



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA,
MANAGUA (UNAN – MANAGUA)**

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS JURÍDICAS

DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

TESIS MONOGRÁFICA

**PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN
PARA EL DESARROLLO**

TEMA

Plan comunicacional desde el análisis de la Plataforma Digital y Televisiva “*Nicaragua Emprende*”, como herramienta de Comunicación Integral que impulsa negocios emergentes e innovadores, durante el I y II Semestre del año 2021, en la ciudad de Managua-Nicaragua.

AUTOR:

Br. Zaqueo Salvador Vanegas Luquez

Tutor y Asesor metodológico

Dra. Ledyth López Hernández

Managua, diciembre 2021

¡A la libertad por la Universidad!

Dedicatoria

El todo poderoso que siempre me ha acompañado y bajo sus alas me ha guardado y nunca me ha desamparado es por esta razón que le dedico este trabajo de culminación a Dios, por darme fuerza y abrir un camino de bendición para poder continuar en este proceso y poder lograr mis diferentes metas.

A un pilar muy importante en mi familia, una guerrera, un orgullo como madre, Cándida Rosa Luquez, por todo su sacrificio, amor, paciencia, comprensión y sobre todo su ejemplo que ha logrado forjar un hombre de bien, siendo un honor ser su hijo.

Mi padre, mis hermanos, tíos y primos (Manuel Vanegas, Joel Vanegas, Ricardo Blandón, Reyna Luquez, William Luquez, Amparo Luquez, Diana Luquez, Alex Porras), que me han acompañado toda mi vida y me han visto crecer, han sido un pilar muy importante en mi vida, brindándome ese apoyo moral que toda persona necesita para poder continuar con sus metas.

A mis amigos cercanos que de una u otra manera estuvieron presentes cuando les necesite y fueron ellos otra de las piezas claves como motivación y crecimiento personal durante estos cinco años de carrera, brindándome ese calor humano y palabras de aliento para poder continuar con el proceso de formación académica.

A mis maestros que lucharon para brindarme ese aporte cognitivo que forman un verdadero profesional. En especial a la Dra. Ledyth López por guiarme en el proceso de desarrollo como estudiante y por el arduo transcurso de esta investigación y MSc. Sandy Uriarte por su acompañamiento de grupo focal como moderadora y forjadora de conocimiento a estudiante en comunicación de esta gran universidad UNAN-Managua.

Agradecimiento

Primeramente, debo agradecer al creador de la vida por brindarme la oportunidad de seguir adelante, poder cumplir mis metas, por guiarme a lo largo de mi existencia y brindarme la fortaleza que necesito en momentos de angustias, debilidades y dificultades.

Gracias a mi madre Cándida Luquez, a mis hermanos en especial a Joel Vanegas, tías, tíos, primos y amigos, por ser las principales personas que han sido los motores de inspiración para poder lograr mis sueños, por aconsejarme, apoyarme y creer en mis expectativas, por esos principios y valores que me han transmitido.

Agradezco también a mis docentes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua por haberme compartido sus conocimientos, y el acompañamiento en todo el conocimiento impartido a lo largo de la preparación de mi profesión.

A todas las personas que me han apoyado y han hecho que esta investigación concluya con éxito, en especial aquellos que han estado a la disposición de compartir sus conocimientos, al Lic. Norman Sánchez quien me acompañó a través de su experiencia como docente de la Lengua y la literatura, en la formulación de ideas y construcción discursiva.

En este largo camino al grupo de docente de la carrera de comunicación de nuestra alma mater UNAN-Managua profesores (as): Walter Calderón, Jenny Mercado, Milán Prado, Aníbal Alemán, Bryan Jaime, Ledyth López y Sandy Uriarte.

A colegas y amigos que laboran en la universidad que han sido apoyo para mi crecimiento personal, como estudiante y como emprendedor.

A todos y todas mi admiración y mi respeto.

