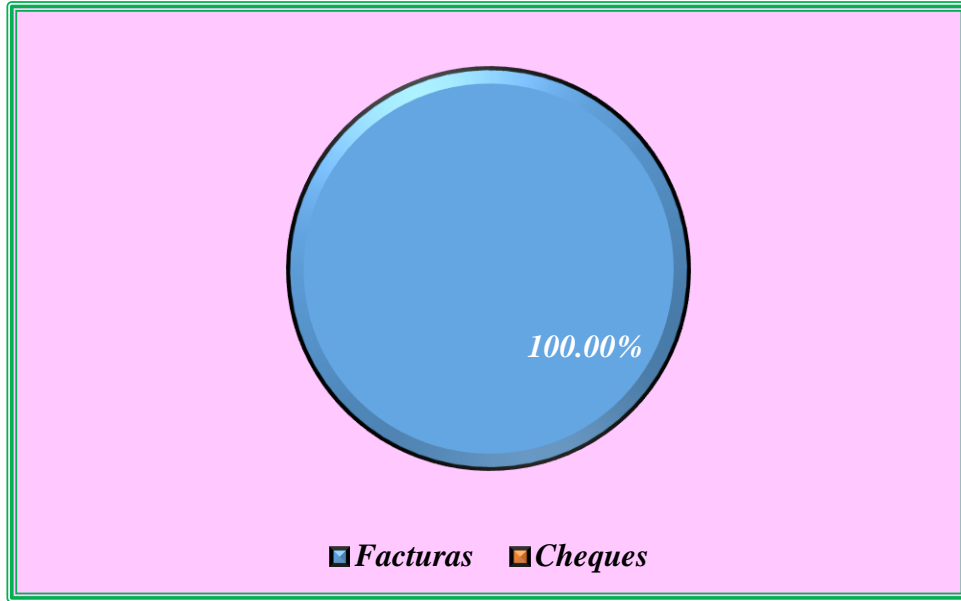
Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

¿Posee registros en instituciones del estado?



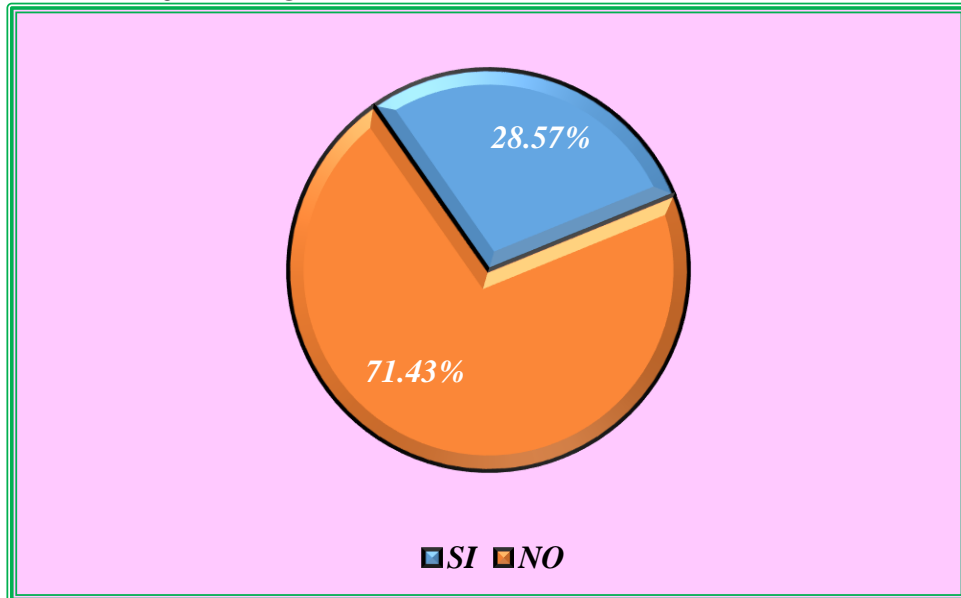
Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

¿Maneja documentos oficiales?



