



Gobierno de Reconciliación
y Unidad Nacional

El Pueblo, Presidente!

2013:
**BENDECIDOS,
PROSPERADÓS Y
EN VICTORIAS!**

Aprendiendo a Emprender



TEXTO

2

Aprendiendo a Emprender



TEXTO

2

CRÉDITOS

DIRECCION SUPERIOR DEL MINISTERIO DE EDUCACION

Miriam Soledad Raudez Rodríguez

Ministra de Educación

José Enrique Treminio Zeledón

Vice Ministro de Programas Educativos

Marlon Siu Bermúdez

Vice Ministro de Planificación Educativa e Inversiones

Francisco José Palacios Aguilar

Director General de Educación de Jóvenes y Adultos

ORGANIZACIÓN DE ESTADOS IBEROAMERICANOS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA (OEI)

Carmen Largaespada Fredersdorff

Representante Permanente - OEI Nicaragua

Odilí Robles Ríos

Coordinadora de Proyecto OEI - Nicaragua

Revisión, corrección y adaptación

Equipo técnico de la Dirección General de Educación de Jóvenes y Adultos del MINED, en colaboración con la especialista de Educación de Jóvenes y Adultos de la OEI, tomando como base el texto Emprendedurismo para Educación Primaria de Jóvenes y Adultos, elaborado por el consultor principal Manuel Salgado Ríos y Lidia Collado Noguera.

César Romero Largaespada

Diseño y diagramación

Fuente de financiamiento

Agencia Andaluza de Cooperación Internacional para el Desarrollo

Managua, Nicaragua Marzo 2013

CONTENIDO

Presentación	1
Descripción de las unidades	2
Orientaciones para el estudio del texto	4
UNIDAD 5. Conociendo las oportunidades del mercado para el Emprendimiento	9
TEMA 1: Principales factores que intervienen en el mercado del emprendimiento	9
TEMA 2: Preparando el plan de mercadeo	14
TEMA 3: Realizando nuestras ventas	18
UNIDAD 6. Constitución de la acción Emprendedora	27
TEMA 1. Formas de constituir un emprendimiento productivo	27
TEMA 2. Trámites para legalizar un emprendimiento o negocio	36
UNIDAD 7. El Plan de acción del Emprendimiento	49
TEMA 1: Elaboración del plan de acción del emprendimiento	49
UNIDAD 8. Alianzas estratégicas para los emprendimientos	57
TEMA 1: La Economía Social Solidaria	57
TEMA 2: Las Alianzas Estratégicas	60
Bibliografía	66



PRESENTACIÓN





Presentación



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

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

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

El buen vivir como un modelo de vida justo, sostenible, ecológico, sustentable y equitativo, conlleva a que las y los nicaragüenses vivamos en armonía entre nosotros y la naturaleza.

El emprendedurismo, desde una lógica educativa, desarrolla esas capacidades de la persona que armoniza las ideas de emprendimientos sociales y productivos con el desarrollo personal, familiar y de la comunidad con sentido solidario y asociativo.

El texto “Aprendiendo a Emprender” se concibe como un todo, estructurado en ocho unidades y se presenta en dos partes: Texto 1 contiene las unidades de la I a la IV en las que se tratan los aspectos generales sobre emprendedurismo y el Texto 2 de la unidad V a la VIII en las que se abordan los aspectos específicos para la puesta en práctica del emprendimiento como un negocio. En ambos textos las unidades llevan una secuencia y correspondencia lógica para crear ideas de emprendimientos y llevarlos a la práctica.





Descripción de las unidades

Texto 1

1. ¿Qué es emprendedurismo?

La primera unidad, introduce a las y los estudiantes a una reflexión sobre el emprendedurismo y a identificar los factores que propician el nacimiento del “espíritu emprendedor”.

2. Generando ideas de emprendimientos para el bien común

La segunda unidad, brinda elementos básicos para fortalecer las capacidades y crear las ideas de emprendimientos socio productivos y de servicios personales, familiares y comunitarios, desde la perspectiva de la asociatividad y el trabajo colaborativo, visto como un proceso que relaciona los intereses y talentos personales, en la creación de pequeños, medianos y grandes negocios, vinculados a los planes de desarrollo local y nacional.

3. El Plan de emprendimiento

La tercera unidad, presenta las características generales, los elementos y los pasos de un plan de emprendimiento para contribuir a la generación de un trabajo digno y estable, a fin de mejorar la calidad y condiciones de vida, en el marco de un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible.

4. El talento humano en los emprendimientos

La cuarta unidad, contiene elementos que propician la reflexión y análisis sobre la creación de un emprendimiento con base al desarrollo humano, haciendo énfasis en las capacidades personales, familiares y comunitarias, con equidad de género, en armonía con la naturaleza.



Texto 2



5. Conociendo las oportunidades del mercado para el emprendimiento productivo

La quinta unidad, ofrece información teórica-práctica para identificar las oportunidades de mercado, conjugando los cuatro elementos fundamentales: productos, precios, plaza (lugar) y promociones; todo esto en el marco del modelo económico justo y solidario, en correspondencia con las necesidades de la familia y la comunidad.

6. Constitución de la acción emprendedora

La sexta unidad proporciona información sobre las diferentes formas legales y procedimientos necesarios para constituir una actividad emprendedora productiva, ya sea como persona natural, persona jurídica y sociedad cooperativa.

7. El plan de acción

La unidad siete contiene elementos básicos para desarrollar un plan de acción sobre un emprendimiento definido, el cual permitirá establecer y consolidar actividades socio-productivas y mercantiles, constituyéndose en la guía de la persona emprendedora, que les permitirá alcanzar los objetivos y metas.

8. Alianzas estratégicas para los emprendimientos

Esta unidad aborda los elementos básicos para establecer alianzas estrategias en los emprendimientos, que contribuyan a la superación de la pobreza y fortalezcan el desarrollo local y nacional, en beneficio del buen vivir y el bien común, a través de la práctica de una economía social solidaria, en correspondencia con los programas sociales y productivos que desarrolla el Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional.



Orientaciones para el estudio del texto

La metodología para el desarrollo de las unidades del texto “Aprendiendo a Emprender”, se fundamenta en un enfoque participativo, que concibe a las personas como elementos activos del proceso educativo, tomando en cuenta los pre-saberes desde su experiencia y diario vivir, siendo las actoras de su propio aprendizaje.

En el tratamiento metodológico para el desarrollo de los contenidos, se utiliza el lenguaje inclusivo, considerando que las unidades del texto, se pueden estudiar y trabajar de manera personal, con otros compañeros y compañeras del círculo, con el maestro popular y compartirlo con la familia.

La organización de las unidades llevan la siguiente estructura: nombre de la unidad, propósito de la unidad, temas y pasos metodológicos identificados por íconos, como se describen a continuación.



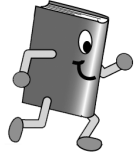
Leamos y Comprendamos

En este apartado se presentan lecturas de fácil comprensión para realizarlas de forma individual y/o en pequeños grupos y explorar los pre-saberes e interiorizar conceptos, explicaciones y análisis a la luz de una información técnica específica sobre un contenido determinado.



Reflexionemos y Compartamos

En esta sección se desarrollan actividades para realizarlas de manera individual o colectiva, que permiten, confrontar el nuevo conocimiento con la realidad de nuestro entorno personal, familiar y comunitario, reflexionar y poner en común lo aprendido.



Practiquemos lo Aprendido

En este apartado se presentan ejercicios de aplicación que permiten afianzar cualitativamente lo aprendido y poner en evidencia los aprendizajes alcanzados en las unidades desarrolladas, a través de la reflexión y el análisis de los temas de interés individual y colectivo, proporcionando pautas para un futuro emprendimiento, promoviendo la asimilación de conocimientos útiles para la vida, a partir del aprender haciendo.



Recordemos lo Aprendido

Este apartado contiene un resumen de los principales aspectos de la unidad, y que el o la estudiante debe recordar siempre, para ponerlos en práctica en su vida cotidiana.



Autoevaluémonos

Este apartado nos invita a realizar ejercicios de evaluación personal, para valorar los conocimientos adquiridos, habilidades desarrolladas e identificar lo que dominamos y lo que necesitamos consolidar.



CONOCIENDO LAS OPORTUNIDADES DEL MERCADO PARA EL EMPRENDIMIENTO



UNIDAD




5



UNIDAD 5. Conociendo las oportunidades del mercado para el Emprendimiento



Con el estudio de esta unidad, podremos:

- 
 Identificar los factores a tomar en cuenta en el análisis de las oportunidades que nos brinda el estudio de mercado para un mejor desarrollo del emprendimiento productivo con justicia y equidad social.
- 
 Conocer las experiencias de otros emprendimientos que venden los mismos productos o prestan los mismos servicios a la misma comunidad.
- 
 Aplicar la técnica de las 4P's del mercado (producto, precio, plaza y promoción) para elaborar un plan de mercadeo con responsabilidad de impacto social y ambiental en armonía entre los seres humanos y la naturaleza.

TEMA 1: Principales factores que intervienen en el mercado del emprendimiento

Comentemos con nuestras compañeras y compañeros de estudio, la importancia de conocer las necesidades de la comunidad en cuanto al producto a vender o servicio a prestar por nuestro emprendimiento, así como el tipo de relación que debe existir entre los emprendimientos o negocios que venden el mismo producto o brindan el mismo servicio a la comunidad.








