



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA

UNAN - MANAGUA



2021: “Año Bicentenario de la Independencia de Centroamérica”

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS JURIDICAS

**Proyecto de Graduación para optar al grado de:
Especialista en Análisis Sociodemográfico y sus Vínculos con Políticas Públicas de
Adolescencia y Juventud**

**Título del Proyecto:
Análisis situacional del emprendimiento juvenil universitario de la UNAN-MANAGUA
y sus desafíos hacia las exportaciones, 2019-2021**

Autor(a):

Lic. Rebeca Uzziel Carranza

Tutor(a):

MSc. Jossarys Massielle Gazo Robles

Managua, Nicaragua, Enero 2021

a. AGRADECIMIENTO

A Dios primeramente por darme salud y sabiduría suficiente para poder culminar este logro tan importante de mi vida.

A cada uno de los miembros de mi familia que me han apoyado y han sido parte de mi progreso para continuar siendo una profesional ejemplar, en especial a mi tía María Carranza Mena quien ha estado conmigo en cada etapa importante de mi vida, ha sido una madre, mi mejor amiga, que a pesar de las dificultades que hemos tenido siempre ha estado para mí.

A mis maestros, quienes hicieron un traspaso de conocimientos a mi persona y tuvieron la dedicación de ser pacientes en cada módulo impartido, en especial a mi Tutora por acompañarme paso a paso en este proceso.

A una persona muy especial en mi vida de iniciales, D.N. quien ha sido parte de este proceso desde inicio y me motivo domingo a domingo a continuar yendo a clases y poder seguir creciendo de manera personal y profesional.

A la Institución MINJUVE quien me escogió entre tantos jóvenes para poder seguir contribuyendo a una mejor y prospera Nicaragua.

A mis compañeros de clases quienes han sido mi apoyo para lograr esta meta, con los cuales compartí conocimientos y aprendí muchas cosas para poner en práctica.

b. DEDICATORIA

Con mucho amor y cariño a:

A Dios, sobre todo, por darme la vida hasta el día de hoy, por la sabiduría y los conocimientos suficientes para poder culminar esta especialidad.

A los tres pilares fundamentales en mi vida, mi mamá abuela, mi mamá tía y mi madre, por sus consejos, amor, por inculcarme en todo momento el deseo de superación, valores morales y espirituales para un buen desarrollo personal y profesional. A cada uno de los lectores de este documento, el cual espero sea de mucha ayuda.

c. VALORACION DEL TUTOR

Por este medio me permito valorar positivamente el proyecto de investigación bajo el tema: Análisis situacional del Emprendimiento Juvenil Universitario y sus desafíos hacia las exportaciones 2019-2020, la cual fue realizada por la licenciada Rebeca Uzziel Carranza con número de cedula de identidad número 001-061091-0002D, para optar al grado de especialista en Análisis Sociodemográfico y sus vínculos con políticas públicas de adolescencia y juventud. de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la Universidad Autónoma de Nicaragua UNAN-Managua.

El trabajo de tesis se encuentra en el marco de línea de Investigación Juventud realidades y desafíos que implementa la especialidad de MINJUVE.

En concordancia con lo anterior, considero que el trabajo cumple con los criterios establecidos en el Reglamento de Régimen Académico Estudiantil aprobado por el Consejo UNIVERSITARIO EN Sesión Ordinaria N° 03-2013 del 08/02/2013.

Extiendo la presente carta de Tutora en la ciudad de Managua a los 25 días del mes de Enero del 2021.

MSc. Jossarys Massielle Gazo Robles
Docente- Tutora
Departamento de Antropología
Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas
Universidad Autónoma de Nicaragua UNAN-Managua

d. INDICE

| | |
|---|----|
| a. AGRADECIMIENTO | 2 |
| b. DEDICATORIA | 3 |
| c. VALORACION DEL TUTOR | 4 |
| d. INDICE | 5 |
| e. LISTA DE TABLAS Y GRAFICOS | 6 |
| f. LISTA DE ABREVIATURAS Y ACROSTICOS | 7 |
| g. RESUMEN | 9 |
| h. ABSTRACT | 10 |
| I. INTRODUCCIÓN | 11 |
| 1.1 Contexto | 12 |
| 1.2 Planteamiento del problema | 14 |
| 1.3 Justificación | 16 |
| 1.4 Exposición de la estructura del documento | 17 |
| 1.5 Propuesta de mejora | 17 |
| 1.6 Antecedentes | 18 |
| A nivel internacional | 19 |
| A nivel nacional | 20 |
| II. Proceso del Diagnostico | 23 |
| 2.1 Introducción al Diagnostico | 23 |
| 2.2 Objetivos del Diagnostico | 24 |
| Objetivo General | 24 |
| Objetivos Específicos | 24 |
| 2.3 Marco teórico: marco jurídico | 25 |
| 2.4 Diseño metodológico de la intervención diagnóstica | 35 |
| 2.5 Procedimientos de intervención | 36 |
| 2.6 Principal resultado de la intervención diagnóstica | 40 |
| III- Propuesta de Mejora | 53 |
| 3.1. Ficha Técnica del proyecto | 53 |
| 3.2- Objetivos del proyecto | 54 |
| 3.3 Descripción del Proyecto | 55 |
| 3.4 Marco lógico | 56 |
| 3.5 Presupuesto | 62 |
| 3.6 Calendario de actividades del proyecto | 64 |
| 3.7 Estrategia de comunicación | 66 |
| IV. Conclusiones | 67 |
| V. Recomendaciones | 69 |
| VI. Bibliografía | 70 |
| Anexos | 72 |
| a. Guía de entrevista dirigida expertos / coordinadores/ maestros en emprendimiento | 72 |
| b. Guía de entrevista dirigida al emprendedor | 74 |
| c. Procedimiento de inscripción para ser exportador | 76 |
| d. Fotos | 78 |
| d. Plataforma virtual del Proyecto 1 | 79 |

e. LISTA DE TABLAS Y GRAFICOS

| Nombre de las Tablas | Pág. |
|---|-------------|
| Tabla N1. Correlación de los ODS, políticas públicas y programas de gobierno, con el tema de esta investigación | 18 |
| Tabla N2. Criterios de la selección de la muestra teórica | 36 |
| Tabla N3. Línea base del diagnostico | 37 |
| Tabla N4. FODA de los jóvenes emprendedores | 51 |
| Tabla N4. Matriz de marco lógico | 56 |
| Tabla N5. Presupuesto | 62 |
| Tabla N6. Resumen de presupuesto | 63 |
| Tabla N7. Calendario de actividades del proyecto | 64 |
| | |
| Nombre de las ilustraciones | Pág. |
| Ilustración N1. Ubicación macro y micro del diagnostico | 23 |
| Ilustración N2. Árbol de problemas | 38 |
| Ilustración N3. Árbol de objetivos | 39 |
| Ilustración N4. Nivel de porcentaje en el que se encuentra Nicaragua en materia de emprendimiento | 40 |
| Ilustración N5. Marco conceptual del Emprendimiento universitario | 50 |
| Ilustración N6. Tienda virtual de ropa femenina, emprendimiento de Jorleny Robleto | 45 |
| Ilustración N7. Chihealth, emprendimiento de Ana Francis Chow | 46 |
| Ilustración N8. Emprendimiento Santa Ana de Martín Miranda | 47 |
| Ilustración N9. Café Don Pancho, emprendimiento de Yolanda Castro | 47 |
| Ilustración N10. Emprendimiento nebulizador, Gamaliel Flores y Cesar Bravo | 48 |
| Ilustración N11. Emprendimiento de cultivo Hidropónico, por Camilo Olivas | 49 |
| Ilustración N12. Marco Conceptual del emprendimiento universitario | 50 |
| Ilustración N13. Procedimiento de inscripción de exportación | 76 |
| Ilustración N14. Proceso de exportación | 77 |
| Ilustración N15. Plataforma virtual del proyecto | 80 |

f. LISTA DE ABREVIATURAS Y ACROSTICOS

| | |
|-----------|--|
| CDEE | Centro de Desarrollo de Espiritu Empresarial |
| CETREX | Centro de Trámites de las Exportaciones |
| CNU | Consejo Nacional de Universidades |
| CONACAFE | Consejo Nacional de Café |
| CONICYT | Consejo Nicaragüense de Ciencia y tecnología |
| DIREX | Dirección de Extensión Universitaria |
| DGI | Dirección General de Ingresos |
| GRUN | Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional |
| HACKATHON | Término usado en las comunidades hacker para referirse a un encuentro de programadores cuyo objetivo es el desarrollo colaborativo de software |
| INATEC | Instituto Nacional Tecnológico de Educación |
| INIDE | Instituto Nacional de Información de Desarrollo |
| INPESCA | Instituto Nacional de Pesca y Acuicultura |
| IRUDESCA | Integración Regional, Universidad y Desarrollo Sostenible en Centro América. |
| IPSA | Instituto de Inspección y Sanidad Agropecuaria |
| MEFCCA | Ministerio de Economía Familiar Comunitaria. Cooperativa y Asociativa. |
| MIFIC | Ministerio de Fomento, Industria y Comercio |

| | |
|-----------|---|
| MINED | Ministerio de Educación |
| MINJUVE | Ministerio de la Juventud |
| MIPYMES | Micro, pequeña y mediana empresa |
| ND | Nicaragua Diseña |
| NE | Nicaragua Emprende |
| ODS | Objetivos de Desarrollo Sostenible |
| PENAEP | Programa Educativo Nacional Aprender, Emprender, Prosperar |
| PIB | Producto Interno Bruto |
| PROMIPYME | Programa nacional multianual de apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa |
| TIC | Tecnología de la información y las comunicaciones |
| UALN | Universidad Abierta en línea de Nicaragua |
| UNAN | Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua |

g. RESUMEN

La presente investigación surge con el objetivo de, fomentar el emprendimiento juvenil, en el sector público, retomando las diferentes iniciativas para el desarrollo de capacidades en las y los jóvenes nicaragüenses. Además, aportar con información de procesos de exportación para la juventud emprendedora. El emprendimiento desempeña un rol muy importante en el desarrollo económico y en la creación de empleo de los países, por tal razón, Nicaragua tiene el reto de promover, el incremento de los emprendimientos juveniles universitarios para un mayor éxito en el ámbito empresarial y lograr un mayor aporte a economía del país. Por tal razón el presente documento explica la problemática que actualmente afecta a los pequeños negocios de jóvenes universitarios de la UNAN-Managua, que actualmente no logran ser incorporados en materia de exportación; es por ello, que se hace necesario describir el perfil del emprendedor juvenil universitario de la UNAN-Managua, y explicar el proceso de formación que le brinda dicha institución. Se pretende aportar con alternativas de posibles soluciones, contando con alianzas interinstitucionales para que estos jóvenes cuenten con el apoyo suficiente y sean emprendimientos generadores de empleos, aporte en la economía familiar y mejoramiento de la economía de nuestro país. La realización de una buena gestión administrativa y un adecuado apoyo por parte del Estado a los Emprendimientos, relacionado al tema de exportación y de cómo estos emprendimientos puedan ir potenciando nuevos productos, bienes y servicios. La investigación realizada es producto de la selección de emprendedores universitarios de la UNAN-Managua. Dejando en claro que para el Estado de Nicaragua es importante brindar apoyo y asistencia a los jóvenes porque son el futuro del mañana y de esta manera se cumplen con ciertos Objetivos del Desarrollo Sostenible.

Palabras claves: Emprendimiento, universitario, jóvenes, estado, exportaciones.

h.ABSTRACT

This research arises with the objective of promoting youth entrepreneurship in the public sector, taking up different initiatives for the development of capacities in Nicaraguan youth. Also, provide information on export processes for entrepreneurial youth. Entrepreneurship plays a very important role in economic development and in the creation of jobs in the countries, for this reason, Nicaragua has the challenge of promoting the increase of university youth entrepreneurship for greater success in the business environment and achieve greater contribution to the country's economy. For this reason, this document explains the problem that currently affects the small businesses of young university students from UNAN-Managua, who are currently not able to be incorporated in export matters; For this reason, it is necessary to describe the profile of the university youth entrepreneur at UNAN-Managua, and explain the training process provided by said institution. It is intended to provide alternatives for possible solutions, counting on inter-institutional alliances so that these young people have sufficient support and are job-generating ventures, contribution in family praise and improvement of the economy of our country. The realization of good administrative management and adequate support from the State to the Ventures, related to the export issue and these ventures can gradually promote new products, goods and services. The research carried out is the product of the selection of university entrepreneurs from UNAN-Managua. Making it clear that for the State of Nicaragua it is important to provide support and assistance to young people because they are the future of tomorrow and in this way they meet certain Sustainable Development Goals.

Keywords: Entrepreneurship, university, youth, state, exports.

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación denominada “Análisis situacional del Emprendimiento Juvenil Universitario de la UNAN-Managua y sus desafíos hacia las exportaciones, 2019-2021”, tiene la objetividad de analizar los diferentes emprendimientos juveniles de la UNAN-Managua, cuales son los desafíos que presentan para llegar a mercados internacionales a través de las exportaciones, describir aspectos geográficos, identificar las fortalezas y limitantes que tienen sus emprendimientos para incursionar en mercados internacionales tomando en cuenta todos los conocimientos adquiridos hasta la fecha. Al alcanzar esos objetivos de investigación, se realiza una propuesta de mejora, al plantear la viabilidad de una plataforma virtual informativa en la que se brindara apoyo de los procedimientos para internacionalizar las microempresas de estos; también se busca la promoción de las exportaciones del país a través de capacitaciones y habilidades de gestión comercial y procesos operativos de exportaciones, lo antes mencionado se busca trabajar de manera estratégica con instituciones del Estado y organizaciones que busquen apoyar los emprendimientos juveniles.

El presente trabajo se enfoca en materia de emprendimiento, por ser una idea de negocio el cual se puede desarrollar, una idea de producto o servicio destinado a cubrir una necesidad económica de manera personal, familiar o bien a suplir una necesidad en el mercado. Por otro lado, la innovación se enfoca más en crear o mejorar un producto o servicio, sin embargo, la innovación y el emprendimiento son un factor clave en el desarrollo económico e integral de una economía emergente. Que dan lugar a cambios tecnológicos, empleos y formación de capital.

1.1 Contexto

Nicaragua, un país de la región Centroamericana, ubicado entre los océanos pacíficos y atlántico, es un país de gente mayoritariamente joven. Según estimaciones obtenidas del (Instituto de Desarrollo de Nicaragua (INIDE), 2017) existe una población menor de 19 años, que incluyen niñas, niños y adolescentes; lo cual representa más del 42 por ciento de la población total del país, que equivale a un 6.2 millones de habitantes. Es un país constituido como estado unitario, que se ubica en el propio istmo centroamericano. Limita al norte con Honduras, al sur con Costa Rica, al oeste del Océano Pacífico y al este con el Océano Atlántico. El territorio de Nicaragua tiene una superficie aproximada de 130 494 km², con una población de 6.465.513 personas, se encuentra en la posición 111 de la tabla de población, compuesta por 196 países y presenta una moderada densidad de población, 50 habitantes por Km².

Nicaragua es un país donde la mayoría de su población es joven, los cuales se caracterizan por tener un espíritu emprendedor, aprovechando esta virtud en los últimos 12 años el Gobierno de Reconciliación Unidad Nacional (GRUN) ha venido promoviendo el tema de innovación y emprendimiento desde las aulas de clases desde 7mo a 11avo grado con diferentes guías metodológicas y documentación necesaria impartida por los docentes. Cuentan con diferentes programas para aprender a emprender e innovar en sus ideas con diversas capacitaciones que los llevan a aprovechar todos sus talentos, aptitudes, habilidades, inteligencia y voluntad que les permiten desarrollarse como emprendedores, y así contribuir de forma significativa, a través de este fenómeno al desarrollo socioeconómico del país.