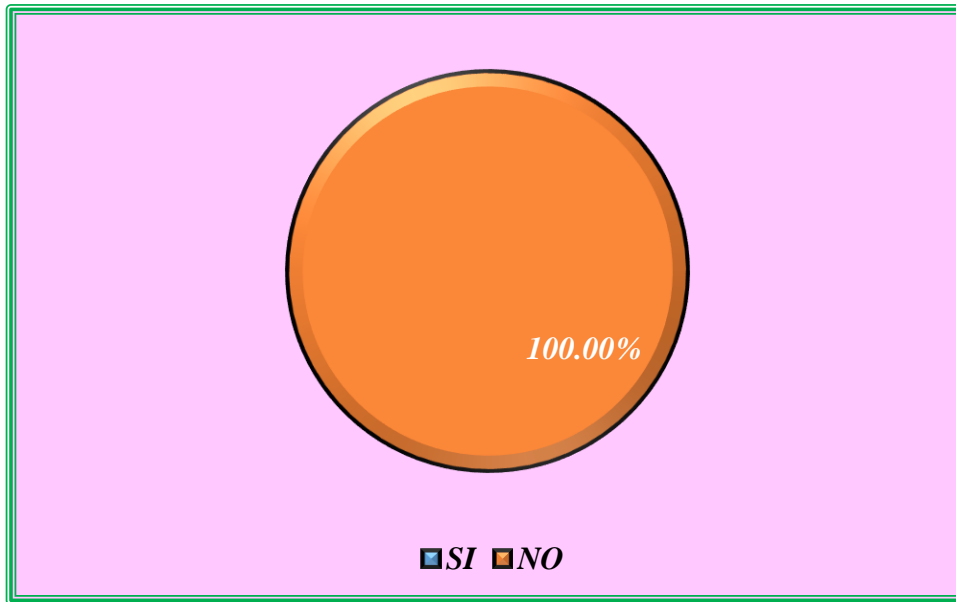
Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

¿Tiene algún contador contratado actualmente?



Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

¿Tiene algún sistema computarizado de registro de su mercadería?



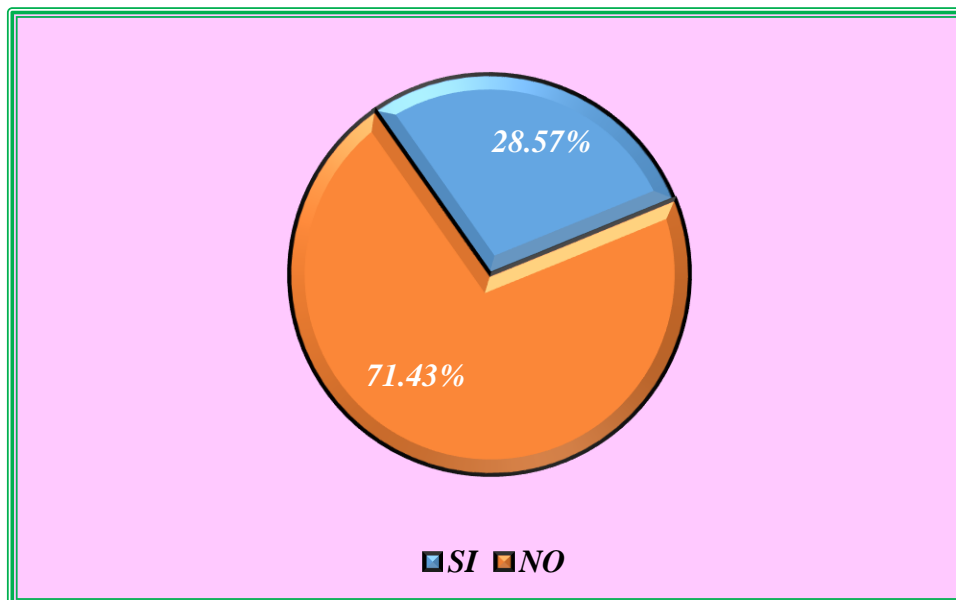
Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

¿Elabora Estados Financieros Básicos?



Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

¿Conoce cuál es su margen de utilidad?



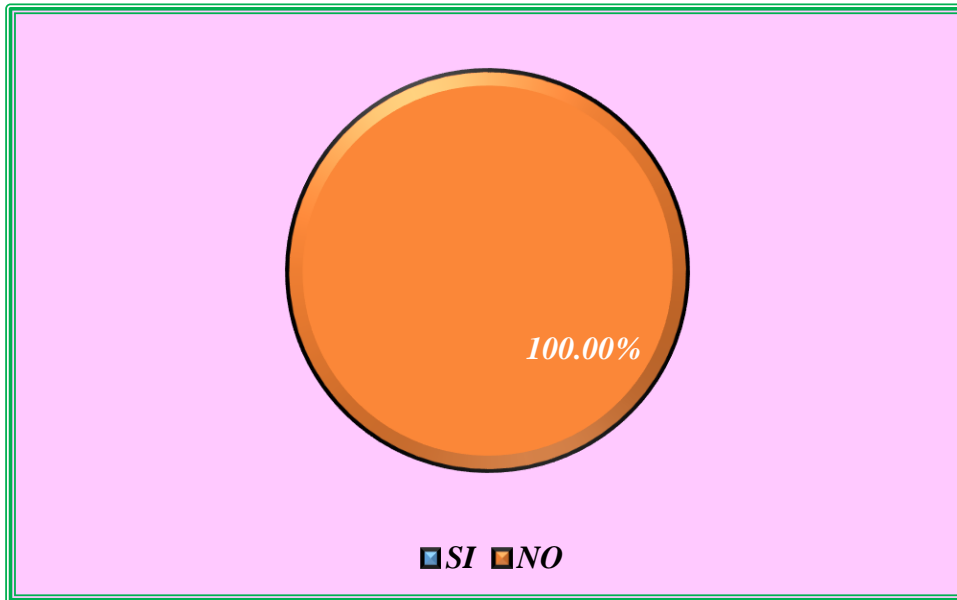
Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

¿Conoce usted su punto de equilibrio?



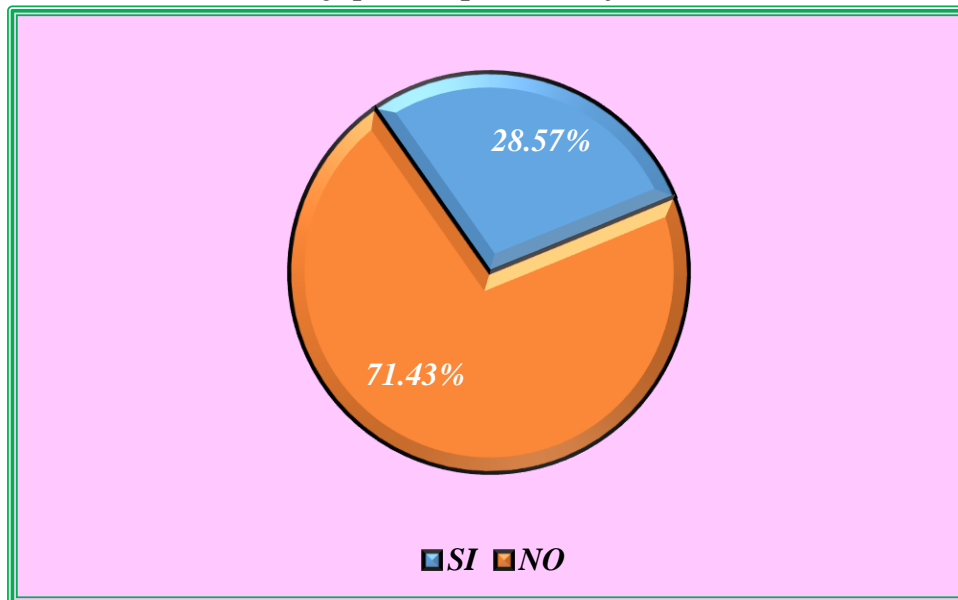
Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

¿Conoce usted, ¿cuál es su ciclo de efectivo?