Leamos y Comprendamos

Uno de los principales factores que intervienen en el mercadeo de un producto o la prestación de un servicio es la clientela.

La clientela, son las personas más importantes de un emprendimiento. Está determinada por la oferta y la demanda de los productos o servicios del emprendimiento.





Las y los clientes compran “productos y servicios” para satisfacer diferentes necesidades y deseos, que pueden ser personales, familiares o de la comunidad. A ellos nos debemos cuando tenemos un emprendimiento o negocio.

Para mantener satisfecha a la clientela y garantizar que regresen al negocio, debemos:

-  Ofrecer productos o servicios de calidad.
-  Conocer los precios justos que están dispuestos a pagar por los productos o servicios a recibir.
-  Brindar un buen trato, respetarlos como amigos, compañeros y vecinos de la comunidad.

El tener clientes satisfechos que se sientan atendidos, apreciados y respetados, permite mayores ventas y rentabilidad del negocio.

Veamos algunos ejemplos de necesidades a satisfacer:

-  Compran alimentos, porque necesitan comer.
-  Utilizan los buses, porque necesitan trasladarse a diferentes lugares.
-  Compran ropa y calzado, porque hay necesidad de vestirse y calzarse.
-  Buscan atención médica, porque necesitan estar bien de salud.

Para tener un buen negocio ya sea de vender productos o brindar servicios necesitamos una estrategia de venta.

Pero, ¿qué es una estrategia? Una estrategia, es un conjunto de acciones planificadas en el tiempo, que se llevan a cabo para lograr un determinado fin o propósito.



Para elaborar una estrategia de venta, se requiere conocer las necesidades más sentidas y gustos preferidos de la comunidad para captar nuevos clientes o mantener los que ya se tiene, para ello debemos responder a las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son los productos y/o servicios que compran?
- ¿Con qué frecuencia lo hacen?
- ¿En qué momento lo compran?
- ¿Qué precios están dispuestos a pagar por cada producto y/o servicio?
- ¿Cuál es el comportamiento de los clientes si no encuentran los bienes o servicios que buscan?
- ¿Dónde quieren comprar el producto o recibir el servicio?
- ¿Cómo prefieren el producto o el servicio? (color, tamaño, forma, durabilidad, entre otras.).

Estas preguntas se responden a través de una investigación en la comunidad, con las y los vecinos, amistades y con nuestros propios familiares.

Si la investigación se hace mediante una encuesta, tomar en cuenta las siguientes recomendaciones, para elaborar las preguntas.



- ✓ Ser claras, sencillas, precisas y fácil de responder.
- ✓ Evitar hacer preguntas sobre situaciones pasadas.
- ✓ Evitar preguntas donde las personas tengan que hacer cálculos, por ejemplo ¿cuántas tortillas compra al mes?

Otro elemento a considerar es el tamaño del mercado, esto se refiere al área de su comunidad o territorio que cubrirá el emprendimiento o negocio, o sea ¿cuántos clientes viven en esa zona?

En base a lo anterior debemos determinar si el emprendimiento o negocio está en capacidad de cubrir las necesidades de la cuadra, la manzana, el barrio, el caserío, la comunidad, el municipio, el departamento o todo el país.

Un aspecto que debemos tomar en cuenta al momento de determinar el “tamaño del mercado” es clasificar la clientela, esto nos permite garantizar la venta del producto o servicio que brinda el emprendimiento. La clientela se clasifica en:

- ✓ Clientes actuales: Son los clientes que conocen nuestro emprendimiento. Con ellos ya tenemos una relación de mercado establecida, conocen nuestro servicio y nosotros les conocemos a ellos, tienen confianza en cuanto a la calidad de los productos o servicios que nos compran.
- ✓ Clientes potenciales: Son clientes que podrían llegar a comprar nuestro producto en el futuro, debemos mejorar los productos que se venden y los servicios que se prestan para ampliar la clientela.

Debemos caracterizar a la clientela por grupos, a esto le llamamos “Segmentos de Mercado,” cada segmento de personas tiene sus propias características, gustos e intereses, la segmentación la haremos por sexo, edad, estado civil, lugar donde viven, ingreso mensual y capacidad de compra.



Otros emprendimientos o negocios existentes en la comunidad.

Generalmente en una comunidad existen varios emprendimientos o negocios que ofrecen los mismos productos o servicios a la comunidad. Estos emprendimientos o negocios son una buena referencia para saber si nuestro emprendimiento marcha bien o mal. Si los clientes se van al otro negocio y abandonan el nuestro, entonces deducimos que no andamos bien.

Los otros emprendimientos o negocios que existen en la comunidad, no son nuestros contrincantes o nuestros enemigos, todo lo contrario ellos nos ayudan a mejorar nuestro propio emprendimiento, a servir mejor a la clientela, responder a las necesidades de la comunidad en un contexto de justicia, equidad y solidaridad.

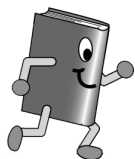
Debemos respetar a las otras personas que también tienen un emprendimiento igual al nuestro. Estas personas al igual que nosotros, también tienen derecho a ser emprendedoras, además es bueno y se hace necesario que existan otros negocios, porque así mejoramos el propio.



Reflexionemos y Compartamos

En grupos de trabajo, respondamos las siguientes preguntas y reflexionemos sobre las respuestas:

- a) ¿Por qué nuestros emprendimientos deben responder a las necesidades de la comunidad?
- b) ¿Qué ventajas tiene contar con otros emprendimientos que venden los mismos productos o brindan los mismos servicios en la comunidad?



Practicemos lo Aprendido

- a) Escribamos dos razones que motiven a la clientela a comprar los productos o servicios que se mencionan a continuación.





Producto o Servicio	Razones
Una blusa	
Servicio eléctrico domiciliario	
Un par de botas de hule	
Servicio de reparación de muebles de madera	
Un nacatamal	
Servicio de reparación de electrodomésticos	

b) Caractericemos por sexo, edad, lugar donde viven y capacidad de compra, a la población que compraría los productos o harían uso de los servicios que a continuación se mencionan:

Tipo de negocio	Características de la clientela
Venta de sandalias	
Reparación de motocicletas	
Elaboración y venta de silos	
Reparación de cocinas	
Venta de sillas de montar a caballo	
Venta de granos básicos	
Corte de cabello	

c) Mencionemos por qué es importante que en la comunidad existan otros emprendimientos, que oferten los mismos productos o brinden los mismos servicios.

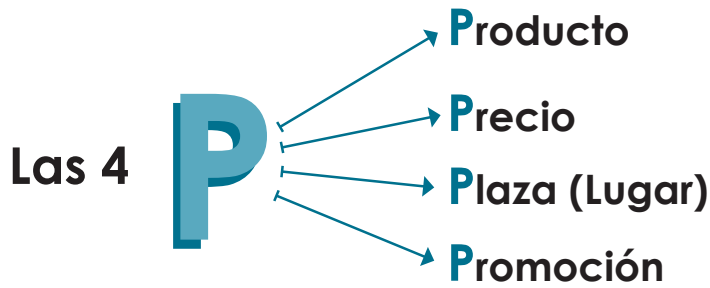
TEMA 2: Preparando el plan de mercadeo

Comentemos con nuestras compañeras y compañeros de estudio, qué entendemos como mercadeo y cómo hacemos para determinar el precio a los productos y servicios que ofrecemos.



Leamos y Comprendamos

El "Plan de Mercadeo" es un documento corto, sencillo y preciso, que contiene las estrategias de mercado del emprendimiento o negocio, a realizarse en un corto plazo. El plan de mercadeo se elabora a partir de cuatro elementos: producto, precio, plaza (lugar) y promoción, conocido como la técnica de las 4 P.



Veamos a continuación una breve descripción de las “4 P” y qué las caracteriza:

Producto:

Son los artículos o servicios, que adquieren o hacen uso los consumidores para satisfacer sus necesidades.

Algunos elementos que se deben considerar en los productos:

- ✓ El cliente siempre quiere pagar poco y recibir el máximo de satisfacción por el producto o servicio que compra.
- ✓ Las personas dueñas de negocio deben cobrar lo justo por el producto o servicio que ofrecen.
- ✓ Los productos se caracterizan por tener color, tamaño, peso, cantidad, formas, sabores, aromas y siempre debe haber disponibilidad y variedades del producto, a la vez calidad en el empaque y envase.
- ✓ Considerar para los servicios: higiene, seguridad, calidad, trato a las personas, durabilidad del servicio, entre otros.

Precio:

Es el valor de lo que cobramos a la clientela por los productos o servicios vendidos. Para determinar el precio de los productos o servicios, hay que considerar lo siguiente:

- ✓ El costo de producción o del servicio terminado.
- ✓ El precio de venta del producto o servicio brindado.
- ✓ El precio que cobran otros negocios por el mismo producto o servicio.