Con una población de 5.7 millones de habitantes y un PIB per cápita de US\$ 945.5, Nicaragua se ubica en el puesto 120 de 134 países que participan del ranking mundial de competitividad, según el Índice 2008 – 2009 elaborado por el Foro Económico Mundial. Por sus características, el país es clasificado como una economía basada en factores productos básicos (“factor driven economy”). Es decir, es una economía basada en factores productivos básicos, por ende, tiene una mayor incidencia en la generación de emprendimientos por necesidad, y menos en la generación de emprendimientos por oportunidad.

El tema de innovación y emprendiendo, que promueve el Gobierno de Reconciliación Unidad Nacional (GRUN), ha estado presente en los jóvenes universitarios de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-Managua), fundada desde 1812, año en que se decreta la constitución del Seminario de San Ramón, en León, donde se formaban los estudiantes que luego debían viajar a Guatemala para obtener los grados de bachiller, licenciado o doctor. Con la construcción del Recinto Universitario Rubén Darío (RURD) en 1968, las Facultades de Economía y de Ingeniería y la Escuela de Ciencias de la Educación se trasladaron al mismo, en aproximadamente veinte pabellones en los que se incluían las oficinas administrativas, biblioteca, laboratorios, aulas y despachos de profesores. actualmente la UNAN-Managua cuenta con más de 40 mil estudiantes activos, con 77 carreras y 78 postgrados.

En el año 2020, se crea la Dirección de Extensión Universitaria (DIREX), que tiene como objetivo promover y articular la difusión del conocimiento, investigación, ciencia, cultura, y el deporte en la comunidad universitaria a través de las diferentes Facultades, departamentos y Centros de Investigación que promuevan la cooperación con la sociedad y desarrollo los universitarios en diferentes etapas, bajo esta Dirección se ha participado en 20 proyectos de innovación y emprendimiento, entre alguno de ellos podemos mencionar, agroindustria, tecnología, salud, medio ambiente, productos de bellezas, arte, diseño gráfico, entre otros. En otro aspecto la Universidad ofrece la carrera “Ciencias de la Educación con Mención en Innovación y Emprendimiento.

1.2 Planteamiento del problema

El perfil del emprendedor juvenil latinoamericano es bastante particular. Según (Vinicio, 2017), en la investigación de la Organización Youth Business International, el 68% de ellos es motivado a hacer negocios por la oportunidad y sólo 32% es motivado por la necesidad. Casi el 70% de ellos tienen educación secundaria concluida o estudios post secundaria. La fuente de financiamiento de estos jóvenes emprendedores es mayoritariamente a partir de ahorros personales (52%) y de bancos y otras instituciones financieras (26%). Lo cual refleja desarrollo limitado de otros mecanismos de financiación para el emprendimiento. Adicionalmente, estos jóvenes desarrollan nuevas empresas en el sector de servicios orientados al consumidor (63%), como venta al menudeo, hoteles y restaurantes. Finalmente, un 47% de ellos se encuentra en el tercio superior de la distribución de ingreso de la población.

En cambio en Nicaragua existe apoyo para el emprendimiento juvenil a través de varias plataformas que fueron creadas en el 2018, como Nicaragua Emprende, Nicaragua Diseña, Hackthon Nicaragua, entre otros, estos diferentes programas motivan a la juventud emprendedora a ser participe cada año, estas plataformas cuando son realizadas se hacen presentes empresas privadas como la banca privada, navieras, entre otros invitados están Instituciones del Estado que están vinculadas con los negocios de los jóvenes emprendedores.

El Emprendimiento juvenil universitario de la UNAN-Managua cuenta con una carrera desde hace dos años en Ciencias de la Educación con mención en Innovación y Emprendimiento, esto ha permitido formar a los jóvenes como estudiantes integrales con capacidad de fomentar la innovación a través de ideas creativas que busquen darle solución a problemas reales. Se apoya a estos jóvenes de todas las facultades para que participen en diferentes ferias, antes mencionadas, que impulsa el Gobierno de Reconciliación y de Unidad Nacional (GRUN). Además, la UNAN-Managua y FAREM-Estelí participan en la competencia de innovación y emprendimiento, estas ferias incluyen tanto a los jóvenes universitarios y docentes de los recintos antes mencionados, junto a la Universidad de Grand Valley. Otro espacio es en la competencia de Rally Latinoamericano de innovación, donde ha obtenido puestos destacables.

Sin embargo estos jóvenes participantes de esta plataforma y espacios no se les ha dado el seguimiento necesario para que en algún determinado momento o etapa de pequeños empresarios lleguen a incorporarse en mercados internacionales de manera formal, debidamente *inscritos como exportadores* ante las Instituciones pertinentes como: DGI, CETREX, DGA, de ¿cuánto tiempo tardan estas instituciones en dar respuesta?, ¿qué documentos debe de presentar para poderme inscribir ante ellos?, estas instituciones son las principales, el resto es en dependencia del producto a exportar. Y que así puedan aprovechar los Acuerdos Comerciales que Nicaragua tiene suscrito, porque el acompañamiento que por ejemplo les brinda el MEFCCA es a mercados nacionales, sin embargo, MEFCCA estuvo un tiempo invitando a otra Institución, CETREX, para que brindara charlas del procedimiento de cómo ser exportadores, pero dichas charlas fueron específicamente a Cooperativas, no a jóvenes emprendedores.

En Nicaragua, en un breve análisis situacional, se logró investigar, que no existe un lugar en específico al que los jóvenes emprendedores y jóvenes universitarios nicaragüense puedan tener acceso a información que incluya todo el procedimiento que conlleva ser partícipe de estos mercados en el cual están vinculadas varias instituciones del Estado como Dirección General de Servicios Aduaneros (DGA), Dirección General de Ingresos (DGI), CETREX (Centro de Trámites de las Exportaciones), INPESCA (Instituto Nacional de Pesca y Acuicultura), Instituto de Inspección y Sanidad Agropecuaria (IPSA), Consejo Nacional de Café (CONACAFE) entre otras, según el tipo del rubro del producto en el que los emprendedores hayan innovado.

No existe un fondo que les apoye a incorporarse internacionalmente, porque el tema de exportaciones conlleva ciertos procedimientos que cumplir, como el proceso del despacho en aduanas, logística internacional (transporte terrestre, marítimo, aéreo); y otros pagos adicionales que pueden llevar según el rubro del producto, un ejemplo claro es el Café Nicaragüense, que para poderlo exportar necesita de un aporte que se paga a las cuentas del Banco Produzcamos, administrado por CONACAFE, esto lo estipula la Ley 368 del Café.

Lo mencionado anteriormente, permite realizar la siguiente pregunta: ¿Cómo puede el emprendimiento Juvenil Universitario, lograr superar el desafío de las exportaciones?

1.3Justificación

La importancia de la presente investigación radica en que posee, *conveniencia*, al analizar el emprendimiento juvenil como es una estrategia que utilizan las entidades públicas y privadas para activar la economía de un país. Se realiza un estudio, con el fin de apoyar a los jóvenes emprendedores para incursionar a mercados internacionales, como una opción, la cual es viable, porque no sólo se abre puertas al emprendedor, sino que el país sigue creciendo a nivel económico, se genera una atracción para inversionistas tanto como extranjeros y nacionales, se aprovechan de una mejor manera los tratados de libre comercio a los que Nicaragua está suscrito

La investigación también es importante por su, *relevancia social*, para lo sociedad nicaragüense, porque el emprendimiento es el mejor camino para crecer económicamente, para ser independientes, ser generadores de nuevos empleos, para ser un apoyo en nuestra economía familiar y del país; sobre todo para mejorar nuestra calidad de vida y que vaya acorde con nuestras expectativas tanto profesionales como personales. Los beneficiados del resultado de esta investigación serán jóvenes universitarios emprendedores de todo el país, teniendo acceso de paso a paso de cómo acceder a mercados internacionales para que sus emprendimientos puedan crecer y obtengan mejores ingresos.

Por ultimo contiene, *implicaciones prácticas*, porque ayudará a resolver el problema de la falta de desinformación que existe para los jóvenes en tema de emprendimiento a nivel internacional, tema el cual en las diferentes regiones solo ha sido tratado para que estos emprendimientos lleguen a mercados locales, pero por medio de la creación de una plataforma web, estos jóvenes conocerán paso a paso la manera de incursionar sus productos o innovaciones no solo a nivel local sino a nivel regional.

1.4 Exposición de la estructura del documento

El presente trabajo está dividido en diferentes secciones, en la primera sección se presentará un análisis sobre la situación del emprendimiento juvenil en Nicaragua (UNAN-Managua), logros y principales obstáculos para emprender y exportar

En una segunda sección se detalla una síntesis de los requerimientos para iniciar el proceso de exportación de nueva empresa en la región.

En la tercera sección del documento se presenta una síntesis de los principales hallazgos en cuanto a buenas prácticas para fomentar el emprendimiento juvenil.

En la cuarta sección se aborda la propuesta de proyecto, se realiza una línea de base, árbol de problemas, árbol de objetivos, que permitió la elaboración de un Marco Lógico.

1.5 Propuesta de mejora

Nicaragua actualmente cuenta con diferentes programas de capacitación e incursión de los jóvenes en materia de emprendimiento bajo diferentes instituciones del estado que promueven este tema, sin embargo el presente trabajo, viene a mostrar una propuesta sobre “estrategias de emprendimientos en la que los jóvenes puedan acceder a través de estos nuevos negocios a mercados internacionales” herramientas que a su vez le permitirán conocer paso a paso el proceso de integración al mundo del comercio exterior.

1.6 Antecedentes

Los emprendedores son un elemento esencial en el desarrollo sostenible, impulsan y dan forma a la innovación, promueven los cambios estructurales en la economía e introducen nueva competencia; lo cual contribuye a aumentar la productividad y por ende la competitividad. el emprendimiento contribuye a la creación de nuevos empleos, su papel en el crecimiento económico y en la reducción de la pobreza es mayor. Ante esta realidad, esta investigación, cumple con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) numero 4 y 8, las políticas nacionales y programas de Nicaragua.

Tabla NI. Correlación de los ODS, políticas públicas y programas de gobierno, con el tema de esta investigación

| OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE | POLÍTICA NACIONAL | PROGRAMAS DE GOBIERNO |
|--|--|--|
| <p>ODS 4. Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos.</p> <p>4.4. De aquí a 2030, aumentar considerablemente el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento</p> <p>4.4.1. Proporción de jóvenes y adultos con competencias en tecnología de la información y las comunicaciones (TIC), desglosada por tipo de competencia técnica</p> | <p>Política del Ministerio de Educación 2007-Mejor educación, Mejores currículum, Mejores maestros, Mejores estudiantes, Mejores escuelas.</p> | <p>Desarrollo Curricular: Educación técnica</p> <ul style="list-style-type: none"> •7,124 materiales dotados del módulo formativo de Cultura Emprendedora de Educación Técnica (presencial y en línea) <p>Para el protagonista: Capacitación</p> <ul style="list-style-type: none"> •El módulo formativo de Cultura Emprendedora (presencial y en línea) •El manual de Cultura Emprendedora |
| <p>ODS 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y Productivo y el trabajo decente para todos.</p> <p>8.3. Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros</p> <p>8.6. De aquí a 2020, reducir considerablemente la proporción de jóvenes que no están empleados y no cursan estudios ni reciben capacitación.</p> | <p>-Políticas de Modelo de desarrollo para las MiPymes</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Nicaragua Emprende - Nicaragua Diseña - Hackathon Nicaragua - Ferias de Economía Familiar |

Fuente: Propia

A nivel internacional

Los autores (Garcia & Garcia, 2015) publican la investigación, “Emprendimiento Empresarial Juvenil: Una evaluación con jóvenes estudiantes de universidad”. Este concluye que el emprendimiento empresarial juvenil puede ser una estrategia adecuada para: (1) enfrentar la crisis de empleo decente; (2) agenciar al sujeto joven, siempre y cuando existan las condiciones materiales y culturales propicias para llevarlo a cabo.

El 1ro de Junio, (Mumuera Gomez & Gomez, 2016), elaboran el documento “Innovación y emprendimiento social en el proceso de enseñanza. Nuevas narrativas universitarias”. Este documento presenta la utilización de narrativas apreciativas como estrategia para intervenir en la construcción del espíritu innovador que debe de tener un estudiante universitario para participar como profesional en la sociedad. La innovación y el emprendimiento social son competencias que el estudiante debe adquirir, así como las habilidades que le capacitan para emprender acciones en su contexto social que cambien el devenir profesional con suficiente autonomía.

En el 2017, (Barriero, Cherez) elabora una investigación denominada, cultura empresarial en estudiantes universitarios, cuyo objetivo principal es plantear la formación empresarial teniendo en cuenta a la cultura de los estudiantes universitarios, la visión que tienen con el modo empresarial, tomando en cuenta diversos elementos de la teoría general y las experiencias que el CDEE (Centro de Desarrollo de Espíritu Empresarial). Además, se presenta la redefinición de los vínculos entre cultura estudiantil y el desarrollo desde las nuevas generaciones, teniendo en cuenta las estrategias y las redes sociales, para desarrollar otras formas de acceso a la creatividad y sociabilidad. Se concluye que el emprendimiento empresarial juvenil puede ser una estrategia adecuada para: (1) enfrentar la crisis de empleo decente; (2) agenciar al sujeto joven, siempre y cuando existan las condiciones materiales y culturales propicias para llevarlo a cabo.

(Perez Hernandez, 2018), publica la primera edición de su libro “Emprendimiento universitario y la convergencia de conocimiento ante los desafíos del cambio de gobierno en México” capítulo 6 - El emprendimiento es diverso, pero es posible clasificarlo en dos tipos

principales: de subsistencia y de oportunidad. El emprendimiento de subsistencia alude a aquellos individuos que se implican en actividades empresariales, pero preferirían ser empleados asalariados antes que empresarios. En este tipo se ubican una serie de trabajadores por cuenta propia, así como las pequeñas estructuras de negocios familiares. El emprendimiento de oportunidad, también llamado de alto crecimiento o transformacional, son aquellas empresas de alto crecimiento, tales como aquellas con más de 10 empleados y con un crecimiento medio de ventas o empleados superior al 20 por ciento en los últimos tres años.

De igual manera, (Calderon, Coello, 2019) en Lima, Perú publica “Perspectivas de la gestión universitaria y el emprendimiento en el desarrollo productivo de las Mypes”. La investigación busca a través de sus variables gestión universitaria y emprendimiento la relación con el desarrollo productivo, las cuales deben servir de soporte para la mejora de nuestra sociedad. Se requiere urgente se propicien cambios cualitativos en los jóvenes universitarios, y puedan estos, desarrollar y promover el emprendimiento personal que permita incrementar el bienestar a nivel local, regional y nacional, propiciando además el desarrollo económico sostenible y perdurable en nuestra economía.

A nivel nacional

En junio 2015, (Alfaro) publica la investigación, “¿Cómo desarrollar estrategias emprendedoras? Tips para adolescentes y jóvenes que quieren materializar sus ideas” - Emprender es una forma de enfrentarse a la vida, es encontrar oportunidades en las peores situaciones y aprender aprovechar el lado más positivo de cada momento.

En el 2017, (Cerde & Gelman, 2017) elaboran el documento “Análisis del comportamiento y su importancia para el desarrollo socioeconómico de Nicaragua” para lo cual se describe las características claves del emprendedor nacional; luego se evalúa la estructura y entorno del emprendimiento en el país y finalmente, examina los cambios y beneficios.