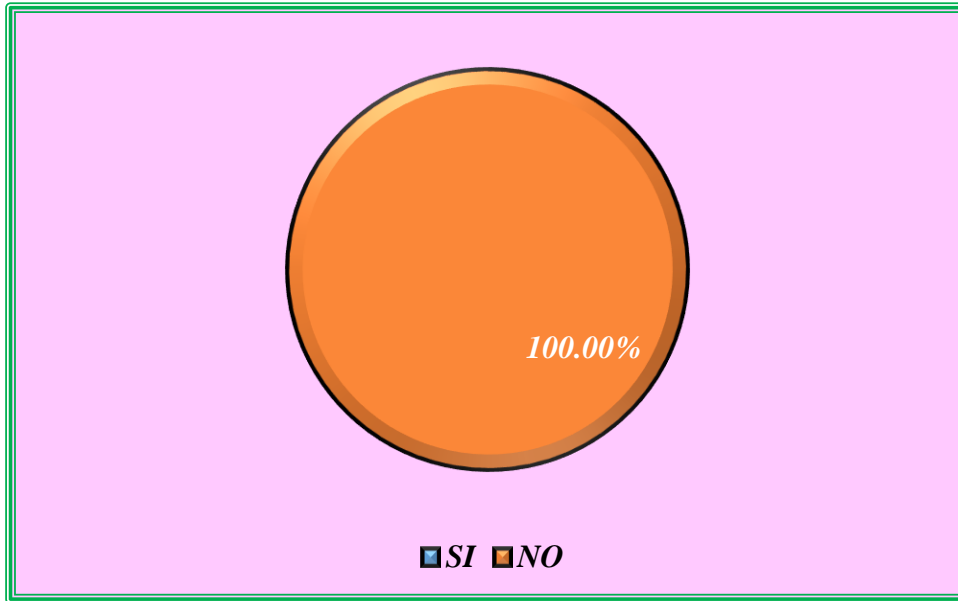
Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

¿Aplica arqueos de caja?



Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

¿Posee cuentas bancarias?



Fuente: Elaboración Propia en Base a los Resultados de Entrevistas

Anexo Número Tres

Ilustraciones

Rasgos de una Persona Emprendedora

Necesidad de independencia Tolera mal los sistemas jerárquicos.	Iniciativa Toma la delantera cuando tiene una idea.	Control interno Es dueño de sus actos y se sabe controlar.
Propensión a asumir riesgos moderados Está dispuesto a arriesgarse, pero no desmesuradamente.	Tolerancia a la incertidumbre No le importa no saber exactamente qué va a ocurrir en el futuro.	Inconformismo No está conforme con la situación en la que se encuentra.

Fuente: Sistema de Integración Económica (2017)

Características del Emprendedor

✓ Visión
"Los emprendedores suelen ser rechazados muchas veces porque ven el futuro antes de que ocurra. Tienes que estar pasos adelante de tu mercado."
Eldad Matityahu - Net Optics

✓ Flexibilidad
"Tienes que estar dispuesto a ser honesto contigo mismo y decirte "No, esto no está funcionando" para cambiar el rumbo"
Mike Colwell - Plains Angels

✓ Tenacidad
"La tenacidad es lo primero. El emprendimiento tiene que ver con el fracaso. Es normal fallar muchas veces"
Mike Colwell - Plains Angels

✓ Romper reglas
Los emprendedores están para desafiar la sabiduría convencional. Según una investigación de Berkeley y London School of Economics tienen que estar dispuestos a tomar riesgos.