El costo de producción o servicio terminado, es el dinero y esfuerzo mental y físico que se invierte para producir un bien o servicio. Para calcular este costo tomamos en cuenta lo siguiente:

- ✍ Costo de materia prima: es el costo de los materiales que se utilizan para producir el bien o servicio final. Ejemplo, para fabricar una puerta se requiere de madera, clavos, pega, entre otros.
- ✍ Costo de mano de obra: es el pago (salario) de los trabajadores que hacen el bien o el servicio. Ejemplo, al que fabrica la puerta se le paga un salario. Hay que mencionar que en los negocios personales y familiares se debe estimar un salario o pago de la persona dueña del negocio y de los familiares que trabajan en el mismo.
- ✍ Gastos de operación: son todos los gastos necesarios para la fabricación del producto o servicio. Ejemplo, energía eléctrica, pago del local si es alquilado, agua, entre otros.
- ✍ Costo de venta: Es la suma de todos los costos mencionados, materia prima, mano de obra, gastos de operación, más la ganancia para continuar produciendo.



Plaza (Lugar):

Se refiere al lugar o local donde está ubicado geográficamente el negocio (la calle, el barrio, la comunidad, otros). También se consideran las formas de distribuir los productos y servicios que se ofrezcan. Tres elementos fundamentales que integran la plaza son:

1. Canales de distribución. Son los que intervienen en el proceso de trasladar los bienes y servicios desde el productor hasta el cliente o consumidor.
2. Planificación de la distribución. Se refiere a los procesos de

cómo llevaremos nuestros bienes y servicios a la clientela, con base en un plan de trabajo previamente establecido.

3. Distribución física. Formas de empaque, almacenamiento y transporte de los productos.

Promoción:

Se refiere a las actividades que se realizan a través de diferentes medios para impulsar o destacar: las características, calidad y precio de los productos y servicios que nuestro emprendimiento ofrece, para que la clientela los prefiera y se decida a comprarlos y/o consumirlos.

Algunas formas de promocionar los productos y servicios son: la visita casa a casa, auto parlantes (perifoneos), papeletas y anuncios en las radios locales. También de acuerdo a la capacidad económica del emprendimiento se utilizan: la televisión y hasta teléfonos celulares.

La promoción persigue:

1. Aumentar las ventas o servicios brindados.
2. Captar la atención a través de ofertas diversas y atractivas que contribuyan a la economía familiar y comunitaria y a la vez mejoren nuestras ventas.

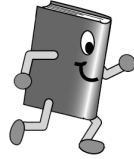


Reflexionemos y Compartamos

Realicemos con nuestros compañeros y compañeras de estudio un debate para compartir ideas sobre la aplicación de las “4 P” en un negocio, a partir de los siguientes planteamientos:

- a) La importancia de las “4 P” en un emprendimiento.
- b) El precio del producto o servicio define la calidad de éstos.
- c) La mejor forma de promocionar un producto.





Practicemos lo Aprendido

En equipos de trabajo con nuestras compañeras y compañeros de estudio, definamos un producto a vender y un servicio a ofrecer, luego escribamos en cada columna lo que se solicita, utilicemos la información de las 4 P.

Tipo de Producto o Servicio	Características del Producto o Servicio	Precio del Producto o Servicio	Plaza o lugar de venta del Producto o Servicio	Promoción y publicidad del Producto o Servicio

TEMA 3: Realizando nuestras ventas

Comentemos con las compañeras y compañeros de estudio, nuestras experiencias acerca de cómo hacemos para determinar los precios de venta, tanto de los productos que cosechamos o elaboramos, como de los servicios que brindamos.

Igualmente comentemos, cómo hacemos para saber cuánto podemos vender y cuánto dinero vamos a recibir por día, semana y mes.



Leamos y Comprendamos

Como analizamos en el tema anterior, para determinar el costo de venta de un producto o un servicio se toma en cuenta el costo de la materia prima, materiales que se utilizan, pago de mano de obra, los gastos de operación y la ganancia.


Si calculamos bien todos estos costos, en nuestro negocio





tendremos ganancias y evitaremos pérdidas. Al final lo que queremos es que el negocio sea rentable.

Analicemos el siguiente ejemplo y calculemos su costo:

Elaboración de una silla de madera sencilla para personas adultas.

- 
Materia prima: se necesita madera en cuarterones y reglas, otros materiales como clavos, lija y barniz para el acabado.

- 
Mano de obra: pagarle al carpintero y su ayudante para que la haga. Si la hace el dueño del negocio con ayuda de algún familiar también se le calcula el pago a ambos.

- 
Gastos de operación: pueden ser el transporte de la materia prima y otros materiales, el gasto de energía eléctrica, agua, impuesto a la alcaldía, entre otros. De estos últimos costos se hace un promedio estimado para el producto, porque el pago es mensual.

Por ejemplo, el costo de venta de la silla será de:

Materias primas y otros materiales:	C\$ 480.00
Mano de obra:	C\$ 180.00
Gastos de operación:	C\$ 100.00
Ganancia o utilidad:	C\$ 140.00
Costo de venta:	C\$ 900.00

Como podemos ver, en el ejemplo se incluye la ganancia o utilidad, este dinero se utiliza para invertirlo en mejoras del negocio o del producto. Algunos negocios lo usan para estimular a los trabajadores dándoles reconocimientos materiales.

Además de determinar el costo al producto o servicio, se debe proyectar (estimar) la cantidad de venta del producto o servicio para cierto tiempo, esto se conoce como volumen de ventas.

La proyección del volumen de ventas es necesario para el emprendimiento o negocio, porque le permite saber cuánto debe producir y vender para que el negocio sea rentable.



Cómo calcular las ventas.

Para definir el volumen de las ventas semanales, mensuales y anuales de un producto o un servicio, primero hay que calcular las ventas diarias. Si hacemos un buen cálculo de las ventas diarias nos ayudará a calcular las ventas para un período mayor de tiempo.

Hagamos un ejercicio para calcular el volumen de ventas de un producto.

Determinemos un precio de venta al producto por ejemplo, C\$10.00 y supongamos que al negocio llegan unas 40 personas por día y cada una compra 5 productos. ¿Cuál es el volumen de ventas por día, por semana, por mes, por año?

Por día será:

Podría vender 200 productos al día.

El precio del producto es de C\$ 10.00

La venta diaria será entonces	200 productos x C\$ 10.00	= C\$2,000.00
La venta por semana será	C\$2,000.00 por día x 6 días	= C\$12,000.00 (trabajando 6 días a la semana)
La venta por mes será	C\$12,000.00 por semana x 4 semanas	= C\$48,000.00 (trabajando un promedio de 4 semanas)
La venta por año será	C\$48,000.00 por mes x 12 meses	= C\$576,000.00

Recuerde que estas son las ventas, no son las ganancias; de aquí hay que restar todos los gastos de producción.

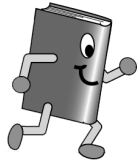


Reflexionemos y Compartamos

Comentemos con las compañeras y compañeros de estudio, sobre la importancia de determinar los precios de venta a los productos que cosechamos, los que elaboramos o los servicios que brindamos de manera que sean justos y solidarios.



Compartamos igualmente con los compañeros y compañeras, acerca de lo importante que es saber cuánto vendemos y cuánto dinero podemos recibir por día, por semana y por mes, por los productos que vendemos o servicios que prestamos.



Practicemos lo Aprendido

Seleccionemos un producto que se vende en un negocio de la comunidad y estimemos el volumen de las ventas diarias, semanales y mensuales del negocio. No precisamente tiene que ser la misma venta cada día, cada semana o cada mes. Utilicemos los cuadros que se presentan a continuación.

Semana	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Total de la semana
1							
2							
3							
4							
Total mes C\$							

Ahora estimemos las ventas para seis meses:

Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total 6 meses



Recordemos lo Aprendido

Es importante para nuestro emprendimiento o negocio:

- Conocer las necesidades de la comunidad en cuanto al producto a vender o servicio a prestar.
- Sacarle provecho a las relaciones que establezcamos con



- ✔ otros emprendimientos que vendan productos o presten servicio a la comunidad igual que nosotros, esto hace mejorar nuestro emprendimiento.
- ✔ Desarrollar el arte o habilidad para “vender” nuestro producto o servicio, determinando precios justos y solidarios para que nuestra comunidad se beneficie.
- ✔ Tomar en cuenta cuánto vale la materia prima y otros materiales que utilizamos para su elaboración, de igual manera el costo de la mano de obra (pago o salarios del que lo elabora) y los gastos de operación.
- ✔ Calcular el volumen de las ventas semanales, mensuales y anuales del producto o un servicio.



Autoevaluémonos

Analicemos el siguiente caso que nos presentan y respondamos en conjunto las preguntas que nos hacen aplicando los conceptos de las **4P**.

“Fajas para Siempre”

“Fajas para Siempre” es un negocio de tres personas emprendedoras creativas y perseverantes. Fabrican fajas muy bonitas para hombres. Tienen diferentes estilos y colores. A través de una encuesta y preguntando a diferentes personas llegaron a identificar a sus posibles compradores.

Conocen perfectamente otros emprendimientos o negocios de su comunidad. Saben donde están ubicados, los tipos de fajas que venden: tamaños tipo de material, estilos, colores y a qué precios las venden.

Han tenido dificultades para determinar el precio de venta de sus fajas, porque no han podido calcular el costo de producción. El precio de venta de muchas fajas similares está por debajo de lo que les costó producirlas, por lo tanto, tienen pérdidas económicas.