En el 2017, (Novoa Martinez) publica: “Emprendimientos Económicos, Experiencias del Municipio León, Nicaragua”, la mayoría de las personas participantes son mujeres quienes desarrollan sus actividades en el municipio de León y se encontraban solventes con su

cooperativa; además ya tenían algún negocio establecido o contaban con una idea viable de lo que querían emprender.

En el 2017, (Gobierno de Nicaragua.CNU, MINED, INATEC, Universidad Abierta en Línea de Nicaragua (UALN), Programa Educativo Nacional Aprender, Emprender, Prosperar) publican el Libro Blanco, Una nueva Versión de Educación para el Siglo XXI, que representa la hoja de ruta del nuevo paradigma y modelo educativo de Nicaragua.

Programa nacional multianual de apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa (PROMIPYME), fue creado mediante Decreto ejecutivo en el año 2008; establece el MIFIC y crea mecanismos de coordinación con otras instituciones involucradas en actividades de fomento de las MiPyme. El programa contempla los siguientes ejes de trabajo: Desarrollo empresarial; acceso a servicios financieros y fondo de financiamiento para el fomento y promoción; asociatividad empresarial; capacitación, asistencia técnica y creación de empresas; modernización y servicios tecnológicos; y programas de exportación. Las metas del Plan Operativo Multianual PROMIPYME relacionadas con la creación de un espíritu emprendedor y la gestación de nuevas empresas son: 20,000 jóvenes capacitados en temas empresariales en programas pilotos en centros vocacionales; mayor número de nuevos programas.

En el año 2008 se creó la Dirección General de Industria y Tecnología en el MIFIC, con apoyo del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI), y con el propósito de impulsar una nueva política industrial, que contempla los siguientes elementos: mejoramiento del clima de negocios; fomento del capital humano para la industria; promoción de la innovación y desarrollo tecnológico; desarrollo de mercados de capital, créditos y fondos; suministro de energía eléctrica, transporte, comunicaciones y logística; transformación y organización industrial; fomento de exportaciones y responsabilidad social empresarial. Ese programa y su direccionamiento hacia las MiPymes hacen que se traslape con el PROMIPYME. En el área de fomento del emprendimiento, algunos proyectos se encuentran en proceso de formulación o ya han sido formulados y se encuentran esperando los resultados de solicitudes de financiamiento a la cooperación internacional, tales como: el desarrollo de capacidades

empresariales en la educación técnica, en colaboración con el Instituto Nacional Tecnológico (INATEC); el financiamiento de micro emprendimientos en áreas marginales de Managua con la colaboración de ONUDI; un proyecto de incubadora de empresas con fondos del Banco Mundial; un centro de asistencia técnica en colaboración con la Cámara de Industrias de Nicaragua (CADIN) para asesorar a emprendedores sobre planes de negocios y búsqueda de financiamiento.

Por último, (Gago García, 2019) publica un artículo científico sobre “Red de mentores en emprendimiento de la UNAN- Managua”, La red de mentores en emprendimiento está integrada por docentes emprendedores con mayor experiencia que facilitan el camino del éxito a las iniciativas empresariales innovadoras de los estudiantes adjudicados con fondos para proyectos de innovación de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua (UNAN-Managua), a su vez promueven desde sus unidades académicas el emprendimiento brindando los siguientes aportes: 1. Acompañamiento: el mentor acompaña al emprendedor en la etapa inicial de su proyecto empresarial (plan de negocios). 2. Transferencia de conocimientos: el mentor trasfiere nuevos saberes al emprendedor, experiencias vividas, destrezas, competencias, habilidades y cómo enfrentar obstáculos al emprender. 3. Inspiración: el mentor transmite inspiración al emprendedor para iniciar el proceso de creación de su pequeño negocio. 4. Habilidades gerenciales: el mentor transmite consejos prácticos, prácticas gerenciales, casos de estudios, técnicas directivas y funcionamiento empresarial a los nuevos emprendedores.

II. Proceso del Diagnostico

2.1 Introducción al Diagnostico

La macro localización del diagnóstico responde a un nivel amplio, que se explica desde la división política administrativa existente entre departamentos y municipios, “El análisis de diagnóstico debe hacerse en dos niveles: el nivel macro, donde se toma en consideración toda la zona bajo estudio; y el nivel micro, que se focaliza en el productor individual” (Córdoba, 2011, pág. 23), por lo tanto según la división política administrativa del país, el nivel macro corresponde al departamento de Managua y el nivel micro corresponde a la UNAN-Managua.

Macro y micro localización del Diagnostico



La Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua es la universidad más antigua de Nicaragua fue fundada en 1812 en la ciudad de León, cabecera del departamento homónimo. Está ubicada de Rotonda Universitaria Rigoberto López Pérez 150 metros al este, Managua.

Es la última de las universidades fundadas por España durante la colonia en América. Actualmente debido a que un Decreto de la Junta de Gobierno de Reconstrucción Nacional (JGRN) en 1982 se elevó a universidad los recintos ubicados en Managua creándose la UNAN-Managua.

2.2 Objetivos del Diagnostico

Objetivo General

Analizar el emprendimiento juvenil universitario de la UNAN-Managua ante sus desafíos en el proceso de las exportaciones a mercados internacionales, 2019-2021.

Objetivos Específicos

Describir el contexto de estudio, desde una visión macro y micro, con los aspectos geográficos, históricos y organizativos inmersos en el emprendimiento de cara a la exportación.

Identificar las fortalezas y limitantes que tienen el emprendimiento nicaragüense al incursionar en los mercados internacionales, por medio del perfil del Joven emprendedor, retomando las capacidades y conocimientos que hasta la fecha llevan adquirido.

Elaborar una propuesta sobre estrategias de emprendimientos en la que los jóvenes de la UNAN-Managua puedan acceder a mercados internacionales a través de sus emprendimientos, trabajando estratégicamente con instituciones del Estado y empresas privadas para dar seguimiento al tema del emprendimiento juvenil desde el comercio exterior.

2.3 Marco teórico: marco jurídico

Para esta investigación es relevante definir elementos teóricos, para analizar la visión conceptual del objeto y sujeto de estudio.

El término “entrepreneur” fue utilizado por primera vez en la literatura económica por el francés Richard Cantillon. Este autor definió al emprendedor como “el agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto”, e hizo la aclaración de que a diferencia de otros agentes, el emprendedor es quien asume y soporta los riesgos intrínsecos a la actividad empresarial (Cardona et al, 2008)

El emprendimiento, es definido por Schindehutte, Morris y Pitt (2009) como:

El proceso de crear valor cuando se combina un conjunto único de recursos para explotar una oportunidad. Por su parte, el GEM lo define como cualquier iniciativa para la creación de un nuevo negocio llevada a cabo por un individuo, un grupo de individuos o una empresa establecida. Esta nueva iniciativa puede ser de diversas naturalezas: autoempleo, una nueva organización de negocios o la expansión de un negocio existente (pág. 15).

La capacidad emprendedora se define como la capacidad de actuar con iniciativa y perseverancia de modo de poder modificar la realidad siendo un agente de cambio, junto a los que lo rodean, aportando soluciones innovadoras a organizaciones productivas y sociales desde su profesión. (Majmud, P. 2013). La capacidad emprendedora está relacionada con tres aspectos: tener ideas, habilidades, desarrollar las ideas identificando las oportunidades, proponer nuevos proyectos; organizar los recursos necesarios para poner en marcha la idea inicial.

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM), en su Reporte'global (2010), cita lo siguiente: “La mayoría de los políticos y académicos coinciden en que el espíritu emprendedor es fundamental para el desarrollo y el bienestar de la sociedad. Los emprendedores crean puestos de trabajo. Conducen y le dan forma a la innovación, acelerando los cambios estructurales en la economía.

Al introducir nueva competencia, contribuyen indirectamente a la productividad. El espíritu empresarial es pues, un catalizador del crecimiento económico y la competitividad nacional” (p.13).

Según (Milenio, 2014), un joven emprendedor es definido como:

Una persona positiva, creativa, proactiva y productiva que con pasión propone e implementa soluciones innovadoras que generan valor social y económico para su comunidad y país.

Es importante definir el emprendimiento nicaragüense, como emprendimientos que en la mayoría de los casos son negocios familiares y que actualmente son el principal creador de nuevos trabajos. El Banco Mundial establece tres argumentos en beneficios de los emprendimientos: Fomentan la competencia y el emprendedurismo, y por lo tanto crean eficiencia, innovación y crecimiento agregado de la productividad. Son más productivas y la expansión de los emprendedores fomenta el empleo.

Para alcanzar la objetividad de esta investigación es importante también definir: Design Thinking (Pensamiento de diseño), categorías de emprendimiento, fondo de inversión, empresa y escalabilidad. Según MacGuffin el Design Thinking es:

Tener un pensamiento de diseño para analizar algo (un problema), tal y como lo haría un diseñador, evidentemente con la finalidad de encontrar una solución. Design Thinking es una manera de ofrecer una solución a un problema. Descomponemos un problema, lo dividimos en partes más pequeñas, las analizamos, pensamos mucho, sin límites, todo lo que podamos y todo lo que se nos ocurra, de manera empática y junto a otros miembros del equipo, entonces estaremos mucho más cerca de encontrar la solución que buscamos.

Las categorías de emprendimiento, se determinan teniendo en cuenta las características de la empresa cread. Según (Vélez Romero & Ortiz, 2016), en su artículo científico “Emprendimiento e innovación, una aproximación teórica” explican que son:

Emprendimiento por necesidad: Este emprendimiento se encamina en generar los ingresos diarios para vivir, se obtienen bajos niveles de ingresos, utilidad y activos. Se caracteriza por no tener una planificación o visión de crecimiento para el futuro, por esta razón no se tiene un valor agregado o perspectiva de mercados nacionales o internacionales. (pág. 351)

Emprendimiento Tradicional: Son emprendimientos que tienen un crecimiento por su estructura competitiva pero que no cumple con criterios de ventas, rentabilidad y sostenibilidad alta. Se caracteriza porque sus productos y/o servicios no tienen diferenciados, en algunos casos no tiene capacitada su mano de obra, poco usan tecnologías, generalmente están formalizadas.

Emprendimiento Dinámico: Son emprendimientos que tienen un crecimiento rápido, rentable y sostenido, teniendo un nivel de ventas representativo después de una década.

El concepto de escalabilidad, es definido por Luis Castro, en el 2019 como: (*scalability*, en inglés) un término usado en tecnología para referirse a la propiedad de aumentar la capacidad de trabajo o de tamaño de un sistema sin comprometer el funcionamiento y calidad normales del mismo. Cuando un sistema tiene esta propiedad, se le refiere comúnmente como “sistema escalable” (*scalable system*, en inglés) o, simplemente, escalable.

Los fondos de inversión, por su parte son instrumentos de ahorro. Se trata de un patrimonio que se forma con los aportes de un grupo de personas que invierten su capital en búsqueda de rentabilidad. Lo que hace el fondo es reunir el dinero aportado por todos los participantes, para que una entidad se encargue de su gestión y administración.

Al definir que es el emprendimiento, emprendimiento nicaragüense y joven emprendedor es importante explicar que es una empresa y la exportación. Por ende se retoma a (Radebaugh, 2015) el cual lo define como:

El medio más común del que se sirven las compañías para iniciar sus actividades internacionales. Es decir que las empresas que se introducen a la exportación lo hacen

sobre todo para incrementar sus ingresos de ventas, para conseguir economías de escala en la producción y para que pueda diversificar sus sedes de ventas. (pag.714)

El autor ve la exportación como el hecho de vender en el mercado magnifico, insaciable del mundo entero. Vender bienes y servicios elaborados en el país y que se consume en otro diferente.

Según el Plan de Negocios de Exportación de Bancomext en el 2000. Las formas de exportar son: exportación directa e indirecta.

La exportación directa se determina cuando la empresa toma la iniciativa de buscar una oportunidad de exportación, la cual puede deberse a varias causas entre las que destacan: contracción del mercado interno, el empresario se da cuenta de la importancia de ciertos mercados, el empresario considera importantes riesgos comerciales a través de la exportación. (pág. 12)

La exportación indirecta por su parte es utilizada por aquellas empresas que no tienen mucha experiencia o bien están en inicio de realizar transacciones en los mercados internacionales. Es decir que el uso por un exportador de otro exportador como intermedio. De esta forma, hay una oportunidad de introducirse en los mercados internacionales, por medio de algún distribuidor o intermediario también conocido como brokers lo que si constituye una ventaja competitiva.

Según el Ing. Juan Vivanco Sigvas la Exportación definitiva previo admisión temporal para perfeccionamiento activo es:

La exportación definitiva en adelante exportación, es el régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior y no está afecta a tributo alguno. (Vivanco Sigvas, 2013)

El comercio internacional es aquella actividad económica que se refiere al intercambio de bienes y servicios entre todos los países del mundo. El comercio internacional implica la compra, venta o intercambio de bienes y servicios en diferentes divisas y formas de pago

Para definir empresa se retomó diferentes autores, para Idalberto Chiavenato, autor del libro "Iniciación a la Organización y Técnica Comercial", la empresa "es una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos". Explicando este concepto, el autor menciona que la empresa "es una organización social por ser una asociación de personas para la explotación de un negocio y que tiene por fin un determinado objetivo, que puede ser el lucro o la atención de una necesidad social

Según Zoilo Pallares, Diego Romero y Manuel Herrera, autores del libro "Hacer Empresa: Un Reto", la empresa se la puede considerar como "un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcados en un objeto social determinado.

Para Lair Ribeiro, autor del libro "Generar Beneficios", una empresa es "solo una conversación, un diálogo que existe y se perpetúa a través del lenguaje usado por quienes la componen". Este concepto se apoya en la afirmación de Rafael Echeverría, autor del libro "Ontología del Lenguaje", donde menciona que las organizaciones son fenómenos lingüísticos "unidades construidas a partir de conversaciones específicas que están basadas en la capacidad de los seres humanos para efectuar compromisos mutuos cuando se comunican entre sí. Una empresa es una red estable de conversaciones. Si se quiere comprender una empresa, se debe examinar las conversaciones que la constituyeron en el pasado y las que la constituyen en la actualidad.

Según Valeska Fonseca Torrez, Asociado de García & Bodán, En Nicaragua, la Ley número 645 "Ley de Promoción, Fomento y Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa", tiene como objetivo fomentar y desarrollar de manera integral a las Mipymes, propiciando la creación de un entorno competitivo para el buen funcionamiento de este sector económico de alta importancia para el país. Sin embargo, aún con todos los beneficios que este sector económico ha aportado a la economía del país, éste posee una de las problemáticas fundamentales el cual es el alto grado de informalidad y dispersión que enfrentan. Es por ello que la Ley creó el Registro Único de Mipymes, cuyo objetivo primordial es identificar y categorizar a los emprendedores.

Para evitar el alto grado de informalidad y que puedan ser generadores de empleos formales, los emprendedores deberán cumplir con ciertos requisitos que establece la legislación nicaragüense para constituirse formalmente como comerciantes:

- Registrarse como comerciante persona natural o persona jurídica.
- Tener cédula RUC.