Índice

RESUMEN	1
I. INTRODUCCIÓN	2
II. ANTECEDENTES	4
III. JUSTIFICACIÓN.....	6
IV. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
V. OBJETIVO GENERAL.....	9
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	9
VI. PREGUNTAS DIRECTRICES	10
VII. RESEÑA HISTÓRICA	11
VIII. MARCO TEÓRICO.....	12
Diseño metodológico	53
DISCUSIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DEL GRUPO FOCAL.....	58
CONCLUSIONES	134
RECOMENDACIONES	135
RESUMEN EJECUTIVO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN	137
OBJETIVO GENERAL.....	138
PRESENTACIÓN DEL DAFO.....	139
PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y COMUNICACIÓN EXTERNA	140
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA NICARAGUA EMPRENDER	143
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA NICARAGUA EMPRENDER	144
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA PROTAGONISTAS INNOVADORES Y EMPREENDEDORES DE NICARAGUA EMPRENDER.....	145
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA PROTAGONISTAS EN PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA NICARAGUA EMPRENDER.....	146
PLAN DEL TRABAJO CREATIVO DESDE LA COMUNICACIÓN	147
PLAN DE IDENTIDAD CORPORATIVA E IMAGEN NICARAGUA EMPRENDE.....	151
MANUAL DE USO DE LA MARCA GRÁFICA	153
SPOT PUBLICITARIO RADIAL, TELEVISIVO Y GRÁFICO	167
PLAN DE ACTIVIDADES PARA LA MARCA NICARAGUA EMPRENDE (NE).....	172
PRESUPUESTO	178
REFERENCIAS	180
Anexos	185

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad realizar un Plan comunicacional desde el análisis de la Plataforma Digital y Televisiva “*Nicaragua Emprende*”, como herramienta de Comunicación Integral que impulsa negocios emergentes e innovadores, durante el I y II Semestre del año 2021, en la ciudad de Managua-Nicaragua.

Asimismo, la modalidad de graduación de UNAN-MANAGUA, conceptos de líneas de investigación, comunicación, las líneas de comunicación de la carrera y para finalizar definición, objetivo y fase del meta análisis.

Este trabajo tiene un enfoque cualitativo donde se procedió a aplicar la entrevista como instrumento de investigación a nuestra muestra de 8 emprendedores con los cuales se abordó un grupo focal y se recolecto por medio de entrevistas la información de 4 especialista y 4 expertos en temas de innovación emprendimiento y producción audiovisual.

Es necesario reconocer en esta investigación su función es de realizar estrategias comunicacionales que aporten a mejorar la calidad de comunicación interna y externa de la plataforma *Nicaragua Emprende*, para esta entidad que trabaja de la mano con emprendedores de las diferentes marcas nicaragüenses.

A partir de esta investigación se permitió la construcción de un DAFO cuyo objetivo primordial fue las formas de estrategias dentro del plan de comunicación integral para esta institución contribuyendo significativamente al fortalecimiento de las capacidades y lograr identificar los procesos necesarios, para un mayor alcance con el personal interno y externo, así como el fortalecimiento de la imagen corporativa con la plataforma digital y televisiva “*Nicaragua Emprende*”.

I. INTRODUCCIÓN

El emprendimiento tiene un papel importante hoy en día en nuestro universo, por ello se debe tener conocimiento del mundo empresarial, desde las estrategias de mercado para poder crecer y hacer de un pequeño emprendimiento, una micro empresa en vía de desarrollo, siendo este inicio un punto estratégico para la producción de ideas y construcción de un mejor futuro económico, no solo familiar sino aportar en el crecimiento de nuestra comunidad y nuestro país.

El estudio generado en este documento fortalecer la Plataforma de Nicaragua Emprende en sus diversas formas de comunicarse, con esta investigación se pretende proponer un *Plan Comunicacional desde el análisis de la Plataforma Digital y Televisiva “Nicaragua Emprende”, como herramienta de Comunicación Integral que impulsa negocios emergentes e innovadores, durante el I y II Semestre del año 2021, en la ciudad de Managua-Nicaragua.*

Como base científica en este estudio se tomaron como referencia a autores como Gabriela Madroñero y Paul Capriotti que abordan temáticas referidas a la investigación desde la comunicación con énfasis en Comunicación estratégica y planificación de la comunicación.

Es importante detallar que los resultados encontrados en este documento destacan que esta plataforma contribuye que cada emprendedor pueda proyectarse a nivel nacional desde la divulgación y promoción de sus innovaciones, se destaca a la vez el acompañamiento brindado por las y los responsables, colaboradores y productores, y



Foto 1. Apertura de Nicaragua Emprende 2021, IV Edición realizada en el Olof Palme. Autor. Salvador Vanegas (Durante prácticas en Canal 8)

todas aquellas instituciones y ministerios del Poder Ciudadano del país que participan como actores claves de este proceso.

Cabe señalar que existen dificultades que pueden ser fortalecida en el desarrollo del Plan de Comunicación el cual es diseñado producto del testimonio de expertos y especialistas que abordan desde su punto de vista el manejo de este sitio digital y televisivo Nicaragua Emprende, siendo estas personas claves en esta investigación, puesto que sus opiniones y reflexiones sobre el tema en estudio brindaron los argumentos necesarios que sustentan este plan.