Además, el negocio está ubicado en una zona alejada donde existen problemas con el suministro de energía eléctrica y en un local incómodo, con poca concurrencia de personas, por lo que llegan pocos clientes. Los tres emprendedores consideran que la publicidad es un gasto innecesario, por tanto, no hacen ningún tipo de publicidad.

Como no saben calcular bien el costo de sus fajas, no pueden hacer la proyección de sus ventas diarias, semanales y mensuales.

Después que analizamos el caso anterior, contestemos a las siguientes preguntas:

Los emprendedores del negocio.

¿Conocen quiénes son sus clientes?

¿Conocen bien otros negocios que venden el mismo producto?

¿Saben calcular el precio de su producto?

¿Utilizan la publicidad o promoción para vender su producto?

¿Hacen proyecciones de venta semanal, mensual o semestral?



CONSTITUCIÓN DE LA ACCIÓN EMPRENDEDORA



UNIDAD

6



UNIDAD 6. Constitución de la acción Emprendedora

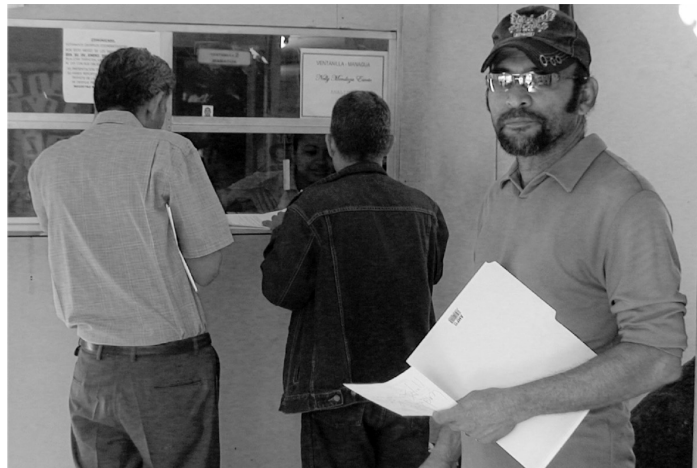


En esta unidad estudiaremos las distintas formas para la constitución de un emprendimiento, ya sea como persona natural con negocio, o como persona jurídica.

Conoceremos también los procedimientos legales y las dependencias gubernamentales en donde deben de registrarse los emprendimientos productivos para su legalización.

TEMA 1. Formas de constituir un emprendimiento productivo

Antes de iniciar el tema, compartamos con los compañeros y compañeras de estudio, nuestras experiencias y conocimientos que tengamos sobre los procedimientos que deben realizar la persona o grupo de personas para constituir su emprendimiento productivo.



Preguntémonos qué significa ser una persona natural y qué es ser una persona jurídica, lo comentamos con nuestros compañeros y compañeras de estudio para poner en común lo que cada quien sabe sobre este tema y luego comparemos lo que sabemos con el contenido de la lectura que se presenta a continuación.



Leamos y Comprendamos

Hay dos formas de constituir un emprendimiento productivo: como persona natural y como persona jurídica.

Persona Natural:

¿Qué es una persona natural?: es una persona que tiene derechos y cumple obligaciones a título personal. Una persona natural puede iniciar un emprendimiento y tener a su cargo cierta cantidad de trabajadores.

A este emprendimiento se le llama empresa personal.

Persona jurídica





Es un emprendimiento, un negocio, una empresa que ejerce derechos y cumple obligaciones a nombre de ella misma.

Cuando un emprendimiento productivo se constituye como Persona Jurídica, es ella quien asume todos los derechos y las obligaciones del emprendimiento o negocio y no la persona dueña del mismo.

Si por ejemplo, el emprendimiento productivo quiebra y es obligado a pagar alguna deuda, la misma se pagará solo con los bienes que pueda tener el emprendimiento o negocio a su nombre, sin obligar a la persona o personas dueñas a hacerse responsable por dicha deuda, con sus bienes personales.

La persona jurídica en Nicaragua se clasifican en:

1-Sociedades Mercantiles.

-  Sociedad Colectiva.
-  Sociedad Anónima.
-  Sociedad en Comandita Simple.
-  Sociedad en Comandita por Acciones.

2-Cooperativas.

Esta forma de asociación es muy importante para nuestro país, es una manera de constituir responsabilidades y beneficios por el bien común, familiar y comunitario

3-Persona jurídica sin fines de Lucro.

- ☑ Fundaciones.
- ☑ Asociaciones.
- ☑ Organismos No Gubernamentales (ONG's).

De las sociedades mercantiles la más apropiada para pequeños negocios es la “Sociedad Colectiva”. Los socios que la conforman, pueden ser dos o más personas. Del cumplimiento de las deudas responden todos los socios de forma personal, solidaria e ilimitada.

Esto significa que en caso de que las aportaciones de los socios no sean suficientes para cubrir deudas, los socios deben responder con sus propios bienes para el pago de las deudas.

El dinero con el cual inicia la sociedad son las aportaciones de los socios. Debe haber una confianza absoluta entre los socios para asegurar el buen funcionamiento de la sociedad.

Cuando se percibe que el emprendimiento productivo crecerá con el tiempo y se requerirá de nuevos socios para que aumenten el capital, entonces, la forma más adecuada para constituirse jurídicamente es la Sociedad Anónima.

La Sociedad Anónima.

Se representa por el nombre de la empresa seguido de las letras “S.A.” que significan “Sociedad Anónima”. Se integra por tres o





más socios quienes aportan dinero para constituir el capital de la empresa. Estas aportaciones que hacen los socios se llaman acciones.

Los socios no responden personalmente con sus bienes por las deudas de la empresa, sino que es el capital de la empresa el que responde por las deudas que tenga una sociedad anónima.

Cooperativas.

“Asociación autónoma de personas que se unen voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada.”



Las cooperativas se forman generalmente para promover la ayuda mutua entre sus miembros. Sin embargo, las cooperativas también se pueden especializar en dependencia del sector económico en que trabajen sus integrantes.

Así, por ejemplo, puede existir una cooperativa de taxistas o una cooperativa de fomento del desarrollo rural. En Nicaragua se pueden constituir cooperativas de diferentes tipos. Entre ellas tenemos: de consumo, de ahorro y crédito, de vivienda, entre otras.

Los principios básicos del cooperativismo son siete:

- ✓ Membrecía abierta y voluntaria.
- ✓ Control democrático de los miembros.
- ✓ Participación económica de los miembros.
- ✓ Autonomía e independencia.



- ✔ Educación, entrenamiento e información.
- ✔ Cooperación entre cooperativas.
- ✔ Compromiso por la comunidad.

Ventajas de las Cooperativas:

- ✔ Los socios pueden incorporarse o darse de baja voluntariamente.
- ✔ Todos los socios participan en los órganos de la sociedad con los mismos derechos.
- ✔ Su objetivo principal es el bien común de los trabajadores y no el beneficio económico.
- ✔ Equidad: justa distribución de los excedentes entre los miembros de la cooperativa.
- ✔ Solidaridad: apoyar, cooperar en la solución de problemas de los asociados, la familia y la comunidad.
- ✔ Es obligatorio destinar anualmente un porcentaje de los beneficios para garantizar el futuro de la cooperativa, y la formación de los trabajadores.

Desventajas del cooperativismo:

- ✔ Las desventajas estarán determinadas por el comportamiento inadecuado de sus miembros, falta de transparencia en la ejecución financiera, incumplimiento de lo que establece la Ley de Cooperativas.

Persona jurídica sin fines de lucro.

Son organizaciones que ayudan a las personas a través de proyectos que generan un impacto social positivo. No buscan ganancias económicas o lucro.

Entre las Personas Jurídicas sin Fines de Lucro se distinguen tres formas: Fundaciones, Asociaciones y Organismos No Gubernamentales (ONG's).



Ahora analizaremos las ventajas y desventajas de las personas naturales o sea de la empresa personal y las de la persona jurídica.

Ventajas de la empresa o negocio personal:

- ✓ No requiere de muchos trámites y requisitos para su constitución.
- ✓ El capital con el cual se constituye no es una gran cantidad de dinero.

Desventajas de la empresa o negocio personal:

- ✓ No existe separación entre los bienes propiedad de la persona y los bienes propiedad de la empresa o negocio. Esto quiere decir que en el caso que la empresa o negocio no pueda pagar una deuda con sus propios recursos al acreedor, el deudor o sea el dueño, deberá pagar la deuda con sus propios bienes como son: casa, televisión, refrigerador, entre otros.
- ✓ Dificultad para obtener préstamos de parte de entidades financieras (bancos, micro financieras, otros).



El Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional (GRUN) está apoyando a la empresa personal o familiar a través de instituciones y programas como: CAMIPYME, INTA, IDR, CARUNA, el BANCO PRODUZCAMOS y otros.





El GRUN considera una prioridad el surgimiento y sostenimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas, y es voluntad política incentivar a este sector mediante el apoyo a la producción alimentaria, creación de empleos, combate a la pobreza y reforzamiento del marco legal e institucional, enfocado en el nuevo modelo socioeconómico que impulsa nuestro gobierno para el Buen Vivir y el Bien Común.






Ventajas de la Persona Jurídica:

-  Mayor disponibilidad de capital, ya que éste puede ser aportado por varios socios.
-  Mayores posibilidades de obtener préstamos de entidades financieras (bancos, microfinancieras, otros).