Es importante explicar como lo establece (Asamblea Nacional, 2014), en la Constitución Política de Nicaragua nuestra en su:

- Título IV, Capítulo III, artículo No. 58.- Los nicaragüenses tienen derecho a la educación y a la cultura.
- Título V, Capítulo I, Artículo No. 98.- párrafo 1: La función principal del Estado en la economía es lograr el desarrollo humano sostenible en el país: mejorar las condiciones de vida del pueblo y realizar una distribución cada vez más justa de la riqueza en la búsqueda del buen vivir.
- Título V, capítulo I, Artículo No. 99.- párrafo 1: El Estado es responsable de promover el desarrollo integral del país y como gestor del bien común, deberá garantizar los intereses y las necesidades particulares, sociales, sectoriales y regionales de la nación. Es responsabilidad del Estado proteger, fomentar y promover las formas de propiedad y de gestión económica y empresarial, estatal, cooperativa, asociativa, comunitaria, familiar, comunal y mixta para garantizar la democracia económica y social.
- Título VII, Capítulo Único, Artículo No. 116.- La educación tiene como objetivo la formación plena e integral del nicaragüense; dotarlo de una conciencia crítica, científica y humanista; desarrollar su personalidad y el sentido de su dignidad y capacitarlo para asumir las tareas de interés común que demanda el progreso de la nación: por consiguiente, la educación es factor fundamental para la transformación y el desarrollo del individuo y la sociedad.

Ley General de Educación. Ley N°. 582, Aprobada el 22 de marzo del 2006. Publicado en La Gaceta, Diario Oficial N°. 150 del 03 de agosto del 2006.

Establece en su Inciso II: Que la educación tiene como objetivo la formación plena e integral de las y los nicaragüenses; dotarles de una conciencia crítica, científica y humanista; desarrollar su personalidad y el sentido de su dignidad; y capacitarles para asumir las tareas de interés común que demanda el progreso de la nación. (pág. 34)

Inciso III: Que la Educación es factor fundamental para la transformación y el desarrollo del ser humano y la sociedad.

Título I, Capítulo II, Artículo No. 3, Inciso e): La educación es una inversión en las personas, fundamental para el desarrollo humano, económico, científico y tecnológico del país y debe establecerse una necesaria relación entre la educación y el trabajo; la educación es un factor imprescindible para la transformación de las personas, la familia y el entorno Social.

Título I, Capítulo II, Artículo No. 4, Inciso e): El acceso a la Ciencia, la Técnica y la Cultura, el desarrollo de la capacidad crítica, autocrítica, reflexiva, analítica y propositiva que fortalezca el avance científico y tecnológico nacional, orientado al mejoramiento de la calidad de vida de la población, a la participación ciudadana en la búsqueda de alternativas de solución a los problemas y al progreso social y económico del país.

Ley de Promoción del Desarrollo Integral de la Juventud. Ley No. 392, Aprobada el 09 de Mayo de 2001, Publicada en la Gaceta Diario Oficial N°. 126 de 04 de Julio de 2001.

Que como Principio General en el Capítulo 1, Artículo No. 1 establece que: Esta Ley tiene por objeto promover el desarrollo humano de hombres y mujeres jóvenes; garantizar el ejercicio de sus derechos y obligaciones; establecer políticas institucionales y movilizar recursos del Estado y de la sociedad civil para la juventud

Capítulo III, De las Políticas de Promoción de la Juventud, Artículo 7.- De la Política Nacional de la Juventud: La constituyen el conjunto de directrices, estrategias y programas que tienen carácter público y que buscan a corto, mediano y largo plazo, mejorar las condiciones de vida de la población joven a través de la gestión gubernamental, no gubernamental y de la sociedad civil, destinado recursos que permitan su incorporación al desarrollo económico del país.

El Estado creará las políticas nacionales, regionales, departamentales y locales que desarrollen estrategias que contribuyan a la promoción social, económica, política y cultural de los jóvenes, a través del plan nacional de la juventud, el cual será elaborado por el ente estatal correspondiente, con la participación de las diferentes organizaciones juveniles y la sociedad civil.

Capítulo V, creación de pequeñas y medianas empresas juveniles, Artículo 11.- Desarrollar planes, programas y proyectos que permitan a las y los jóvenes el acceso a la prioridad, al crédito, la tecnología y a los programas de emprendedores juveniles, con la cual la población económicamente activa en el rango de edad juvenil, fomentará el auto empleo o su ingreso al mercado laboral.

Artículo 12.- Promover la capacitación de tecnologías adecuadas que permitan el acceso de las y los jóvenes al conocimiento e información científica y tecnológica para generar recursos humanos jóvenes, técnicos o profesionales, que fortalezcan las bases empresariales, la reconversión industrial y la competitividad de la economía.

Artículo 13.- Desarrollar un programa para la creación de las micros, pequeñas y medianas empresas juveniles (PYMESJ) y/o cooperativas juveniles.

Artículo 14.- EL Estado a nivel central y local:

1. Auspiciará y fomentará iniciativas que otorguen financiamiento a asociaciones juveniles locales, nacionales, urbanas y rurales que desarrollo en pequeñas y medianas empresas.
2. Apoyará el desarrollo institucional de organismos no gubernamentales especializados en la promoción del crédito para las PYMESJ y/o cooperativas juveniles.

3. Creará incentivos mediante apoyo institucional o fiscal para las empresas existentes que fomenten la asociatividad con micro, pequeñas y medianas empresas de jóvenes.
4. Proporcionará la creación de entidades de calificación técnica para los jóvenes en las áreas que requieran las PYMESJ y las cooperativas juveniles.
5. Estimulará la suscripción de convenios entre la Banca Privada y los organismos no gubernamentales que trabajan con créditos para extender la cobertura a las PYMESJ y a las cooperativas juveniles.
6. Motivará a la banca Privada a tomar medidas para el diseño de programas atractivos para microempresarios (as) juveniles.
7. Se creará un Fondo, administrado por un directorio interinstitucional para la creación de las PYMESJ y cooperativas juveniles, los cuales serán financiadas con aportes del Estado, de las empresas interesadas que se asocien a él y por donación de instituciones nacionales o extranjeras.
8. El directorio interinstitucional que se encargará de la administración del Fondo estará integrado por un representante de cada una de las entidades relevantes, tanto públicas como privadas y las asociaciones juveniles que hayan creado las PYMESJ y las cooperativas juveniles.
9. Se promoverá la búsqueda de fondos con bajos costos financieros para alimentar el sistema de créditos para las PYMESJ y las cooperativas juveniles que incentiven su nivel de competitividad en el mercado.
10. Son facultades del directorio interinstitucional del Fondo, definir las áreas preferentes de creación de las PYMESJ y las cooperativas juveniles y la capacitación que requieren en el marco del Plan Nacional de Desarrollo.

Ley de Promoción, Fomento y Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Ley Mipyme) Ley No. 645, Aprobada el 24 de Enero del 2008. Publicada en La Gaceta, Diario Oficial N°. 28 del 08 de Febrero del 2008.

Establece en su Título 1, Capítulo 1, Artículo Art. 3.- Finalidad de la Ley Son fines primordiales de la Ley:

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.

2.4 Diseño metodológico de la intervención diagnóstica

El objetivo de este diagnóstico “Es el conocimiento de la realidad. Permite ubicar los principales problemas, desentrañar sus causas de fondo y ofrecer vías de acción [...]. Para ello, conviene realizar un estudio base (estudio inicial) que aportará datos para elaborar los primeros indicadores y construir el diseño del proyecto” (Pérez, 2016, pág. 44), por lo tanto el presente diagnóstico tiene como estudio base una investigación realizada en el contexto de estudio, integrada por protocolo de investigación y resultados, así como también se recurrió a técnicas de intervención social como análisis documental, notas de campo, observatorio de la realidad, entrevistas, encuestas y una herramienta propuesta por el autor (Geilfus, 2002, pág. 155) denominada identificación de soluciones locales o introducidas.

El paradigma de la investigación es cualitativo. De acuerdo al método de investigación el presente estudio es observacional y según el nivel inicial de profundidad del conocimiento es descriptivo (Piura, 2006). De acuerdo al tiempo de ocurrencia de los hechos y registro de la información, el estudio es retrospectivo y según el período y secuencia del estudio es transversal, y según el análisis y alcance de los resultados el estudio es analítico (Canales, Alvarado y Pineda, 1996).

El enfoque filosófico de la investigación es naturalista y constructivista. Este último es el que determina la organización del aprendizaje desde la perspectiva del sujeto que aprende.

El método, técnicas, herramientas e instrumentos para la recolección de datos son: investigación documental, de material relacionado con el tema de emprendimiento juvenil en Nicaragua y a nivel internacional con artículos científicos de revistas especializadas, documentos oficiales, entrevistas y visitas a centros de emprendimiento. Se realizó entrevistas abiertas a actores claves (ver tabla N2 Criterios de la selección de la muestra teórica).

Las técnicas que se emplearon fueron: la entrevista y la observación. Las herramientas que se utilizaron fueron: grabadora, libreta de campo, muy propias de la ciencia antropológica. Los instrumentos: guía de entrevista dirigida expertos / coordinadores/ maestros en emprendimiento (Ver anexo A) y guía de entrevista dirigida al emprendedor (Ver anexo B).

Para el análisis de datos, desde, el énfasis antropológico se utilizó el método etnográfico. La técnica para el procesamiento de datos, fue el análisis de datos y la transliteración. Por último, se realizó una triangulación de la información, para generar confiabilidad y validez cualitativa.

Tabla 2. Criterios de la selección de la muestra teórica.

| | |
|---|---|
| Jóvenes universitarios emprendedores | Estudiantes activos de la UNAN MANAGUA |
| Coordinadores de emprendimiento e innovación | Directora de extensión y proyección social de la UNAN MANAGUA |
| Futuros protagonistas a incursionar al mundo del emprendimiento | Expertos en temas de exportaciones |

Fuente: Propia

2.5 Procedimientos de intervención

Línea base

En este apartado se presenta la línea base del perfil del diagnóstico la cual “Es un conjunto de indicadores estratégicos seleccionados que permiten hacer seguimiento, evaluación y rendición de cuentas a políticas públicas, planes, programas y proyectos [...]. La línea base nació como un método de evaluación de proyectos sociales, en donde se pretendía conocer información concreta de la situación en el momento de iniciarse”. (DANE, 2001, págs. 11-14). La línea base responde a una serie de indicadores estratégicos que representan los componentes nodales de la matriz económica de la comunidad, la premisa parte de presentar estos indicadores y realizar proyecciones a futuro que pretenden ser alcanzadas mediante el cumplimiento de los objetivos y la participación activa de los beneficiarios del perfil de proyecto, esto generará “Un punto de comparación para que en futuras evaluaciones se pueda determinar qué tanto se lograron alcanzar los objetivos” (Bobadilla, Rodríguez, & Morgan, 1998).

La línea base presenta una serie de datos cualitativos que resultaron del proceso de recolección y procesamiento de las entrevistas.

Tabla 3 . Línea base del perfil del diagnóstico.

| Problemática | |
|---|---|
| Línea base | Línea de comparación |
| 1. Limitación de los recursos financieros, para apoyar a que los emprendimientos juveniles nicaragüenses. | Las ayudas financieras estatales brindaran seguridad y continuidad a los jóvenes emprendedores universitarios ayudando con incentivos económicos para mejorar la competitividad del emprendedor creando líneas estratégicas con entidades privadas que apoyen financieramente a los emprendedores universitarios y de esta manera puedan obtener créditos financieros y asesoría empresarial. |
| 2. Insuficiencia de conocimientos en Mercados Internacionales. | Los aportes de las instituciones asociadas al tema de exportación deben de brindar capacitación para que desarrollen estrategias y un Plan de Negocios Internacionales, preparando los productos con los mejores estándares de calidad, cumpliendo con normas internacionales para la aceptación de estos cumpliendo con una organización estandarizada. |
| 3. Desconocimientos sobre los procesos de inscripción como exportadores. | Las Instituciones asociadas al proceso de exportación deben de compartir en una sola plataforma todos los documentos requeridos, costos, permisos y el tiempo que la institución se tarde en dar respuesta para que los emprendedores universitarios deban de presentar para que puedan realizar sus procesos de exportación. |
| 4. Imprecisión sobre aspectos legales relacionados al Comercio Internacional. | Facilitarles el lenguaje de los textos legales a los emprendedores universitarios con el fin darles a conocer como está conformado el conjunto de ordenamientos a los que se sujetan las operaciones comerciales internacionales. |
| 5. Poco conocimiento sobre los tratados o acuerdos Comerciales que Nicaragua tiene suscrito. | Las Instituciones correspondiente en tema de Comercio Exterior deberán facilitar la información clara y concisa de los beneficios que traen consigo los Acuerdos comerciales tanto como para el país y el sector emprendedor universitario |