✓ Pasión
"La mayoría de emprendedores que conozco piensan que cambiarán el mundo. Hay una emoción y creencia en lo que hacen que logra que puedan pasar por tiempos difíciles"
Jay Friedlander - College of the Atlantic y Babson College

✓ Creer en si mismo
"Tienes que confiar en ti. Estar dispuesto a tomar riesgos pero siendo conservador"
Jason Apfel - FragranceNet.com

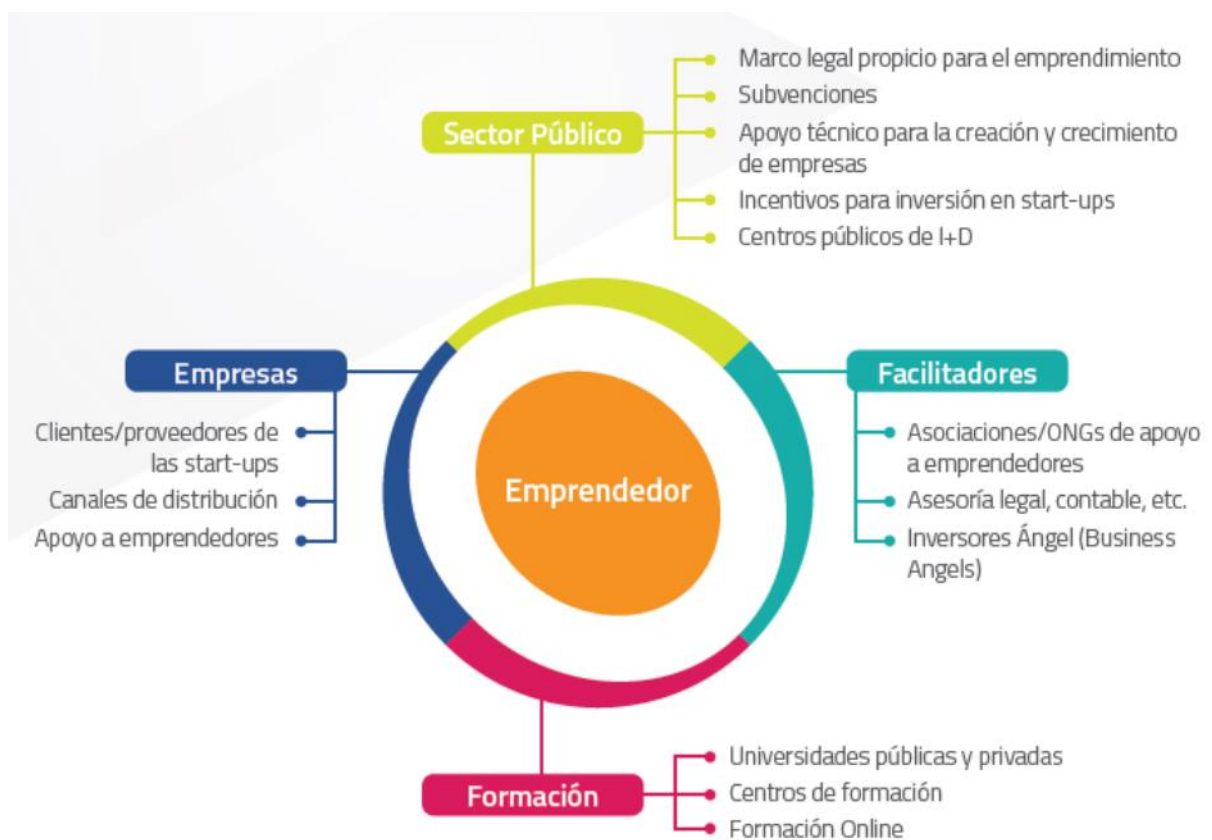
✓ Tolerancia a la ambigüedad
"Todo se resume a la habilidad de manejar el miedo. Miedo a ser humillado, a pasarte fechas de pago, quedarte sin efectivo, estar en banca rota y más"
Michael Sherrod - Texas Christian University

Fuente: La Voz de los Emprendedores (2017).

Fases de Fomento del Emprendimiento y Cadena de Financiamiento



Fuente: BBVA (2017)



Fuente: Elaboración propia adaptada de Isenberg (2011)



Fuente: Estrategia SICA Emprande, CENPROPYME 2013