Desventajas de la Persona Jurídica:

-  Mayor cantidad de trámites y requisitos para su constitución.
-  Requiere de una mayor inversión (cantidad de dinero) para su constitución.



Ventajas de la Sociedad Colectiva:

-  La motivación de cada socio para dedicar sus mejores esfuerzos es grande porque participan directamente en los beneficios.
-  La constitución de la sociedad no es compleja.
-  La administración del emprendimiento productivo se realiza con mayor facilidad.

Desventajas de la Sociedad Colectiva:

-  La sociedad se disuelve por la muerte de un socio colectivo.
-  Cada socio es responsable con sus bienes personales y las aportaciones que hizo a la sociedad frente a deudas del emprendimiento.
-  Es difícil para un socio vender su parte de la sociedad.

Ventajas de la Sociedad Anónima:

-  Los socios responden por las deudas de la empresa o negocio, sólo por el capital aportado y no por sus bienes personales.
-  La empresa o negocio tiene mejores controles administrativos y contables ya que tienen que rendir cuentas a los socios de la empresa.

Aprendiendo a Emprender



- ✓ Facilidad para obtener préstamos de parte de instituciones financieras ya que tienen mayores garantías para responder por dichos préstamos.

Desventajas de la Sociedad Anónima:

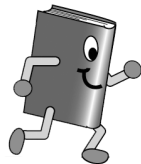
- ✓ Exige un capital mínimo para constituirse.
- ✓ La administración de la empresa es compleja.



Reflexionemos y Compartamos

En equipos de trabajo analicemos la información anterior y elaboremos un listado de personas de nuestra comunidad que han constituido su emprendimiento como persona natural o como persona jurídica. Luego lo exponemos en plenario.

Analicemos de manera conjunta las facilidades que El Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional brinda a la pequeña y mediana empresa y la manera de cómo nosotros podemos participar con algún emprendimiento productivo o de servicio, donde además de beneficiarnos nosotros, se beneficia nuestra comunidad.



Practicemos lo Aprendido

Para cada afirmación hay tres respuestas, escribamos una X a la par de la respuesta correcta:

a. Para constituir una empresa personal se requiere	
	Quince personas
	Una persona
	Más de veinte personas

b. Los socios responden por las deudas de la empresa o negocio a través del capital de ésta:

	Sociedad Anónima
	Sociedad Colectiva
	Empresa o negocio personal



Tracemos una línea para unir la característica con el concepto que corresponda.

Características
Empresa Personal
Sociedad Colectiva
Cooperativa
Sociedad Anónima

Conceptos
Al menos dos propietarios.
Los socios eligen a miembros para su administración.
Los accionistas no responden con sus bienes personales por deudas de la empresa o negocio.
Bajos costos de constitución.

Escribamos tres ventajas que tienen las cooperativas.

Escribamos las desventajas que tienen las cooperativas.

De los principios básicos del cooperativismo expliquemos con nuestras propias palabras los siguientes:

Control democrático de los miembros:

Autonomía e independencia:



Compromiso por la comunidad:





TEMA 2. Trámites para legalizar un emprendimiento o negocio

Compartamos con los compañeros y compañeras de estudio los conocimientos que hayamos adquirido a través de nuestras experiencias en la relación con otras personas, amigos y familia, sobre:

-  Los pasos para legalizar un emprendimiento productivo y de servicio.
-  Los pasos para constituir legalmente una cooperativa.







Leamos y Comprendamos

El negocio o la empresa personal y jurídica debe registrarse en distintas dependencias gubernamentales como son: El Registro Mercantil de Managua, La Dirección General de Ingreso, Alcaldías municipales y Ministerio de Fomento, Industria y Comercio.

Persona Natural

Registro Mercantil de Managua







Requisitos:

-  Solicitud de Inscripción como Comerciante ante el Registro Mercantil (original en papel sellado)
-  Libros contables (Diario y Mayor)
-  Fotocopia de cédula de identidad (Nicaragüense)
-  Fotocopia de Cédula de Residencia (en caso de ser extranjero)








Dirección General de Ingresos. Registro Único del Contribuyente (RUC)

Requisitos:

-  Fotocopia de la Solicitud de Comerciante.
-  Fotocopia de la minuta cancelada del pago en el Registro Mercantil.
-  Fotocopia de cédula de identidad Nicaragüense.
-  Fotocopia de constancia de disponibilidad de servicio público (agua, luz, teléfono o contrato de arriendo) del domicilio particular y del negocio.
-  Fotocopia de Poder Especial para realizar trámite y cédula de identidad, si el trámite es realizado por un gestor, con C\$ 15.00 de timbres fiscales.
-  Fotocopia de residencia nicaragüense en condición uno (1) o constancia de trámite y pasaporte (en caso de ser extranjero)

Alcaldía de Managua. Matrícula Municipal.







Requisitos:

-  Fotocopia de la solicitud de comerciante, inscrita en el Registro Mercantil.
-  Fotocopia del Registro Único del Contribuyente (RUC).
-  Fotocopia de cédula de Identidad o Pasaporte en caso de ser extranjero.
-  Carta solicitud de matrícula.
-  Fotocopia de poder especial para realizar trámite y cédula de identidad, si el trámite es realizado por un gestor, con sus respectivos timbres fiscales.



Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC).





Requisitos:

-  Copia de la Solicitud de Comerciante, debidamente inscrita en el Registro Mercantil.
-  Copia del Registro Único del Contribuyente (RUC).
-  Una foto reciente tamaño carné.
-  Matrícula municipal.
-  Fotocopia de cédula de Identidad o pasaporte.
-  Dependiendo de la actividad económica del negocio se deben presentar documentos adicionales.

Persona Jurídica

Registro Mercantil de Managua









Requisitos:

-  Escritura de constitución de sociedad, en original y una copia certificada.
-  Solicitud de inscripción como comerciante (original en papel sellado) firmada por el presidente y fotocopia de la cédula de identidad. (Si la solicitud es firmada por un representante, se debe insertar íntegramente el poder que lo acredita y adjuntar copia de cédula de Identidad del mismo).
-  Libros contables de la empresa o negocio (Diario, Mayor, Actas y Acciones).
-  Poder general de administración, en Original y una copia certificada con el valor de los timbres fiscales.





Dirección General de Ingresos. Registro Único del Contribuyente (RUC)

Requisitos:

-  Fotocopia certificada de constitución de sociedad, inscrita en el Registro Mercantil.
-  Fotocopia certificada de poder general de administración, inscrito en el Registro Mercantil (Si el representante legal es extranjero, sin cédula de residencia).
-  Libros Contables Diario y Mayor, sellados por el Registro Mercantil (si no están sellados presentar fotocopia de minuta de pago en el RM).
-  Fotocopia de cédula de identidad nicaragüense del representante legal, residencia nicaragüense o constancia de trámite y pasaporte (en caso de ser extranjero).
-  Fotocopia de cédula de identidad de cada socio (pasaporte en caso de ser extranjeros) o copia del RUC (en caso que el socio sea Persona Jurídica).
-  Fotocopia de servició público (agua, luz, teléfono o contrato de arriendo), para constatar domicilio del presidente.
-  Fotocopia del contrato de arriendo de la empresa, para constatar su domicilio.
-  Fotocopia de poder especial para realizar trámite y cédula de identidad, si el trámite es realizado por un gestor, más el valor de los timbres fiscales.

Alcaldía de Managua. Matrícula Municipal.

Requisitos:

-  Fotocopia de la constitución de sociedad, inscrita en el Registro Mercantil. Si esta solicitud se registró fuera de Managua, se deberá presentar la solicitud original para su cotejo.
-  Fotocopia del RUC.



- ✓ Fotocopia poder general de administración, inscrito en el Registro Mercantil.
- ✓ Fotocopia de la cédula de identidad nicaragüense del representante legal, residencia nicaragüense y pasaporte (en caso de que sea extranjero).
- ✓ Fotocopia de poder especial para realizar trámite y cédula de identidad, con sus respectivos timbres fiscales (si el trámite es realizado por un gestor).

Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC).

Requisitos:

- ✓ Inversión igual o mayor al valor estipulado.
- ✓ Fotocopia de constitución de sociedad, inscrita en el Registro Mercantil.
- ✓ Fotocopia poder general de administración, inscrito en el Registro Mercantil.
- ✓ Copia del RUC.
- ✓ Fotocopia de la cédula de identidad nicaragüense del Representante Legal, residencia nicaragüense o pasaporte (en caso de que sea extranjero).
- ✓ Una foto reciente tamaño carné.
- ✓ Matrícula municipal.

* Dependiendo de la actividad económica del negocio se deben presentar documentos adicionales.

Nota: Es importante mantenerse atentos a la actualización de los requisitos, debido a que según se aprueban nuevas leyes, se agregan nuevos o se derogan algunos.

Constitución de las Cooperativas

Las Cooperativas se constituirán con el mínimo de socios que establece la ley sujetándose a los requisitos del artículo 11 de la Ley, además deberá presentar solicitud de aprobación del Acta Constitutiva dirigida al Director del Registro Nacional de Cooperativa, firmada por el presidente y la secretaria.

La solicitud deberá ser acompañada por el certificado de capacitación de 40 horas sobre legislación cooperativa que deben recibir los miembros antes de la constitución, también deberá ser acompañada por los libros de actas para asamblea general, consejo de administración, junta de vigilancia y registro de asociados, libro diario y mayor, no siendo restrictiva esta enumeración.