Fuente propia

ÁRBOL DE PROBLEMAS

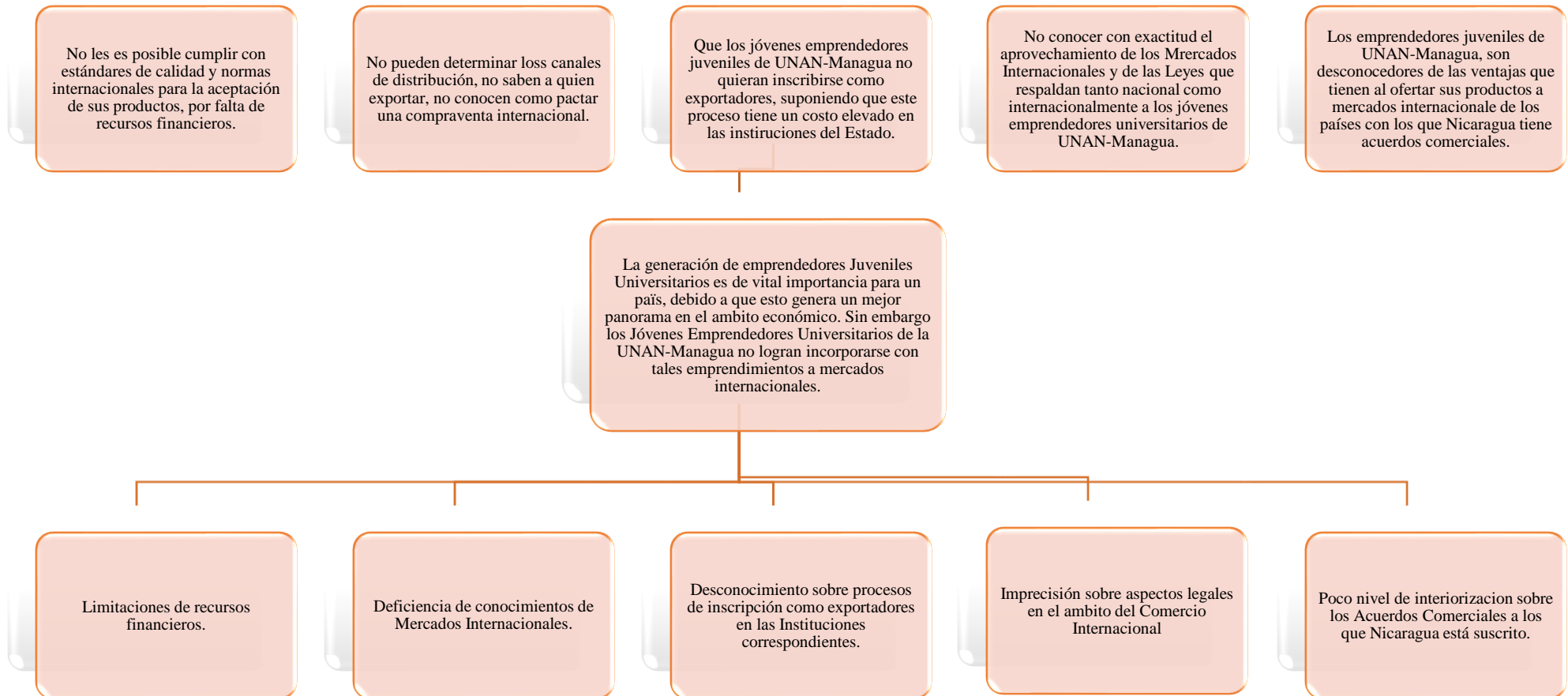
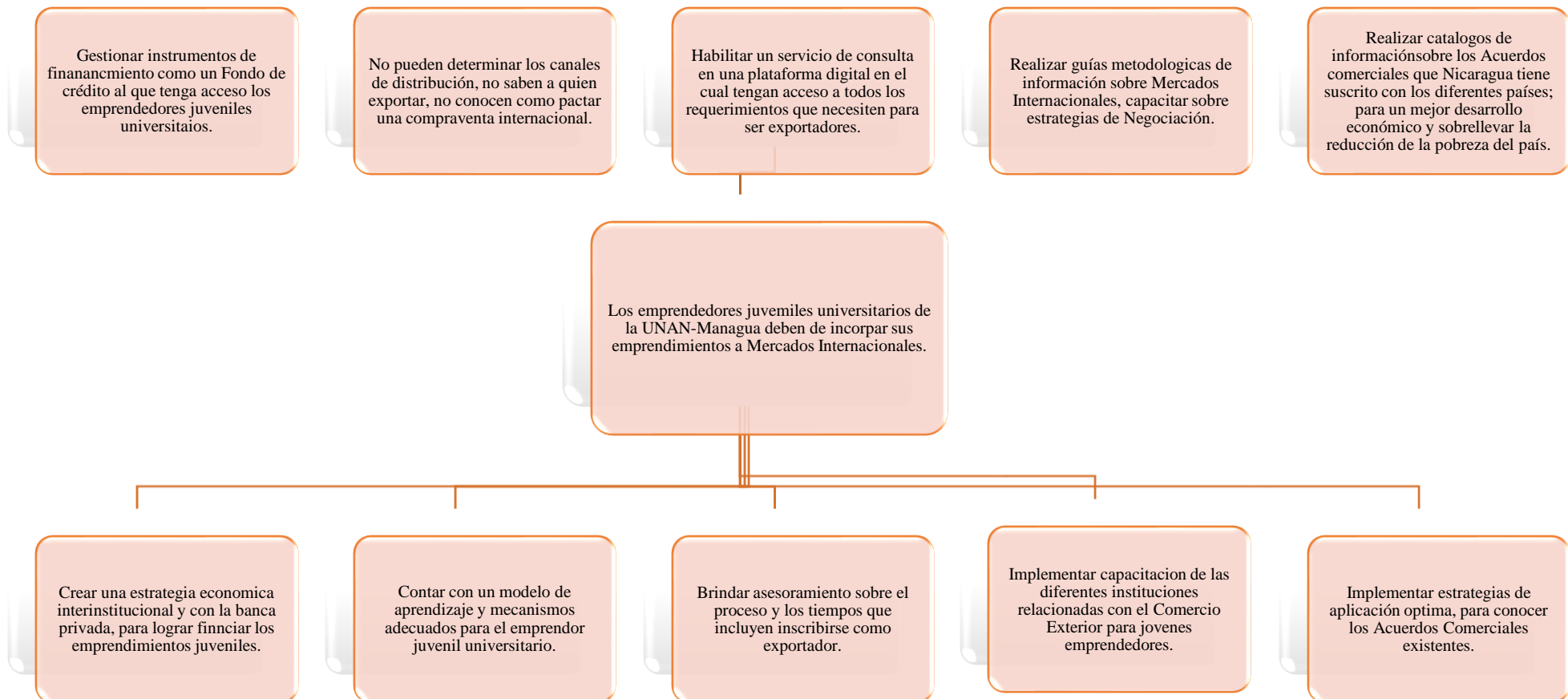


Ilustración N3. Árbol de Objetivos



2.6 Principal resultado de la intervención diagnóstica

Ante la realidad explicada por medio de la línea base, árbol de problema y árbol de objetivos, y el análisis de datos de las entrevistas, se puede determinar los principales resultados de la intervención diagnóstica.

Al describir el contexto de estudio desde una visión macro y micro, retomado el emprendimiento de cara a la exportación, se puede afirmar que:

El emprendimiento en Nicaragua está en manos de la juventud, el desarrollo de nuevas ideas de negocios o emprendimiento se encuentran en dicho segmento poblacional. Un reportaje del documento del Índice Global de Emprendimiento 2018, resalta que la región de Latinoamérica y el Caribe, pese a ser menos desarrollada que Europa, Norteamérica y Asia presenta un gran potencial para la actividad emprendedora. Estas regiones cuentan con un factor muy importante que las demás regiones no cuentan, y es que demográficamente cuentan con una población relativamente joven, esto se enmarca en el crecimiento económico sostenido de estos países y un mejoramiento en la economía de estos.

Como se observa en el siguiente cuadro, muestra que el nivel de porcentaje en el que se encuentra Nicaragua, en materia de emprendimiento es del 14,7 %, según fuente de Índice Global de Emprendimiento 2018.



Ilustración N4. Nivel de porcentaje en el que se encuentra Nicaragua en materia de Emprendimiento

En Nicaragua al implementar una cultura de emprendimiento desde los niveles básicos hasta la formación universitaria se ha vuelto tema importante en los últimos años, sin embargo, enseñarles a los jóvenes a llevar estos emprendimientos a nivel internacional es un tema del cual no presenta mucha información de parte de entidades públicas y privadas. Se les está brindando herramientas de como emprender, de cómo innovar, de cómo ser una fuente de ingresos para sus familias; pero una vez establecido este emprendimiento, surge el cuestionamiento de ¿cómo pueden hacer estos jóvenes para acceder a mercados internacionales?

La Economía de Nicaragua, según el Índice de competitividad Global, es una economía basada en los recursos. En esta etapa del desarrollo económico, Nicaragua debe de incentivar la creación de mecanismos que permitan la transformación de empresas que se hincan por necesidad en nuevas empresas que se sitúan en ventanas de oportunidad, para evitar un círculo vicioso de mortalidad infantil de empresas que se canibalizan unas a otras en los sectores tradicionales de la economía

El reto del emprendimiento en el país ha venido creciendo durante los doce años del GRUN, este, se ha centrado en brindarles oportunidades de crecimiento a estas PYMES a través de las diferentes plataformas en las cuales se busca que su producto o servicio lleguen al público consumidor. Como se hacía mención las líneas de acción del GRUN, en base a los ODS, fomenta el espíritu emprendedor desde aulas de clases de secundaria, capacitaciones técnicas y superiores con el fin de que los jóvenes sean participe en la economía del país bajo plataformas y programas como Nicaragua Emprende, Nicaragua Diseña y Hackthon Nicaragua con el fin de atraer la inversión nacional y extranjera.

Nicaragua Emprende (NE)

Nicaragua Emprende una plataforma para identificar, fomentar y promover los emprendimientos y microempresas dirigidas por jóvenes nicaragüenses el GRUN desde el 2018 continúa apoyando y creando espacios creativos para estos jóvenes. Se busca que estos

jóvenes aprovechen al máximo sus ideas innovadoras y con sus emprendimientos generar empleos y más producción del país.

NE realiza un evento de Expo feria anualmente, desde el año 2018, este año será su 3ra edición. Este evento es un espacio dirigido para aquellos jóvenes creativos, emprendedores y amantes de la tecnología. Tal evento es organizado este año por el Ministerio de Economía Familiar (MEFCCA), Tn8, el canal joven de Nicaragua y el Movimiento Leonel Rugama. Este año NE hará énfasis en la digitalización de los negocios, su objetivo es sacarle el máximo provecho a las redes sociales y las plataformas digitales.

Esta plataforma brinda acompañamientos a los negocios bajo un programa el cual lleva por nombre “Prospera” que permite potenciar la economía creativa en Nicaragua, cuenta con acompañamiento de instituciones como la dirección de Economía creativa, MEFCCA, MIFIC, MINJUVE, INATEC, CNU, CONICYT. Este programa tiene como objetivo apoyar las ideas de los pequeños negocios y modelos de emprendimientos, desde aquellos que se encuentran en fase de definición hasta los que ya han salido al mercado.

Por su parte la **plataforma Nicaragua Diseña (ND)**. Es un escenario comercial, que impulsa, promueve y fomenta la economía creativa y emprendedora a través del diseño, arte y la moda. Desde el 2011 el GRUN ha brindado apoyo a los jóvenes nicaragüenses con el fin de crear espacios para los aficionados del diseño en toda su rama.

Esta plataforma tiene alianzas estratégicas con instituciones del Estado y empresas privadas, con el fin de promover esa cultura emprendedora y hacer un rescate de nuestras raíces, entre ellas se encuentran Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) y Viva Canal 13 como canal oficial.

Su objetivo principal es promocionar los talentos en toda la rama creativa de alto nivel y diseño. Desde sus inicios hasta la actualidad ND cuenta con un evento principal, el más importante de la moda en Nicaragua, este evento cuenta con tres claves importantes que permiten fortalecer el desarrollo integral de la creatividad y el diseño. Los espacios en dicho evento son:

- Pasarelas: Un área designada para la presentación de colecciones innovadoras y creativas.
- Expo Feria: Área designada que cuenta con espacios exclusivos y personalizados para empresas, marcas y emprendedores.
- Charlas y seminarios asignados: Área designada para conferencias y charlas donde un especialista interactúa con los asistentes, impartiendo distintas temáticas y experiencias con el gremio creativo.

Los pasos a seguir para ser partícipe del evento anual de ND es entregar un portafolio de manera digital, llenar la ficha de inscripción y cancelar los costos de participación, sin embargo, en la plataforma se destacan 3 becas disponibles para la participación dentro del evento, dos corresponden a diseñadores de moda nacional emergente y uno para la Expo feria en la categoría de emprendimiento.

Por último, la **Plataforma de Innovación Tecnológica, Hackathon Nicaragua**, es un espacio que a través de un Hub de Proyectos y Startups Tecnológicas convoca a equipos participantes de la competencia maratónica a la inscripción de Proyectos de base tecnológica en fomento de la Economía Creativa para impactar positivamente en la Industria Creativa Tecnológica. La plataforma cuenta con exposiciones, talleres, demostraciones prácticas, asesoría de expertos.

HN trabaja en conjunto con El Tecnológico Nacional en coordinación con el Ministerio de Educación, Consejo Nacional de Universidades, Canal 6 y red de jóvenes comunicadores JS19J, quienes han realizado por dos años consecutivos el festival tecnológico “Hackathon Nicaragua” reuniendo a más de 400 jóvenes con el objetivo de desarrollar proyectos tecnológicos con alto valor social a fin de promover la creatividad digital en los jóvenes nicaragüenses.

Hackathon Nicaragua pasa de ser un evento anual a una Plataforma Tecnológica, una academia de formación y de aprendizaje colaborativo dónde se desarrollarán capacidades en áreas de programación, diseño gráfico, comunicación y marketing entre jóvenes aficionados al desarrollo de tecnologías que, con el acompañamiento de un equipo de expertos (mentores)

desarrollarán ideas creativas que aportan al desarrollo económico del país, creando soluciones tecnológicas para potenciar diferentes emprendimientos.

La Plataforma de Innovación Tecnológica Hackathon Nicaragua aglutina a toda la población tecnológica/innovadora/emprendedora del país, con el fin de crear propuestas de valor que contribuyan a la solución de problemáticas nacionales a través de las nuevas tecnologías.

A nivel micro del diagnóstico, es decir UNAN-Managua, como resultado se encuentra que:

El perfil del emprendedor juvenil universitario, se caracteriza por: ser idealista y soñador. Para ellos emprender se refiere a cuando una persona aplicaba sus conocimientos y habilidades para identificar/generar nuevas oportunidades de negocio (emprender es “crear nuevas empresas”). Para otros, emprender es cuando una persona responde a los cambios o retos cotidianos a través de la exploración y explotación de diversas alternativas (emprender es “un estilo de vida”).

Según la entrevista dirigida a expertos, la MSc. Violeta Gago García, Docente del departamento de ciencias económicas, ejecutiva de la Dirección de Extensión Universitaria (DIREX) de la UNAN-Managua, define el perfil del Joven Emprendedor como:

Jóvenes creativos, proactivos, con deseos de superación, interesados en generar iniciativas económicas de impacto a sus comunidades y la sociedad, luchan por un sueño y se esfuerzan por alcanzarlo. Más de 300 estudiantes que han pasado por diferentes actividades del programa de innovación cada año han demostrado pasión por el tema de innovación. (García, 2020).

Por su parte Ana Francis Chow, egresada de la licenciatura en Administración de empresas en la entrevista realizada como una protagonista de emprendimiento de la UNAN-Managua, describe su perfil emprendedor de la siguiente manera:

Me describo como una persona perseverante y esforzada que a pesar de todas las dificultades que se me presenten siempre sigo adelante luchando por alcanzar mis sueños. (Chow, 2020)

Es importante mencionar, que los rubros en los que estos jóvenes emprendedores de la UNAN se han desempeñado son:

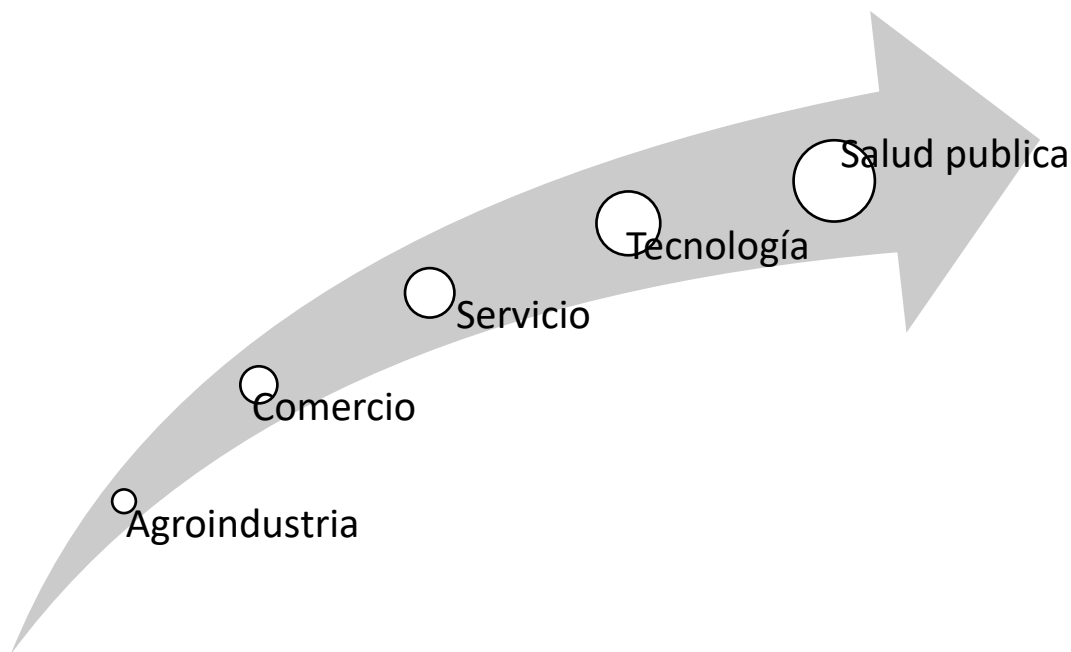
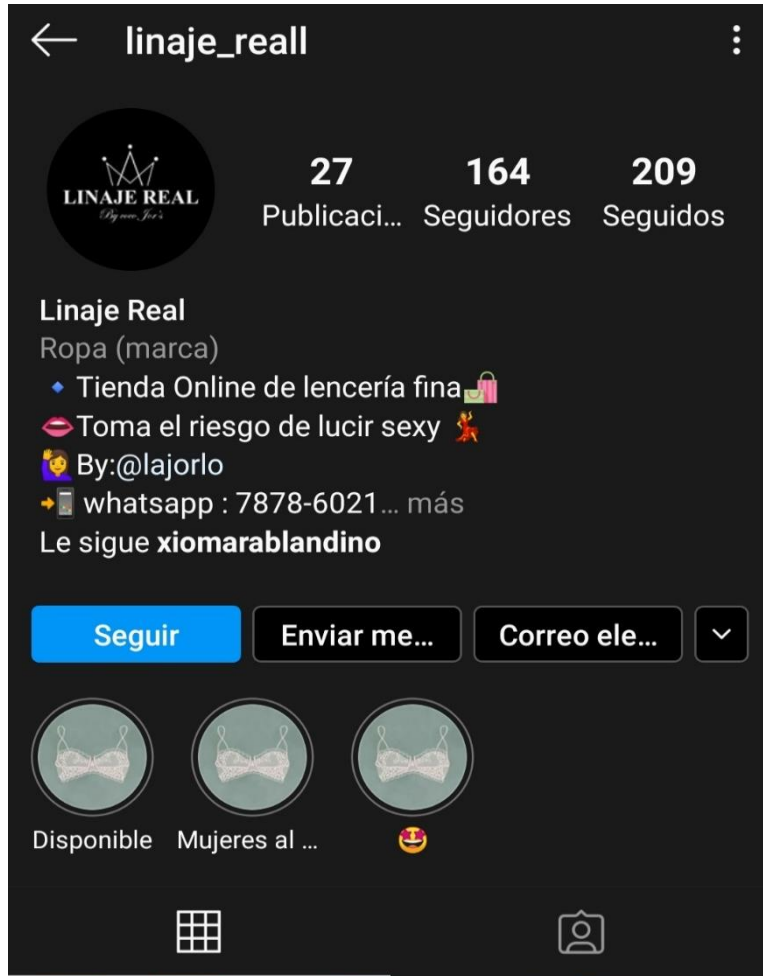