Con esta investigación se aporta significativamente a fortalecer el trabajo de “Nicaragua Emprende”, puesto que desde el Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional se implementan políticas claves para fortalecer el trabajo conjunto entre la comunidad-sociedad-universidad, desde la academia este estudio es clave como referencia de continuidad para otras investigaciones desarrolladas a través de la ciencia de la comunicación u otras.

II. ANTECEDENTES

La búsqueda de información para dar validez al trabajo investigativo estuvo a cargo de la indagación en varios documentos e informes de estudios especializados en la temática emprendedora, en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-Managua), donde se encuentran tesis relacionadas al emprendimiento, la televisión y los medios digitales para la promoción de estas.

Una de las tesis presentadas por Aguirre y Chávez (2019), cuyo tema fue *Experiencias de emprendedurismo como oportunidad de desarrollo profesional en estudiantes de Comunicación para el Desarrollo de V año matutino de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua durante el I semestre 2019, caso de proyectos de emprendimiento; Fotografía, Chanfaina Tv, Yaru Make up y Pétalos Nails Nicaragua.*

El desarrollo de esta tesis de seminario, la cual aborda un motor para emprender y es la motivación para generar ingreso en las diferentes ideas creativas de los diferentes rubros, realizándose en universo de 382 estudiantes con 32 encuestados con la finalidad de conocer su opinión acerca del trabajo emprendedor que se realiza con los compañeros que han innovado en sus marcas.

Igualmente, según menciona en su artículo Sequeira (2013) con su principal tema de *la televisión y las redes sociales*, los surgimientos de nuevas plataformas digitales fue un revestimiento para la televisión dándole una facilidad a la audiencia de informarse y al mismo tiempo poder opinar, logrando posicionar una respuesta como receptor y un emisor, respondiendo dudas de los televidentes, siendo de esta manera más interactivo y una oportunidad para la televisión para transformarse con las nuevas tendencias de comunicación.

El autor citado anteriormente, señala que también que: “La vigencia de esta fructífera relación demuestra que las redes sociales no suponen una competencia en el consumo televisivo, sino que, por el contrario, se muestran con una herramienta eficaz para la promoción de contenidos complementarios a los emitidos. La simultaneidad característica de las plataformas sociales se erige como el principal aliado de la programación, al intensificar el interés por la emisión en directo y vehicular el flujo de la información promocional”

Aguirre y Chevez (2019), plantea que las diferentes redes sociales son una herramienta de difusión masiva e instantánea, y en tiempo real se logra obtener desde cualquier lugar una nueva noticia publicada por las diferentes fuentes de interés, siendo muy populares y utilizadas por una gran cantidad de personas.

Con el transcurso y en la búsqueda se verificó que el emprendedurismo en Nicaragua ha sido de gran interés para muchas empresas y organizaciones gubernamentales con programas de desarrollo de habilidades y destrezas e innovación, tal como Nicaragua Diseña y carreras técnicas impulsadas por el gobierno con acreditación del Instituto Nacional Tecnológico INATEC, además el seguimiento de los negocios en las zonas rurales y urbanas del ministerio de la economía familiar (MEFFCA)

Se puede afirmar que el análisis de la plataforma Nicaragua Emprende como herramienta televisiva-digital que impulsa negocios emergentes en el municipio de Managua durante el primer semestre del año 2021, es una investigación pionera en este campo, porque ninguno de los estudios que se han realizado tienen relación con la tesis. Por lo tanto, es el primer proyecto didáctico realizado en la UNAN- Managua que propone una respuesta a la promoción de las ideas creativas en las diferentes marcas del país.

III. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se realizó con base en que el mundo actual avanza con el desarrollo de nuevas tecnologías, incorporando su uso en actividades cotidianas, a fin de facilitar el desarrollo de estas ejecutándose según las características de las diferentes plataformas digitales.

El inicio de la pandemia de la **COVID-19** generado en el año 2020, provocó modificaciones económicas a nivel mundial, causando nuevas estrategias de comercio en las diferentes plataformas web con nuevas marcas en el mercado. Generando que los diferentes rubros faciliten las ventas en los sitios digitales como protagonista de marca, para mejorar la calidad de vida en cada familia.

Es interesante investigar este tema porque actualmente las plataformas digitales son espacios virtuales de primera necesidad mundial, por el tráfico de información que se reciben las páginas web y cómo alteran los métodos tradicionales de hacer comunicación y generar comercio.