El Acta de constitución de toda asociación cooperativa deberá contener los siguientes requisitos para su debida inscripción y obtención de la personalidad jurídica:



- a) Lugar, fecha y hora de la celebración de la asamblea general de constitución.
- b) Nombre completo, estado civil, edad, profesión u oficio y domicilio de cada uno de los asociados fundadores y relación de la cédula de identidad o cédula de residente en el caso de los extranjeros, se hará constar además su nacionalidad.
- c) Indicación del objeto de la reunión.
- d) El número, valor nominal, monto y naturaleza de las aportaciones en que se divide el capital social.
- e) Que contenga los órganos de dirección electos o nombrados de manera provisional. Para la formación de la





Cooperativa se llamará el órgano de dirección provisional junta directiva, y para su posterior funcionamiento se denominará consejo de administración. En la redacción de los estatutos, el órgano de dirección siempre se denominará consejo de administración.- También se señalará la junta de vigilancia provisional, comisión de educación y en las cooperativas de ahorro y crédito el comité de crédito.

f) Forma de suscripción y pago de los aportes de cada uno de los asociados fundadores, con los que se deberá constituir el capital inicial de la asociación cooperativa.

g) Constancia de que se ha pagado por lo menos el 25% del capital suscrito por cada asociado.

h) Comprobante de depósito bancario del valor de los certificados de aportación que hayan pagado los socios.

i) Las firmas de los socios y autenticación notarial.

j) Aprobación de los estatutos y la incorporación de los mismos al texto del acta de constitución.

A continuación se presentan algunas especificaciones de dependencia gubernamentales y documentos antes mencionados:

Registro Mercantil:

Institución gubernamental que se encarga de dar a conocer a las personas naturales y jurídicas que ejercen actividades comerciales.

Dirección General de Ingresos (DGI):

Dependencia del Ministerio de Hacienda y Crédito Público (MHCP) encargada del cobro de los impuestos y trámites para el pago de los mismos.

Ministerio de Hacienda y Crédito Público:

Institución del estado que administra sus ingresos y egresos a través de la asignación presupuestaria para cada entidad del sector público.



Escritura Pública:

Documento público en el que se hace constar ante abogado un determinado hecho o un derecho autorizado por esta persona.

Libros contables Diario y Mayor:

Libros donde se anotan los ingresos y egresos de una empresa.

Estatutos de la Empresa:

Normas que regulan su funcionamiento interno. Ejemplo: quién va a administrarla, cómo se van a repartir las utilidades, entre otros.

Libro de actas:

Libro donde se anotan los acuerdos de los socios que integran una sociedad anónima.

Libro de registro de acciones:

Libro donde se reflejan las aportaciones de dinero (capital) que hacen los socios de una sociedad anónima.

La Gaceta (Diario Oficial de la República de Nicaragua):

Documento público de Nicaragua donde se publican todas las leyes del país.

Registro Único del Contribuyente (RUC):

Documento oficial proporcionado por la DGI, a través del cual se asigna un número a la persona o empresa que paga impuestos al estado.



Reflexionemos y Compartamos

En equipos de trabajo analicemos el siguiente caso de Don Raúl y respondamos las preguntas que están a continuación.





Don Raúl, después de haber concebido, planificado y organizado su emprendimiento que lo beneficiaría a él, a su familia y a la comunidad, se dirigió a constituirlo legalmente.

En el Ministerio del Trabajo, la recepcionista le explicó que ese trámite no corresponde a esa dependencia y le orientó que tenía que ir a la Alcaldía.

Después de una hora de hacer fila en la Alcaldía, la señora que atiende los asuntos de registro de la propiedad le dijo que donde corresponde realizar ese trámite es en la Dirección General de Ingresos (DGI).

Estando ahí le piden la fotocopia certificada de Constitución de Sociedad, inscrita en el Registro Mercantil. Enojado don Raúl se regresa a su casa desmotivado y sin ganas de seguir el proceso.

¿Qué le pasó a Don Raúl?

¿Por qué no pudo inscribir su emprendimiento?

¿Qué le aconsejarían a Don Raúl?



Practicemos lo Aprendido

Realicemos las siguientes actividades:







1- Elaboremos un diagrama sobre los pasos a seguir para constituir legalmente su futuro emprendimiento productivo y expongámoslo en plenario.

2- Expliquemos los requisitos para constituir una cooperativa.

3- En equipo de trabajo organicemos una propuesta de una cooperativa.



Recordemos lo Aprendido

-  La persona natural, es una persona que tiene derechos y cumple obligaciones a título personal. Al constituir una empresa o negocio como persona natural, ésta asume a título personal todas las obligaciones de la empresa.
-  Persona jurídica es una empresa o negocio que ejerce derechos y cumple obligaciones a nombre de ésta. Al constituir una empresa como persona jurídica, es la empresa (y no la persona propietaria) quien asume todas las obligaciones de ésta.
-  La constitución de un emprendimiento como persona natural es más sencilla y rápida, no presenta mayores trámites, la documentación requerida es mínima, no requiere de mucha inversión ni tantos documentos contables. La propiedad, el control y la administración recaen en una sola persona. Puede acogerse a regímenes más favorables para el pago de impuestos.
-  La Constitución de un emprendimiento con personería jurídica es más compleja, porque presenta una mayor cantidad de trámites y requisitos, requiere de mayor inversión, se le exige llevar y presentar una mayor cantidad de documentos contables, tiene mayores posibilidades de acceder a créditos financieros.
-  Tanto la empresa personal como la empresa jurídica deben registrarse en distintas dependencias gubernamentales como son: El Registro Mercantil de Managua, La Dirección General de Ingreso, alcaldías y Ministerio de Fomento, Industria y Comercio.
-  El Acta de Constitución de toda Asociación Cooperativa deberá contener los siguientes requisitos: lugar, fecha y hora de la celebración de la asamblea general de constitución, indicación del objeto de la reunión, monto y naturaleza de las aportaciones, los órganos de dirección, forma de suscripción y pago de los aportes, las firmas de los socios y



autenticación notarial, aprobación de los estatutos y acta de constitución.



Autoevaluémonos

A continuación se describe el caso de un emprendimiento, respondamos todas las preguntas que se hacen en torno a éste.




Pedro y su familia tienen un taller de elaboración de muebles, en el cual han contratado a tres personas más para dar abasto a las solicitudes de los clientes.

El taller tiene seis años de estar en actividad, pero en el último año la clientela ha sido poca. Sucede que Pedro ha venido comprando nuevos equipos y herramientas por montos bastantes considerables y los acreedores le están acosando.

Al final se presentan unos señores que llegan a embargar los bienes personales que Pedro tiene como la refrigeradora, el televisor, la camioneta que utilizaba para transportar sus productos y otros equipos.

1-¿Cuál es la forma de constitución del emprendimiento productivo de Pedro? ¿Explique por qué?

2- Compartamos con nuestros compañeros de clase la respuesta y su argumentación.

-  Elaboremos un cuadro con las ventajas y desventajas de la empresa personal y la de personería jurídica.
-  Redactemos un párrafo sobre los contenidos que aprendimos, explicando la utilidad que le daremos a estos en nuestra vida para mejorar nuestra condición personal y familiar.
-  Hagamos un listado de los aspectos que estudiamos en esta unidad y que no logramos comprender muy bien y propongámonos alternativas para consolidar o completar nuestro aprendizaje.

EL PLAN DE ACCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO



UNIDAD



UNIDAD 7. El Plan de acción del Emprendimiento



Con el estudio de esta unidad, aprenderemos a elaborar el plan de acción de un emprendimiento o negocio para la organización, implementación y evaluación del mismo.

TEMA 1: Elaboración del plan de acción del emprendimiento

Comentemos con los compañeros y compañeras de estudio, las ideas que tenemos acerca de:

1. La diferencia entre un plan de negocio y un plan de acción.
2. Las experiencias que conozcamos de proyecto o trabajo, a nivel personal, familiar o de la comunidad, donde se haya elaborado y puesto en práctica un plan de acción.



Leamos y Comprendamos

En las unidades anteriores hemos estudiado lo que es un plan de emprendimiento o de negocio y las partes que contiene.

Recordemos: El plan de emprendimiento o negocio es un documento que sirve de guía para que la persona emprendedora, desarrolle un proyecto y logre cumplir sus metas y objetivos de negocio.

Su estructura o partes son: carátula, resumen del emprendimiento, estrategia de comercialización, requerimientos de recursos y riesgos del emprendimiento.



Ahora estudiemos ¿Qué es un plan de acción?






El plan de acción es un documento sencillo que contiene de forma resumida las actividades o tareas que se deben realizar en un tiempo determinado, con el propósito de lograr los objetivos y metas fijadas.

El plan de acción establece quién o quiénes serán los responsables del cumplimiento de las tareas, además se incluyen algunas actividades de seguimiento y control, para analizar si las actividades siguen el camino fijado y se están realizando correctamente.

El plan de acción les servirá a las personas emprendedoras para orientar, conducir y controlar si el emprendimiento o negocio que decidieron implementar se desarrolla de forma exitosa.





¿Cuál es la estructura de un plan de acción?