Ilustración N5. Rubros de emprendedores de la UNAN-Managua

La UNAN-Managua tiene facultades e institutos, donde desde hace quince años se ha venido trabajando con jóvenes y docentes mentores el tema del emprendimiento e innovación. Sin embargo, como explicaba la MSc. Gago García Ejecutiva de la DIREX y encargada del área de emprendimiento e innovación a nivel central, se destacan a nivel de emprendimiento los siguientes siete estudiantes que han trabajado, en el Programa IRUDESCA y Programa INICIA, los cuales son programas internacionales que buscan a estudiantes universitarios destacados con ideas de emprendimientos.

La UNAN-Managua se ha caracterizado por trabajar más el tema de innovación y ha dado pasos significativos, sin embargo, con el Programa IRUDESCA y el Programa INICIA han venido trabajando más el tema de emprendimiento, brindándole apoyo a los estudiantes de las diferentes facultades de la UNAN-Managua.

La DIREX destaca a siete emprendedores a nivel central de la UNAN-Managua los cuales son:



1. Jorleny Robleto

Egresada de la Facultad de ciencias e Ingenierías

Programa IRUDESCA

Programa INICIA

Mentora de innovación

Empresa: Tienda Virtual de ropa íntima femenina.

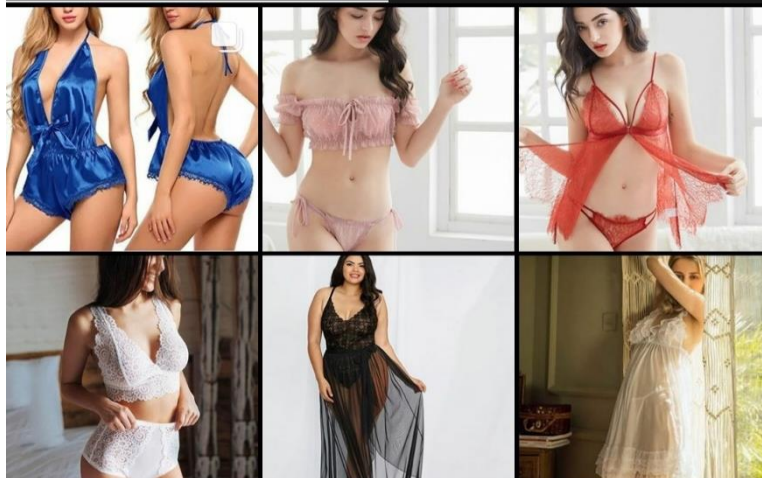


Ilustración 6. Tienda virtual de ropa femenina- Jorleny Robleto



Ilustración 7. de derecha a izquierda la segunda es la Lic. Chow

2. **Ana Francias Chow**, Licenciada en Administración de empresas egresada de la Facultad de Ciencias Económicas, gerente general Chihealth. Chihealth es una empresa que se dedica a la extracción de aceite de la semilla de chía, linaza y ajonjolí, tenemos tres productos estrellas aceite de chía, aceite de linaza y aceite de ajonjolí, también tenemos una línea de cosméticos para el cuidado de la piel y el cabello.

3. **Martín Miranda**, estudiante de cuarto año, Ingeniería Agrícola del Recinto Universitario Carlos Fonseca Amador (RUCFA), presenta Proyecto emprendedor Vivero Santa Ana



Ilustración N8. Emprendimiento Santa Ana, Martín Miranda

4. **Yolanda Castro. Emprendimiento Café Don Pancho del Recinto Universitario Carlos Fonseca Amador (RUCFA).**



Ilustración 9. Yolanda Castro - Cafe Don Pancho

5. **Gamaliel Flores y Cesar Bravo**



Ilustracion N10. Emprendimiento nebulizador que funciona sin energía - Gamaliel Flores y Cesar Bravo.

Un nebulizador que funciona sin energía hecho por **Gamaliel Flores y Cesar Bravo**, estudiantes de segundo año de la carrera de Medicina y Cirugía de la Facultad de Ciencias Médicas, ganó el primer lugar del Concurso Nacional de Creatividad e Innovación con Emprendimiento Juvenil del Ministerio de Economía Familiar (MEFCCA).

7. Camilo Olivas de la carrera de Economía Agrícola.



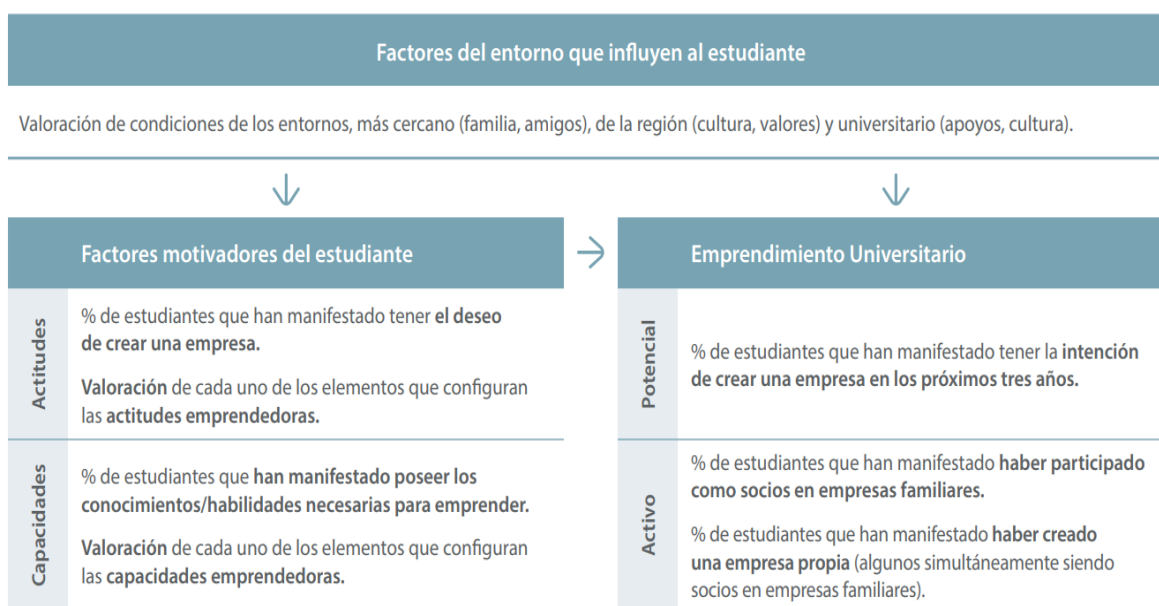
Segundo lugar del Concurso Nacional de Creatividad e Innovación con Emprendimiento Juvenil del Ministerio de Economía Familiar (MEFCCA) con un Sistema de Cultivo Hidropónico de la Facultad de Ciencias Económicas.

Ilustración N11. Emprendimiento de cultivo hidropónico – Camilo Olivas

Los estudiantes antes mencionados son ejemplo que, el joven emprendedor de la UNAN-Managua, es generalmente capaz, astuto e inteligente para aprovechar al máximo sus ideas, poner en marcha todas sus metas y sacar lo mejor de sus sueños. Estos jóvenes que han sido formados en el seno de tan prestigiada institución UNAN-Managua y con el apoyo del GRUN han logrado salir adelante con sus ideas innovadoras y emprendimientos, convirtiéndose en fuentes de ingresos propios, aporte para la economía familiar y hasta poder terminar sus estudios.

Sus emprendimientos e ideas innovadoras han surgido desde la necesidad de poder culminar sus estudios, ser una fuente de ingresos tanto como para ellos y su familia, en algunos casos hasta para poder sustentar a sus pequeños hijos. También son jóvenes capaces de tener libertad e independencia en materia económica, les gusta la autonomía y cargar consigo mismos con responsabilidad, aceptan riesgos, son jóvenes extrovertidos, entusiastas, con actitudes positivas y grandes aspiraciones en la vida, aprenden de sus errores y no se dejan amedrentar por las dificultades que se le presentan; al final las terminan transformando como oportunidades. Estos jóvenes dan gracias primeramente a Dios por la sabiduría brindada y después a la Alma mater UNAN-Managua por tantas enseñanzas de empoderamiento, emprendimiento, motivación, finanzas, ventas y desarrollo del pensamiento y la creatividad.

Ilustración 12.. Marco conceptual del E.U 1



Fuente: Observatorio de emprendimiento universitario 2015-2016

Uno de los factores explicativos de las intenciones emprendedoras es la actitud del individuo hacia el emprendimiento, esto es, la valoración personal positiva o negativa hacia este comportamiento. La literatura académica en emprendimiento ha encontrado evidencia empírica suficiente para demostrar que una actitud más favorable hacia el emprendimiento contribuye a que la intención de crear una empresa sea mayor.

Los resultados del segundo objetivo, están inmersos en las fortalezas y limitantes que tiene el emprendimiento nicaragüense en los mercados internacionales, por ende, se realizó un FODA como resultado de las encuestas y entrevistas realizadas a los emprendedores de UNAN-Managua.

FODA de jóvenes emprendedores.

| FORTALEZAS | OPORTUNIDADES | DEBILIDADES | AMENAZAS |
|---|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • ENTUSIASMA • CREATIVO • INNOVADOR • PERSEVERANCIA. • DESEOS DE SUPERACIÓN • PERSISTENCIA | <ul style="list-style-type: none"> • Acceso a mercados internacionales a través de los TLC's. • Ser generadores de empleos. • Brindar soluciones a las problemáticas de sus comunidades. • Mayores oportunidades de expansión a nivel nacional e internacional. | <ul style="list-style-type: none"> • Miedo al fracaso. • Acceso a financiamientos. • Impaciencia. • Sobreendeudamiento. • Falta de conocimiento para estructurar un negocio. • Desconocimientos sobre costos y precios de productos. | <ul style="list-style-type: none"> • Competencia desleal. • Normas y requerimientos excesivos. • Leyes impositivas. • Desconocimientos jurídicos para formalizar sus negocios. • Asesoría en temas de internacionalización. |

Tabla N4. FODA de jóvenes emprendedores. Fuente: Propia

Las limitantes para emprender negocios en Nicaragua, que enfrentan las y los jóvenes universitarios cuando deciden empezar un nuevo negocio pueden ser de diferente naturaleza: culturales, educativos, económicos. Por ejemplo, la falta de acceso a financiamiento, falta de habilidades apropiadas, falta de infraestructura y falta de acompañamiento por mentores.

El GRUN a través de las políticas y programas gubernamentales apoyan los emprendimientos a través de diferentes plataformas, sin embargo, para que estos jóvenes pueden internacional sus emprendimientos necesitan ser capacitados en temas de procedimientos de exportación, regulaciones arancelarias y los diferentes requisitos para la exportación.

A nivel de primaria y secundaria, las existencias de programas han contribuido a que se planteen reformas curriculares para incluir el tema del emprendimiento en las escuelas y

colegios públicos. En la educación universitaria, se nota una atención cada vez mayor en materia de fomento de la cultura emprendedora y de capacitación en elaboración de planes de negocios, actividades que culminan con ferias, talleres de emprendimiento basados en el Disink Thinking y patentes, exposiciones de ideas innovadoras. Sin embargo, luego de la realización de esas actividades, que en sí son muy importantes, aun así, existe algunas limitantes en el desarrollo y transferencia de Investigación y Desarrollo (I&D), y la necesidad de fortalecer aún más, las políticas gubernamentales dirigidas a robustecer el emprendimiento, ya que no existe apoyo suficiente para avanzar hacia las siguientes etapas del proceso emprendedor, mediante mayores facilidades para la incubación y la exportación.

En los resultados del tercer objetivo, los resultados están inmersos en proponer estrategias de emprendimientos en la que los jóvenes de la UNAN Managua puedan acceder al mercado internacional. Cabe mencionar que la propuesta más detallada se encuentra (Capítulo 3. Propuesta de Mejora).

Dentro de las estrategias se plantea crear condiciones favorables por parte de los mercados financieros los cuales se caracterizan por una alta burocracia y elevadas tasas de interés. Si existe una plataforma virtual donde se aborden diversas estrategias para minimizar todas las limitaciones antes mencionadas, más el temor a fallar, la corrupción y las limitantes administrativas, se puede apoyar a los jóvenes emprendedores universitarios.

Para brindar seguimiento a los jóvenes emprendedores de la iniciativa de emprendimiento y la plataforma virtual sobre los procedimientos de exportación, se realizará seguimiento a través de correos electrónicos, visitas a sus negocios para instarlos a visitar nuestra plataforma y sobre todo para conocer su evolución el programa realiza un seguimiento a cada uno de los emprendedores para conocer su evolución y progreso al incorporarse o internacional sus pequeños negocios. Con ello se busca identificar nuevas áreas en las que las microempresas pueda requerir apoyo para garantizar su perdurabilidad.

III- Propuesta de Mejora

3.1. Ficha Técnica del proyecto

- 1- Nombre del Proyecto: Plataforma virtual de catálogos sobre el proceso de Exportación, para emprendedores juveniles universitarios.
- 2- Duración del proyecto 2 año.
- 3- Localización del proyecto: Macro: Nicaragua



Nicaragua, oficialmente República de Nicaragua, es un país ubicado en el istmo centroamericano, la capital y ciudad política más poblada es Managua. Está compuesta por quince departamentos y dos regiones autónomas: Costa Caribe Norte y Sur, cuyas capitales son Puerto Cabezas y Bluefields, respectivamente. Se ubica en el hemisferio norte, entre la línea ecuatorial y el trópico de Cáncer, aproximadamente entre los 11° y los 15° de latitud Norte y respecto al meridiano de Greenwich, entre los 83° y los 88° de longitud Oeste. El territorio de Nicaragua tiene una superficie aproximada de 130 494 km², limita al norte con Honduras, al sur con Costa Rica, al oeste con el océano Pacífico y al este con el mar Caribe.