Un plan de acción debe contener:




-  Introducción.
-  Actividades a realizar.
-  Tiempo de realización.
-  Recursos necesarios.
-  Responsable de ejecución.

Introducción: se hace una breve descripción del contenido del plan de acción, los objetivos o fines que se persiguen.

Actividades a realizar: se detallan todas las actividades que se necesitan realizar para implementar el plan de emprendimiento o negocio, por ejemplo:

-  Buscar un local apropiado.
-  Gestionar recursos económicos para iniciar.
-  Registrar el emprendimiento o negocio.
-  Comprar materias primas o mercaderías.



-  Contratar personal, si se necesita.
-  Hacer promociones y publicidad.
-  Otras actividades que se estimen convenientes.

Tiempo de realización: se anota la fecha o el tiempo en que deben realizarse cada una de las actividades o tareas definidas, por ejemplo: 20 de febrero a 20 de mayo, marzo a mayo...

Recursos necesarios: se escribe la cantidad y el tipo de recursos que se necesitan para realizar la actividad, por ejemplo: C\$100.00 para transporte, C\$ 300.00 registro del negocio...

Responsable de ejecución: se anota el nombre y apellidos de la persona o personas encargadas de la ejecución de la actividad o tarea y por la cual deberá responder, por ejemplo:

Blanca Morales Salvatierra.
Gloria Pereira Sandoval y Marcos Flores López.

El siguiente cuadro ayuda a planificar las acciones y llevar control de las mismas.

Introducción:

No	Actividades	Tiempo de realización	Recursos necesarios	Responsable
1				
2				
3				



Reflexionemos y Compartamos

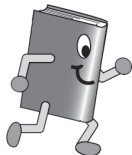
En conjunto con los compañeros y compañeras de estudio, respondamos las siguientes preguntas:

- a) ¿Cuál es la diferencia entre un plan de negocio y un plan de acción?



b) ¿Qué nos garantiza el contar con un plan de acción del emprendimiento?

c) ¿Es el plan de acción un documento de estricto cumplimiento? Argumentemos la respuesta.



Practicemos lo Aprendido

Analicemos el siguiente caso:

Juana, Miguel y Zacaías son tres emprendedores que elaboraron su plan de negocios, consiguieron un préstamo con una microfinanciera y requieren hacer su plan de acción para llevar a la práctica su emprendimiento.

Las actividades que van a desarrollar son: Encontrar un local apropiado para el negocio. Instalar servicios de electricidad y teléfono. Contratar al personal. Hacer promoción y publicidad al negocio.

Juana es la encargada de encontrar el local y hacer promoción al negocio. Miguel se encargará de gestionar la instalación de los servicios de energía eléctrica y teléfono. Zacaías es el responsable de seleccionar y contratar al personal.

El plan de acción se llevará a cabo en el mes de noviembre. En la primera semana Juana deberá contar con el local y en la cuarta semana hacer publicidad al negocio. En la segunda semana Miguel garantizará que los servicios de electricidad y teléfono sean instalados. En la tercera semana Zacaías contratará al personal.

Con la información del caso anterior y utilizando el siguiente cuadro guía, elaboremos el plan de acción.

Introducción: _____






No	Actividades	Tiempo de realización	Recursos necesarios	Responsable
1				
2				
3				



Recordemos lo Aprendido

El plan de acción contiene:

-  Las actividades o tareas, el tiempo en que deben realizarse, los recursos necesarios y los responsables de su cumplimiento.
-  Las actividades de seguimiento y control, con el fin de analizar si las actividades siguen el camino definido y si se están realizando correctamente.
-  Introducción, actividades a realizar, tiempo de realización, recursos necesarios y responsable de ejecución

El plan de acción es necesario porque sirve a las personas emprendedoras para orientar, conducir y controlar su emprendimiento o negocio.



Autoevaluémonos

Analicemos el siguiente caso y elaboremos el plan de acción:

Doña Ivania es una mujer emprendedora de Diriamba, ella tiene una idea de negocio que consiste en engordar cerdos para vender durante todo el año. Cuenta con una cerda que le dio el Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional, a través del Programa Bono Productivo.

Su idea de negocio la comparte con su esposo y dos hijas. No cuentan con financiamiento, pero tienen en su terreno espacio para instalar la granja porcina, además a una de sus hijas que también es emprendedora, la capacitaron sobre emprendedurismo y ya cuenta con el plan de negocio. Solo les hace falta el plan de acción.

Elaboremos el plan de acción de este emprendimiento, poniendo en práctica nuestras ideas, iniciativa y creatividad, con base a lo que hemos aprendido.

Introducción:

No	Actividades	Tiempo de realización	Recursos necesarios	Responsable
1				
2				
3				

ALIANZAS ESTRATÉGICAS PARA LOS EMPREDIMIENTOS



UNIDAD





UNIDAD 8. Alianzas estratégicas para los emprendimientos



Con el estudio de esta unidad, podremos:

Identificar los procedimientos para establecer alianzas estratégicas en los emprendimientos, en el marco de una Economía Social Solidaria, que contribuyan al desarrollo local y nacional, en beneficio del bien común.

TEMA 1: La Economía Social Solidaria

Comentemos con las compañeras y los compañeros de estudio las experiencias que se dan en la comunidad en relación con la Economía Social Solidaria.



Leamos y Comprendamos

La Economía Social Solidaria

La Economía Social Solidaria, es aquella que parte de los valores solidarios de la familia y de la comunidad, tiene su base en la asociatividad y su expresión más representativa es la organización en cooperativas. Este tipo de economía favorece un intercambio más humano, justo, equitativo y sustentable.





La Economía Social Solidaria se basa en valores y principios orientados hacia la construcción de una economía centrada en la persona, en su desarrollo integral, en la práctica de cooperación y solidaridad en sus comunidades. Promueve la dignificación de las personas mediante el trabajo, teniendo en cuenta aspectos económicos, socioculturales, políticos y medio ambientales.




Esta economía promueve el comercio justo, a partir de: la fijación consensuada de los precios, la búsqueda conjunta de alternativas de comercialización solidarias y responsables, lugares para hacerlo, entre otros.

Principios en los que se fundamenta la Economía Social Solidaria

1. Reconoce al ser humano como sujeto protagónico de sus propias transformaciones.
2. Propicia una relación dinámica y equilibrada entre la comunidad, El Estado y el comercio, en armonía con la naturaleza.
3. Integra las diferentes formas de organización económica: pública, privada, mixta, popular y solidaria.
4. Promueve valores cristianos, socialistas y solidarios.

Características de la Economía Social Solidaria

La economía social solidaria se caracteriza por:

-  Un comercio donde los precios y las relaciones resultan de una planificación social que pretende la integración de todos y todas, con un esfuerzo y unos resultados distribuidos de manera más igualitaria.
-  El desarrollo de la vida de las personas y comunidades, que es favorecido por la acción colectiva, donde los conflictos de intereses y la competencia pueden ser regulados de manera más transparente, en la comunidad y en la sociedad.
-  Las relaciones interpersonales fraternas, que pueden afianzarse sobre relaciones productivas de cooperación, generando asociaciones libres de trabajadores en igualdad de condiciones.

- Una economía social que produce nuevas formas de relaciones entre las personas, orientada a satisfacer necesidades personales, familiares y de la comunidad y no solo a obtener ganancias económicas.



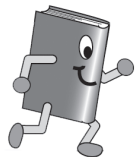
La economía social solidaria, se enmarca en el modelo del Buen Vivir, como una forma para desarrollar otra sociedad sustentada en la convivencia del ser humano, en la diversidad y armonía con la Naturaleza, reconociendo la identidad cultural de las comunidades y el país.



Reflexionemos y Compartamos

En equipos de trabajo, analicemos la lectura anterior y realicemos las siguientes actividades:

- 1- Expliquemos por qué la economía social solidaria parte de los valores solidarios de la familia y de la comunidad.
- 2- Expliquemos dos de los principio de la economía social solidaria.
- 3- Resumamos en un párrafo la importancia de la economía social solidaria



Practicemos lo Aprendido

En equipo de trabajo analicemos el siguiente párrafo e identifiquemos algunas características de la economía social solidaria.

En la comunidad de Don Francisco, existe un colectivo de personas que se han asociado para elaborar jaleas y mermeladas. Ellos comercializan sus productos en la feria campesina que promueven los pobladores organizados en los Consejos de Familia, Salud y Vida. En la feria la gente compra productos al alcance de sus bolsillos, gracias a que los asociados producen y envasan los productos aplicando materia prima de origen orgánico, en armonía con el medio ambiente, lo que abarata costos de producción.



Características identificadas:

TEMA 2: Las Alianzas Estratégicas

Comentemos algunas experiencias de nuestra comunidad sobre alianzas establecidas entre las instituciones del gobierno, sector privado, organismos y actores locales para ejecutar diferentes emprendimientos en beneficio del bien común.



Leamos y Comprendamos

En el marco del modelo del poder ciudadano, que se sustenta en valores cristianos, ideales socialistas y prácticas solidarias, se orienta una transformación de la sociedad en todo los ámbitos, lo que significa, cambios de actitudes, priorización de necesidades, relaciones y formas de producir, amor a la madre tierra, el desarrollo de los seres humanos y la superación de la pobreza.











En este sentido, el gobierno de Nicaragua está impulsando diferentes programas estratégicos sociales y productivos, donde los principales protagonistas son las familias de escasos recursos del área rural y urbana, entre ellas se encuentran familias campesinas, pequeñas y medianas productoras, jóvenes y en particular mujeres solteras y jefas de familias.

Entre estos programas podemos mencionar:

- Microcrédito justo para mujeres (Usura Cero).









-  Bono Productivo Alimentario (Hambre Cero).
-  Patio Saludable (Huertos Familiares y Comunitarios).
-  Bonos Ambientales.
-  Financiamiento y Asistencia Técnica para el Sector Agropecuario.
-  Cooperativas y Asociaciones.
-  Crédito, microcrédito y promoción de pequeñas y medianas empresas.
-  Viviendas nuevas y mejoradas.
-  Agua y saneamiento urbano y rural.

Para promover los programas económicos de nuestro gobierno, que apoyan a las y los pequeños y medianos productores del campo y la ciudad, se promueven las alianzas estratégicas entre gobierno - sector privado - trabajadores, así también entre otros organismos que apoyen los programas productivos comunitarios. Además, se promueven las alianzas comunitarias entre organizaciones locales, líderes y comunidad para fortalecer capacidades y lograr un desarrollo más sostenible.



¿Qué es una alianza estratégica?

Es una forma de establecer relaciones y consensos entre instituciones del gobierno, sector privado, organismos y actores locales del territorio, motivados para dar repuestas a las necesidades más sentidas de la comunidad.

A través de las alianzas podemos:

-  Alcanzar nuestros objetivos.
-  Crear una convivencia armónica que favorezca a la comunidad.
-  Generar oportunidades de desarrollo.
-  Mejorar la integración social y propiciar la participación ciudadana.



-  Mejorar la calidad de vida de la comunidad.
-  Favorecer el desarrollo de las capacidades y talentos de los seres humanos.

Para establecer las alianzas estratégicas en beneficio de la comunidad se recomienda proceder de la siguiente manera:

- a) Definamos claramente los objetivos que buscamos al establecer la alianza, los cuales deben de estar en correspondencia con nuestro emprendimiento.
- b) Identifiquemos los beneficios que tendrán los involucrados en la alianza, de forma que todos nos veamos favorecidos.
- c) Analicemos las coincidencias y las diferencias para determinar puntos comunes a nuestro emprendimiento.
- d) Establezcamos acuerdos para la ejecución de la alianza, a través del diálogo fraterno y persuasivo.
- e) Elaboremos un plan de actividades de manera participativa para que los involucrados conozcamos lo que se va hacer, cómo se va hacer, con qué se va hacer y cuándo se hará.
- f) Ejecutemos el plan de actividades.
- g) Realicemos seguimiento y evaluemos constantemente los resultados para garantizar que el plan se ejecute de acuerdo a lo previsto.

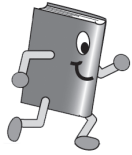


Reflexionemos y Compartamos

En equipos de trabajo analicemos el siguiente planteamiento y respondamos a la pregunta:

Nuestro Gobierno está promoviendo las alianzas estratégicas entre Instituciones - Sector Privado - Trabajadores - Organizaciones Sociales, como una estrategia para la estabilidad y desarrollo socioeconómico de Nicaragua.

¿Qué importancia tienen estas alianzas para el desarrollo de los emprendimientos?



Practicemos lo Aprendido

En equipo de trabajo analicemos el siguiente caso, identifiquemos algunos beneficios de la alianza establecida y escribámoslas.

Doña Francisca, es una emprendedora del campo asociada a una cooperativa que produce tomates orgánicos, su cooperativa estableció alianza con un organismo local en la que han optimizado los recursos, aplicado tecnologías de bajo costo y comercialización a precios justos. Además, han aprendido a valorarse como personas, así como a relacionarse con las compañeras y los compañeros de la misma cooperativa, el organismo y la comunidad.

Beneficios identificados:

A nivel personal.

A nivel familiar.

A nivel comunitario.












Recordemos lo Aprendido

El poder ciudadano, se sustenta en valores cristiano, ideales socialistas y practicas solidarias, y está orientado a transformar a la sociedad en todos los ámbitos.

El Gobierno de Nicaragua impulsa programas sociales y productivos y sus protagonista son familias de escasos recursos del área rural y urbana, pequeñas y medianas productoras, jóvenes y mujeres jefas de familias.

Entre estos programas podemos mencionar:

-  Microcrédito justo para mujeres (Usura Cero).
-  Bono Productivo Alimentario (Hambre Cero).
-  Patio Saludable (Huertos Familiares y Comunitarios).
-  Bonos Ambientales.
-  Financiamiento y Asistencia Técnica para el Sector Agropecuario.
-  Cooperativas y Asociaciones.
-  Crédito, microcrédito y promoción de pequeñas y medianas empresas.
-  Viviendas nuevas y mejoradas.
-  Agua y saneamiento urbano y rural.

Las alianzas, son formas de establecer relaciones entre instituciones del gobierno, sector privado, organismos y actores locales del territorio, motivados para dar repuestas a las necesidades más sentidas de la comunidad.

Para establecer las alianzas estratégicas en beneficio de la comunidad, se recomienda tomar en cuenta los objetivos,

beneficios que se obtendrán de la alianza, coincidencias y diferencias, acuerdos, elaborar un plan de actividades y ejecutarlo, por último, se deberá dar seguimiento y evaluarlo constantemente.



Autoevaluémonos



En equipos de trabajo realicemos las siguientes actividades:

- a) Escribamos un caso donde se muestren algunos procedimientos para el establecimiento de una alianza.
- b) Escribamos algunos beneficios de establecer alianzas en nuestro emprendimiento productivo.
- c) Expliquemos dos características de la Economía Social Solidaria.
- d) Mencionemos los principios en que se basa la Economía Social Solidaria.



Bibliografía

1. Correa, C. (2009). La fenomenología y el emprendimiento. *Pensamiento & Gestión*, (27), 235-252.
2. Enciso-Congote, J. (2010). El emprendimiento y el bien común: ¿competencias complementarias o excluyentes? *Educación Y Educadores*, 13(1), 63-76.
3. Haar, J., Pradilla, M., & Suárez, L. (2011). CAPITAL DE RIESGO IMPULSOR DEL EMPRENDIMIENTO EN AMÉRICA LATINA. *Debates IESA*, 16(4), 27-34.
4. Hernández, M., Castillo, G., & Origel, Y. (2010). NUEVAS FORMAS DE PRODUCCIÓN URBANA: EMPRENDIMIENTOS CERRADOS METEPEC, ESTADO DE MÉXICO. *Urbano*, 13(22), 63-68.
5. Moreno Zacarías, H., & Olmos, R. (2010). Análisis de las características del emprendimiento y liderazgo en los países de Asia y Latinoamérica. *Portes: Revista Mexicana De Estudios Sobre La Cuenca Del Pacífico*, 4(8), 101-122.
6. Ojeda, Edwin, G. G., & Aramis Rodríguez, O. O. (2011). EL ECOSISTEMA NACIONAL DE EMPRENDIMIENTO. *Debates IESA*, 16(4), 40-45
7. Peña-Vinces, J. C., Bravo, S., Álvarez, F. A., & Pineda, D. A. (2011). Análisis de las características de las incubadoras de empresas en Colombia: un estudio de casos. *Journal of Economics, Finance & Administrative Science*, 16(30), 13-29.
8. Prats, M. (2009). CREADORES de FUTURO. *Revista de Antiguos Alumnos del IEEM*, 12(5), 55-56.
9. Ramírez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión*, (26), 94-119.
10. Salgado Ríos, Manuel y Collado Noguera, Lidia. *Emprendedurismo para estudiantes de Primaria de Educación de Jóvenes y Adultos*. Managua, 2011. 252 p.
11. Tolosa, C. (2007). Chapter 2: CREATIVIDAD, INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO EN EL DISEÑO DEL SIGLO XXI. *Constancias En Diseño*, (5), 37-49.
12. Villalobos, J. (2012). Hacia un país emprendedor. *Entrepreneur Mexico*, 20(3), 62-66.

E

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

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

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

El buen vivir como un modelo de vida justo, sostenible, ecológico, sustentable y equitativo, conlleva a que las y los nicaragüenses vivamos en armonía entre nosotros y la naturaleza. El emprendedurismo, desde una lógica educativa, desarrolla esas capacidades de la persona que armoniza las ideas de emprendimientos sociales y productivos con el desarrollo personal, familiar y de la comunidad con sentido solidario y asociativo.

El texto “Aprendiendo a Emprender” se concibe como un todo, estructurado en ocho unidades y se presenta en dos partes: Texto 1 contiene las unidades de la uno a la cuatro en las que se tratan los aspectos generales sobre emprendedurismo y el Texto 2 de la unidad cinco a la ocho en las que se abordan los aspectos específicos para la puesta en práctica del emprendimiento como un negocio. En ambos textos las unidades llevan una secuencia y correspondencia lógica para crear ideas de emprendimientos y llevarlos a la práctica.



Agencia Andaluza de Cooperación Internacional para el Desarrollo
CONSEJERÍA DE ADMINISTRACIÓN LOCAL Y RELACIONES INSTITUCIONALES



Organización
de Estados
Iberoamericanos

Para la Educación,
la Ciencia
y la Cultura