3.2- Objetivos del proyecto

Objetivo General

Plantear la viabilidad de una Plataforma virtual a través de catálogos de información sobre Mercados Internacionales para que los emprendedores juveniles universitarios puedan incursionar con exportaciones, aprovechando los acuerdos comerciales suscritos por el país.

Objetivo Especifico

Brindar apoyo sobre los conocimientos de proyección de inversión necesaria, con el fin de desarrollar la ejecución y seguimientos adecuados al proceso de internacionalización de la empresa.

Promover la exportación directa de las MIPYMES de los emprendedores juveniles, a través de las capacidades y habilidades de gestión, inteligencia comercial y de proceso operativo de exportaciones.

Trazar una estrategia interinstitucional, para promocionar las exportaciones de los jóvenes emprendedores bajo un plan de implementación de exportaciones e inversión.

3.3 Descripción del Proyecto

Los emprendedores juveniles son uno de los principales motores de impulso en el crecimiento económico y generadores de empleo. A través de este proyecto se busca sistematizar toda la información que el emprendedor juvenil necesita para ser un exportador de éxito y que pueda crecer la empresa y sobre todo mejore su calidad de vida. Con ello se busca reforzar e invertir en los sistemas educativos en el ámbito de comercio exterior para que estos jóvenes cuenten con un alto nivel educativo y que sea competitivo, rebotante tanto de habilidades como de ideas, buscamos incentivar los negocios de nuestros protagonistas para que expandan su actividad a mercados internacionales, que aspiren a comercializar sus productos o servicios a mayor escala posible.

Simplificarles los procedimientos y requisitos a estos jóvenes, implicaría tener procesos rápidos y poco complicados evitando costes innecesarios y rompiendo todo obstáculo o barrera que puedan tener en el despegue o etapa de crecimiento del negocio. Hoy en día podemos lograr este proyecto apoyándonos de nuevas tecnologías, gracias a que los jóvenes están conectados e informados de estos temas, solo faltaría reforzarles en el manejo de estas plataformas digitales y como puede aprovechar de la mejor manera las redes sociales para crecer de manera gradual con sus negocios, logrando acaparar la atención internacional, atrayendo mejores inversiones para estos y el país.

3.4 Marco lógico

| Resumen narrativo | Indicador de verificación | Métodos de verificación | Factores externos |
|--|--|---|---|
| <p>Objetivo de desarrollo:</p> <p>Plantear la viabilidad de una Plataforma virtual a través de catálogos de información sobre Mercados Internacionales para que los emprendedores juveniles universitarios puedan incursionar con exportaciones, aprovechando los Acuerdos Comerciales suscritos por el país.</p> | <p>Técnicas sobre el manejo de mercados internacionales para incorporación de emprendimientos juveniles en el tema de exportaciones.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● Reportar los cambios que se vayan generando en las pequeñas empresas de los jóvenes. ● Bases de datos de cuantos usuarios emprendedores están usándola. | <ul style="list-style-type: none"> ● No conseguir financiamiento para la ejecución del proyecto. ● Contratiempos en la planificación de todas las actividades de cada objetivo. |
| <p>Objetivos inmediatos:</p> <p>1-Brindar apoyo sobre los conocimientos de proyección de inversión necesaria, con el fin de desarrollar la ejecución y seguimientos adecuados al proceso de internacionalización de la empresa.</p> | <p>El 90% de los emprendedores juveniles pongan en práctica todos los conocimientos adquiridos en capacitaciones y talleres relacionados con el comercio exterior.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● Monitorear de cerca los cambios que se vayan generando en las pequeñas empresas de los jóvenes. ● Bases de datos de cuantos usuarios emprendedores están usándola. | <ul style="list-style-type: none"> ● No conseguir financiamiento para la ejecución del proyecto. ● No tener apoyo de facilitadores. |

| | | | |
|---|--|---|--|
| <p>2-Promover la exportación directa de las MIPYMES de los emprendedores juveniles, a través de las capacidades y habilidades de gestión, inteligencia comercial y de proceso operativo de exportaciones.</p> | <p>El 90% de los emprendedores juveniles logren inscribirse y ser exportadores formales para el correcto aprovechamiento de los TLC's.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● Informar los cambios que se vayan generando en las pequeñas empresas de los jóvenes. ● Bases de datos de cuantos emprendedores juveniles inscritos están usándola. | <ul style="list-style-type: none"> ● No conseguir desembolso en los plazos acordados. Para la ejecución del proyecto. ● Condiciones favorables para el proceso operativo de las exportaciones. |
| <p>3-Trazar una estrategia interinstitucional, para promocionar las exportaciones de los jóvenes emprendedores bajo un plan de implementación de exportaciones e inversión.</p> | <p>El trabajo compartido con los jóvenes emprendedores e instituciones asociadas al proyecto, bajo un ambiente de empatía y coordinación permitirá el crecimiento de los negocios de estos (jóvenes emprendedores)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● Informar los cambios que se vayan generando en las pequeñas empresas de los jóvenes. ● Bases de datos de cuantos emprendedores juveniles inscritos están usándola. | <ul style="list-style-type: none"> ● No conseguir desembolso en los plazos acordados. Para la ejecución del proyecto. ● Emprendedores no decidan incorporarse en el proceso de exportaciones. |

Resultados:

Objetivo 1:

- Inclusión de información educacional en el ámbito del proceso de exportación

Objetivo 2:

- Talleres participativos y presentación audiovisual al 90% de los emprendedores en temas de comercio exterior y procesos operativos de exportaciones.

Objetivo 3:

- Capacitaciones participativas impartidas por especialistas en el ámbito de Comercio Exterior.

Producto o componente:

Productos del resultado 1:

- Monitoreo del uso de la plataforma informativa.
- Blogs informativos.

Productos del resultado 2:

- Técnicas de negociación en comercio exterior.
- Ferias internacionales en las que participen instituciones estatales y privadas para dar a conocer los emprendimientos de estos jóvenes.

Productos del resultado 3:

- Formato de inscripción para ser participe en la plataforma informativa.
- Grupo de expertos para impartir técnicas de negociación en comercio internacional.

| Resumen narrativo | Indicador de verificación | Métodos de verificación | Factores externos |
|---|--|--|--|
| <p>Actividad:</p> <p>Actividad del resultado 1:</p> <p>A1. R1. Realizar diario un monitoreo diario del uso de la plataforma digital informativa.</p> | <p>El 90% de los emprendedores logran obtener mejores conocimientos a través de la plataforma digital sobre cómo llevar su proceso de exportación.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● Memoria de las capacitaciones. ● Fotografías. ● Grabaciones. ● Anotaciones de los participantes. ● Base de datos de los emprendedores juveniles. | <ul style="list-style-type: none"> ● Que no pudiese encontrarse la disponibilidad analista de comercio exterior para brindar la capacitación. ● Los emprendedores no demuestren interés en internacionalizar sus negocios. |
| <p>A1. R2. Realizar 1 blogs informativo que contenga información desde la más antigua a la más actual, sobre los procedimientos de exportación.</p> | <p>Los jóvenes emprendedores logren desarrollar mejores prácticas en los procesos de compra-venta internacional de sus productos.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● Memoria del taller participativo. ● Fotografías. ● Grabaciones. | <ul style="list-style-type: none"> ● Que no pudiese encontrar un experto temas de negociación internacional. ● Jóvenes emprendedores no demuestren interés en la participación. |

| Resumen narrativo | Indicador de verificación | Métodos de verificación | Factores externos |
|--|--|---|---|
| <p>Actividad del resultado 2:</p> <p>A2. R1. Realizar 3 taller participativo en normativas de negociación internacional e información sobre TLC's.</p> | El 90% de los emprendedores consideren aplicar los conocimientos generados en el taller. | <ul style="list-style-type: none"> ● Memoria del taller. ● Fotografías. ● Lista de personas que participaron. | <ul style="list-style-type: none"> ● Que no pudiese encontrar un experto temas de negociación internacional. ● Jóvenes emprendedores no demuestren interés en la participación. |
| <p>A2. R2. Realizar 1 feria internacional anual en la que participen invitados internacionales para atraer la inversión extranjera hacia los pequeños negocios de los emprendedores.</p> | El 90% de los emprendedores logran encontrar alternativas de venta internacional | <ul style="list-style-type: none"> ● Memoria del taller. ● Fotografías. ● Lista de personas que participan. ● Anotaciones de los participantes. | <ul style="list-style-type: none"> ● Que no pudiese encontrar un experto temas de negociación internacional. ● Jóvenes emprendedores no demuestren interés en la participación. |
| <p>Actividad del resultado 3:</p> <p>A3. R1. Formato de inscripción para el joven emprendedor que tendrá acceso a la información expuesta en la plataforma digital con el fin de obtener estadísticas de cuantos</p> | Relleno del formato de inscripción por parte de los jóvenes emprendedores. | <ul style="list-style-type: none"> ● Formato de verificación. ● Base de datos de los emprendedores. | <ul style="list-style-type: none"> ● No contar con el apoyo de la dirección del instituto. |

| | | | |
|---|--|--|---|
| usuarios tenemos inscritos en la plataforma digital para realizar estudios de cuantos emprendedores están interesados en ser exportadores | | | |
| A3. R2. Realizar 2 taller participativo y amplio en temas de comercio exterior. | Voluntariado integrado por un aproximado de 20 o más emprendedores juveniles de la UNAN-Managua. | <ul style="list-style-type: none"> ● Fotografías ● Base de datos de los miembros del voluntariado. | <ul style="list-style-type: none"> ● No tener asistencia por parte de los emprendedores. ● No poder encontrar el local para realizar el taller. |
| A4. R3. Realizar 4 talleres bajo la metodología de proceso de inducción de acompañamiento a los jóvenes emprendedores | El 90% de los emprendedores logren recibir la inducción como parte del acompañamiento | <ul style="list-style-type: none"> ● Fotografías ● Formato de Verificación ● Lista de personas que participan | <ul style="list-style-type: none"> ● No tener asistencia por parte de los emprendedores. ● No poder encontrar el local para realizar el taller. |
| Fuente propia | | | |

3.5 Presupuesto

| Nombre | Descripción | Cantidad | Precio | Total |
|--|--|----------|------------|-------------|
| Computadora Profesional – Procesador Intel Core i7 | Para el manejo de la plataforma digital. | 1 | U\$ 650.00 | U\$ 650.00 |
| Página web base | Creación página web informativa para los usuarios, en especial informativa sobre procesos de exportación para jóvenes emprendedores. | 1 | U\$ 500.00 | U\$ 500.00 |
| Idioma adicional | Inserción de un idioma extranjero en la página. | 1 | U\$ 150.00 | U\$ 150.00 |
| Apartado noticias/blog | Adjuntar una sección de noticias/blog actualizable desde lo más antiguo hasta lo más reciente en temas de Comercio Exterior. | 1 | U\$ 50.00 | U\$ 50.00 |
| Calendario gestión eventos | Instalación y configuración de componentes para la gestión de capacitaciones y talleres sobre temas de Comercio Exterior. | 1 | U\$ 50.00 | U\$ 50.00 |
| Área de descargas | Área dedicada a descargas de documentos públicos relacionados al Comercio Exterior. | 1 | U\$ 50.00 | U\$ 50.00 |
| Fórum | Creación de un fórum con posibilidad de moderación y gestión de los usuarios. | 1 | U\$ 100.00 | U\$ 100.00 |
| Galería vídeos | Galería de vídeos educativos en tema de Comercio Exterior. | 1 | U\$ 100.00 | U\$ 100.00 |
| Formulario | Formularios de contacto personalizados, para el manejo de estadísticas de cuantos emprendedores visitan la web. | 1 | U\$ 100.00 | U\$ 100.00 |
| Recursos Humanos | Miembros técnicos del proyecto | 1 | U\$ 370.00 | U\$ 370.00 |
| | | | | U\$ 2120.00 |
| Fuente propia | | | | 0 |

| CUADRO DE RESUMEN DE LO PRESUPUESTADO POR RUBROS | | |
|---|---|------------------------------------|
| Rubros | | Total de fondos solicitados |
| 1 | RECURSOS HUMANOS | C\$ 12,446.64 |
| 2 | EQUIPAMIENTO / INDUMENTARIA / INSTRUMENTOS | C\$ 58,87000 |
| 3 | TOTALES | C\$ 71,316.64 |
| Fuente Propia | | |

Esta propuesta de mejora se puede presentar ante las instituciones antes mencionadas como MINJUVE, UNAN-Managua, CNU, MIFIC, quienes pueden ser nuestra fuente de financiamiento, sobre todo porque como estrategia interinstitucional se puede trabajar de la mano con estas empresas para que estos jóvenes puedan tener su plataforma informativa directamente dirigida con lenguaje entendible para la juventud emprendedora.

3.6 Calendario de actividades del proyecto

| Actividades | Tareas que involucra | Tiempo/ día/ semana/ mes | Responsable | Participantes |
|--------------------|--|----------------------------------|--|--------------------------|
| A1. R1. | Bitácora de todas las actividades que se realizan en la plataforma digital, | 8 horas al día/ todos los meses. | Comunity Manager | Emprendedores juveniles. |
| A1. R2. | Actualizar información en el blogs con noticias recientes sobre comercio exterior. | 5 horas/todos los días. | Comunity Manager/Analista de Comercio Exterior. | Emprendedores juveniles. |
| A2. R1. | Taller participativo sobre los TLC's que Nicaragua tiene suscrito. | 48 horas | Analistas de Comercio Exterior, Relacionistas Internacionales. | Emprendedores juveniles. |

| | | | | |
|---------|--|--|---|--------------------------|
| A2. R2. | Feria participativa de emprendimiento. | 16 horas en dos días 1 vez cada 6 meses. | UNAN-Managua e Instituciones del Estado vinculadas al apoyo del emprendimiento Juvenil. | Emprendedores juveniles. |
| A3. R1. | Realizar un formulario de suscripción para que los jóvenes emprendedores puedan acceder a la plataforma. | 16 horas/2 días. | Analista de Comercio Exterior y Community Manager. | Emprendedores juveniles. |
| A3. R2. | Formato de inscripción para el voluntariado | 1 mes, abril. | Antropólogo. | Emprendedores juveniles. |
| A2. R3. | Taller participativo sobre temas de Comercio Exterior y exportaciones. | 24 horas en tres días/semestral. | Analistas de Comercio Exterior, Relacionistas Internacionales. | Emprendedores juveniles. |

3.7 Estrategia de comunicación

1. Canal: Web y redes sociales.
2. Actividad:
 - Publicar semanalmente un post en la web.
 - Tuitear 3 ó 4 veces al día.
3. Medición: KPI:
 1. Google Analytic. Número de visitas, duración de la visita.
 2. Twitter: Retuits, Menciones.
4. Evaluación: Informe mensual evaluando los resultados de los KPI propuestos para la medición.

Posicionar la plataforma digital entre los jóvenes emprendedores, para incrementar el registro de los exportadores y así aumentar las exportaciones de los productos tradicionales y no tradicionales del país.

Proporcionando un servicio digital de calidad donde los emprendedores obtengan la mayor información sobre temas de comercio exterior.

IV. Conclusiones

Las políticas públicas nicaragüenses relacionadas a los programas nacionales han comenzado a tener efecto en el contexto emprendedor del país y se espera que en los próximos años su impacto sea superior, a nivel regional, gracias a las exportaciones, para el bien del emprendimiento juvenil nicaragüense y de la sociedad en general.

El emprendimiento en Nicaragua representa una abundante fuente de empleo y producción para el país, más de diez años el GRUN ha venido promoviendo el emprendimiento tanto en adultos como en jóvenes, siendo esto últimos el mayor porcentaje de la población nicaragüense. Según lo establece la Ley número 645 “Ley de Promoción, Fomento y Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa”, tiene como objetivo fomentar y desarrollar de manera integral a las Mipymes, propiciando la creación de un entorno competitivo para el buen funcionamiento de este sector económico de alta importancia para el país. Con ello se busca fomentar la competencia y el emprendimiento, y por lo tanto crean eficiencia, innovación y crecimiento agregado de la productividad. Se busca que estos emprendimientos sean más productivos.

Los emprendimientos juveniles en Nicaragua fomentan la competencia y por lo tanto crean eficiencia, innovación y crecimiento agregado de la productividad, cualquier joven puede comenzar su negocio después de crearse metas y siendo perseverantes, estos jóvenes emprendedores tienen como fortaleza; pasión por lo que ellos mismos crean, tienen una mente abierta enfocándose en ser generadores de empleo pero sobre todo en ser una fuente de ingresos económicos para su familia y su supervivencia, cuentan con un ingenio para saber qué es lo mejor que tienen para dar de sí en el negocio. Sin embargo, a la hora de llevar estos emprendimientos a mercados internacionales tienen como limitantes falta de conocimientos en temas de comercio exterior, TLC's (Tratados de libre comercio) suscritos por Nicaragua, que pueden ser aprovechados en su máxima expresión con tratos preferenciales de los productos que ofrecen, desinformación sobre procedimientos de exportaciones y sobre Leyes que favorecen el emprendimiento juvenil.

La UNAN-Managua puede trabajar estratégicamente con Instituciones del Estado y empresas privadas para dar seguimiento al tema del emprendimiento juvenil a mercados internacionales, Brindando talleres sobre temas de exportación, Creando contenido dirigido a jóvenes con un plan estratégico interinstitucional, Manual de ruta de acción para jóvenes emprendedores, Creando un presupuesto para fondo de créditos que apoye la ampliación de emprendimientos.

V. Recomendaciones

Al GRUN

Fortalecer el emprendimiento juvenil, en el sector público, retomando las diferentes iniciativas para el desarrollo de capacidades en las y los jóvenes, como el acompañamiento por parte de experimentados empresarios, facilitación de financiamiento, acceso a capacitación y entrenamiento, acceso a herramientas tecnológicas y desarrollo de políticas y programas públicos para apoyo del emprendimiento.

En materia tributaria, se requiere de incentivos y programas orientados a la creación de pequeñas empresas que pasen a ser medianas empresas y que puedan llegar a ser empresas grandes en el futuro. En ese sentido, se recomienda definir un régimen especial para empresas nuevas en sectores no tradicionales del país, a fin de minimizar la carga tributaria en los críticos primeros años de vida de la empresa.

Al MINJUV

Creación de un Sistema Nacional de Incubación que permita impulsar la creación de nuevas Incubadoras de empresas con el afán de transformar emprendimientos por necesidad y de subsistencia en emprendimientos por oportunidad en sectores que no necesariamente son los sectores tradicionales de la economía nicaragüense.

A la UNAN- Managua

Se deben fortalecer las metodologías de los programas de planes de negocios, que son la semilla de proyectos de reforma curricular, y complementarlos con mecanismos para convertir un porcentaje de los planes en negocios en empresas incubadas.

Avanzar en el acercamiento entre las universidades y las empresas, a fin de asegurar que un mayor número de investigaciones e innovaciones lleguen a ser explotadas comercialmente, conjuntamente con una validación de esos proyectos en el mercado y su promoción dentro del sector empresarial.

VI. Bibliografía

- Alfaro, A. (2019). *UNICEF*. Obtenido de Como desarrollar estrategias emprendedoras?. Tips para adolescentes y jóvenes que quieren materializar sus ideas: <https://es.scribd.com/document/404179660/Caja-de-herramientas-para-emprendedores-adolescentes-y-jovenes-pdf>
- Asamblea Nacional. (2014). *Constitución Política de Nicaragua*. Managua: Asamblea Nacional.
- Bancomext. (2000). *Plan de Negocios de Exportación* . Obtenido de Fundamentos teóricos de Exportación.
- Barriero, Chérrez, M. A. (2017). *ResearchGate*. Obtenido de Cultura empresarial en estudiantes universitarios: https://www.researchgate.net/publication/328841682_Cultura_empresarial_en_estudiantes_universitarios
- Calderon, Coello, L. (2019). *Perspectivas de la gestión universitaria y el emprendimiento en el desarrollo productivo de las Mypes*. Lima Peru.
- Cerda, U., & Gelman, M. (2017). *Repositorio Univeritario, CNU*. Obtenido de Analisis del comportamiento y su importancia para el desarrollo socioeconomico de Nicaragua: <http://repositorio.cnu.edu.ni/Record/RepoUCA4705>
- Chow, A. F. (25 de julio de 2020). Perfil del Emprendedor. (L. R. Carranza, Entrevistador)
- Gago García, V. (2019). Red de mentores en emprendimiento de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua. *UNIVERSIDAD*, 44-47.
- García, D. V. (22 de Julio de 2020). Perfil del emprendedor . (L. R. Carranza, Entrevistador)
- García, V., & García, D. (2015). “*Emprendimiento Empresarial Juvenil: Una evaluación con jóvenes estudiantes de universidad*” . .

- Gobierno de Nicaragua.CNU, MINED, INATEC, Universidad Abierta en Línea de Nicaragua (UALN), Programa Educativo Nacional Aprender, Emprender, Prosperar. (2017). *Libro Blanco, para el siglo XXI. Nuevo paradigma y modelo educativo en Nicaragua*. Managua: AUPEX - Emprendedorex.
- Instituto de Desarrollo de Nicaragua (INIDE). (2017). *Informe de población joven*. Managua, Nicaragua.
- Milenio, R. M. (18 de noviembre de 2014). Joven emprendedor. *Joven emprendedor*. Mexico, Mexico: Revista Mexicana Milenio 2020.
- Mumuera Gomez, M., & Gomez, F. (2016). “*Innovación y emprendimiento social en el proceso de enseñanza. Nuevas narrativas universitarias*”. .
- Novoa Martinez, E. (2017). *Emprendimientos economicos, experiencias del municipio Leon, Nicaragua*. Asociacion Rocanli.
- Perez Hernandez, M. M. (2018). *Emprendimiento universitario y la convergencia de conocimiento ante los desafíos del cambio de gobierno en México*. Mexico: CONACYT.
- Radebaugh, D. (julio de 2015). *Catarina Documentos*. Obtenido de Fundamentos teoricos de Exportacion.
- Vélez Romero , X., & Ortiz, S. (2016). Emprendimiento e innovacion . *Dialnet*, 24.
- Vinicio, M. J. (15 de Marzo de 2017). *Emprendimiento Juvenil en Latinoamérica*. Obtenido de INCAE: <https://www.incae.edu/es/blog/2017/03/15/emprendimiento-juvenil-en-latinoamerica.html>
- Vivanco Sigwas, I. (2013). *Exportacion* . Argentina: SUNAT.

Anexos

a. Guía de entrevista dirigida expertos / coordinadores/ maestros en emprendimiento

| |
|---|
| Nombre del encuestador: Rebeca Uzziel Carranza |
| Especialidad: Análisis Sociodemográfico y sus vínculos con Políticas Públicas aplicadas a la Adolescencia y Juventud |
| Nombre del Protagonista/Emprendedor: |
| Profesión: |
| Tipo de Negocio: |

Presentación del entrevistador

Buenos días/tardes,

Mi nombre es Rebeca Uzziel Carranza, Egresada de la Especialidad en Análisis Sociodemográfico y sus vínculos con Políticas Públicas aplicadas a la Adolescencia y la Juventud. Estoy interesada en conocer su opinión, sobre el Emprendedor Universitario de la UNAN-Managua, por favor, ¿Sería tan amable de contestar el siguiente cuestionario? La información que me proporcione será utilizada para fines de culminación de la Especialidad antes mencionada, conocer el perfil del emprendedor y de cómo se puede mejorar el apoyo para estos jóvenes emprendedores para que puedan internacionalizar sus emprendimientos. ¡Gracias!

Perfil del entrevistador.

Edad

Sexo Hombre Mujer

Cuestionario

1- ¿Cómo describe Usted el perfil del Joven Emprendedor de la UNAN-Managua?

2- ¿Cuáles son las fortalezas del Joven emprendedor de la UNAN-Managua?

-
- 3- ¿Cuáles son las debilidades que Usted considera debería de mejorar el Joven Emprendedor de UNAN-Managua?

 - 4- ¿Qué motiva a los jóvenes de UNAN-Managua a emprender?

 - 5- ¿Qué limitaciones considera Usted presenta el Joven Emprendedor?

 - 6- ¿Considera Usted necesario que los Jóvenes emprendedores internacionalicen sus pequeños negocios?

 - 7- ¿Cuáles son las capacidades y conocimientos que tienen los Jóvenes emprendedores en relación a las Exportaciones?

 - 8- ¿Considera Usted que las Instituciones asociadas al Comercio Exterior logren un vínculo con la UNAN-Managua, para ampliar los conocimientos del Joven Emprendedor en temas de Exportaciones?, ¿Por qué y cómo se puede lograr?

 - 9- ¿cómo cree Usted que se debe de apoyar al Joven Emprendedor para que Internacionalice sus MIPYMES?

 - 10- ¿Cuál es la situación actual de los jóvenes emprendedores de la UNAN-Managua?

Muchas gracias por su amabilidad y por el tiempo dedicado a contestar esta encuesta. Si tiene algún otro aporte lo puede compartir a continuación:

b. Guía de entrevista dirigida al emprendedor

Nombre del encuestador: Rebeca Uzziel Carranza

Especialidad: Análisis Sociodemográfico y sus vínculos con Políticas Públicas aplicadas a la Adolescencia y Juventud

Nombre del Protagonista/Emprendedor:

Profesión:

Tipo de Negocio:

Presentación del entrevistador

Buenos días/tardes,

Mi nombre es Rebeca Uzziel Carranza, Egresada de la Especialidad en Análisis Sociodemográfico y sus vínculos con Políticas Públicas aplicadas a la Adolescencia y la Juventud. Estoy interesada en conocer su opinión, sobre cómo ha sido su proceso de Emprendedor, por favor, ¿Sería tan amable de contestar el siguiente cuestionario? La información que me proporcione será utilizada para fines de culminación de la Especialidad antes mencionada, conocer su perfil como emprendedor, sus motivaciones para emprender y de cómo se puede mejorar el apoyo hacia ustedes los jóvenes emprendedores para que puedan internacionalizar sus emprendimientos. ¡Gracias!

Perfil del entrevistado

Edad

Sexo

Hombre

Mujer

Cuestionario

1- ¿Cómo te describes siendo un Joven Emprendedor?

2- ¿Cuáles crees que son tus fortalezas como Joven emprendedor?

-
- 3- Consideras que tu emprendimiento pudiera dirigirse hacia el extranjero. ¿Por qué?

 - 4- ¿Qué conoces sobre el tema de exportaciones y comercio exterior?

 - 5- ¿Qué limitaciones consideras presentas como Joven Emprendedor?

 - 6- ¿Consideras internacionalizar tu emprendimiento (ofrecer tu producto a nivel internacional)?

 - 7- ¿Cuáles son tus capacidades y conocimientos como Joven emprendedor en relación a las Exportaciones?

 - 8- ¿Consideras que las Instituciones asociadas al Comercio Exterior logren un vínculo directo con los emprendedores, para ampliar tus conocimientos en temas de Exportaciones?, ¿Por qué y cómo consideras que se puede lograr?

 - 9- ¿Cómo crees que deben de ser apoyado él Joven Emprendedor para que Internacionalice sus pequeños negocios?

 - 10- ¿Cuál es tu situación actual como joven emprendedor?

Muchas gracias por tu amabilidad y tiempo dedicado al contestar esta encuesta. Si tienes algún otro aporte lo puedes compartir a continuación:

c. Procedimiento de inscripción para ser exportador



JOVEN EMPRENDEDOR TÚ TIENES POTENCIAL PARA HACER COSAS INCREIBLES



EMPRENDIMIENTOS JUVENILES HACIA LA INTERNACIONALIZACION

Pasos para ser un Exportador Formal

JOVEN EMPRENDEDOR TOMA EN CUENTA ESTOS DATOS IMPORTANTES

Puedes hacer tu negocio como Persona natural o Persona Jurídica



DEBES INSCRIBIR TU MICRO-EMPRESA FORMALMENTE

Si es Personería Jurídica debes de Inscribir en el: Registro Público Mercantil.

Persona Natural y Jurídica - Inscripciones a realizar:

- Inscribirse en la Dirección General de Ingresos.
- Inscribirse en la Dirección General de Servicios Aduaneros.
- Inscribirse en el Centro de Trámites de las Exportaciones.



DATOS IMPORTANTES

Depende del rubro a exportar deberá registrarse ante las Instituciones asociadas para permisos especiales como:

- INPESCA - Instituto Nicaragüense De La Pesca Y Acuicultura
- IPSA - Instituto de Protección y Sanidad Agropecuaria
- MARENA - Ministerio del Ambiente y los Recursos Naturales
- INAFOR - Instituto Nacional Forestal
- CNRCST - Comisión Nacional de Registro y Sustancias Tóxicas.



"Se consciente: No debes precipitarte, evalúa tu verdadera capacidad para llegar al éxito"



Procedimiento para inscribirse como exportadores a nivel nacional.

Explicar trámites generales requeridos para exportación de emprendimientos nicaragüense, como primera instancia para que el emprendedor juvenil pueda acceder a mercados internacionales a través de las exportaciones deberá de estar inscrito en las siguientes entidades gubernamentales:

- Dirección General de Ingresos (DGI) como personería jurídica, cooperativa o persona natural.
- Dirección General de Servicios Aduaneros (DGA), como personería jurídica, persona natural o cooperativas.
- Inscribirse en Centro de Trámites de las Exportaciones (CETREX) del modo que desee: Personería Jurídica, persona natural o cooperativas.

Una vez inscritos en las principales entidades del Estado según el rubro al que se vayan a dedicar deberán de inscribirse en las siguientes instituciones para obtener permisos de exportación preaduanales:

- Instituto nicaragüense de la pesca y acuicultura (INPESCA)
- Instituto de protección y sanidad agropecuaria (IPSA)
- Ministerio del ambiente y recursos naturales (MARENA)
- Ministerio de Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa (MEFCCA)
- Ministerio de Energía y Minas (MINA)

Luego de estar inscritos en todas las entidades antes mencionada deberán de presentarse a las oficinas de CETREX a realizar sus trámites de exportación una vez que tenga permisos que sean asociados al producto a exportar.

d. Fotos



Imagen N5. Bisuterías de jóvenes emprendedores. Fuente: Nicaragua emprende



Imagen N6. Cerámica de barro. Fuente: Nicaragua emprende



Imagen N7. Zapatos de cuero. Taller Granadino. Fuente: Nicaragua emprende

www.pvexport.org

localhost/pvexport/

En pausa

www.pvexport.org

Llamanos
???-????-????

Información:
info@pvexport.org

Horario
8:00 AM - 5:00 PM

INICIO PROCESOS ACERCA DE CONTACTO

PLATAFORMA VIRTUAL PROCESOS DE EXPORTACIÓN

El sitio es informativo y su objetivo principal es, contener en un solo sitio la información procedimental y documental, de las instituciones encargadas de los procesos de Exportación e Importación en el País.

De esta manera se logra centralizar la documentación necesaria para los procesos antes mencionados y se garantiza que este contenida toda en un solo lugar.

Cabe mencionar que la información contenida en este sitio, es obtenida desde los sitios oficiales de las instituciones encargadas de los procesos de importación y exportación.



Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Windows taskbar: Search, File Explorer, Chrome, Edge, Word, PDF, Mail, Settings, Network, ESP, 11:25