Por lo cual, la decisión de utilizar un plan de negocios es fundamental para que el objetivo de impulsar las marcas emergentes (nuevas) en los diferentes espacios digitales brindan la oportunidad de demostrar las habilidades de los protagonistas.

Los métodos de información tales como: Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube e Instagram llegan a ser importantes, porque permiten al público informarse por medio de los videos que se encuentran en estas plataformas. Es por eso, que este trabajo pretende demostrar la importancia en el desarrollo de dichas plataformas virtuales para el impulso de la imagen de cada pyme.

Tomando en cuenta estos datos, Nicaragua impulsa proyectos e iniciativas enfocadas en proveer medios de vida sostenibles y opciones de emprendimiento. Actualmente, nuestro proyecto Nicaragua Emprende, ayuda a jóvenes de todo el país a impulsar sus marcas innovadoras, para la creación de futuras microempresas tanto en su programa televisivo como en sus diversas plataformas digitales.

IV. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Para iniciar en Nicaragua las redes sociales y la televisión comenzaron a trabajar en conjunto para la fecha de 2014 a 2018, aunque existían algunos medios en línea como el 19 Digital.

De igual manera, este proceso permitió que el contenido televisivo se vincula directamente con las redes sociales, puesto que la audiencia joven contaba con un dispositivo móvil con acceso a internet y las redes sociales, destacándose Facebook, Instagram, YouTube y Twitter.

Bajo este contexto de información digital, surgen las Plataformas de Nicaragua Emprende en sus diversas formas de comunicación, destacándose el Programa televisivo transmitido en Canal 8 “Canal Joven de Nicaragua”, denominado Nicaragua Emprende que se transmite desde el año 2019.

Asimismo, este proyecto cuenta con Sitio Web www.nicaraguaemprende.com.ni cuyo objetivo principal de este espacio de comunicación, logrando mayor cobertura en tiempo real, para informar al público meta sobre todo el quehacer de Nicaragua Emprende en sus diferentes actividades a nivel nacional.

Por otro lado, esto da paso a estrategias publicitarias con enfoque digital de primera, debido a que la audiencia conoce el contenido de cualquier plataforma de forma rápida y gratuita, puesto que el usuario no necesita pagar para registrarse o acceder a la información público y de interés general.

Sin embargo, el problema principal de ambas plataformas es que recurren a requisitos específicos, que son el pase para ser parte de este proyecto, entre ellos se solicita que sus protagonistas manejen redes sociales, que sus proyectos cuenten con imagen e identidad corporativa, cuyo producto sea novedoso e innovador.

Según lo planteado en el foro, todo ello hace que muchos de sus protagonistas se sientan limitados a ser parte de esta gran familia de emprendedores, puesto que, es posible que se cuente con un producto, pero no con las capacidades de comunicación y manejo de las redes sociales.

Por otro lado, Nicaragua Emprende es una plataforma de promoción que tiene como objetivo proyectar ideas innovadoras de nuevos negocios en todo el país, con un plus desde el enfoque televisivo digital, que responde a las necesidades de la audiencia usándose de forma directa la publicidad a través de las redes sociales.

Esta plataforma como herramienta televisiva y digital ha logrado impulsar pequeños negocios de 12 emprendedores por mes, de ellos se selecciona 4 protagonistas a quienes se les produce elementos audiovisuales para sus redes sociales y televisión.

A partir de la caracterización y delimitación del problema antes expuesto, se plantea la siguiente pregunta *¿Cuáles son las experiencias en el impacto de la plataforma Nicaragua Emprende, según protagonistas de los negocios emergentes, en el municipio de Managua, durante el primer y segundo semestre del año 2021.*

V. OBJETIVO GENERAL

Presentar plan comunicacional desde el análisis de la Plataforma Digital y Televisiva “Nicaragua Emprende”, como herramienta de Comunicación Integral que impulsa negocios emergentes e innovadores, durante el I y II Semestre del año 2021, en la ciudad de Managua-Nicaragua.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir como la Plataforma Digital y Televisiva “Nicaragua Emprende” aporta al desarrollo de pequeños negocios emergentes, en el municipio de Managua.
- Analizar por medio de protagonistas la opinión referente a la Plataforma Digital y Televisiva “Nicaragua Emprende”, como herramienta de comunicación integral que impulsa negocios emergentes e innovadores.
- Explicar las estrategias de Plataforma Digital y Televisiva “Nicaragua Emprende”, desde el análisis de los expertos y especialista en el tema, para la promoción de trabajos de nuevos protagonistas.
- Elaborar propuesta de Plan de Comunicación para la Plataforma Digital y Televisiva “Nicaragua Emprende”.

VI. PREGUNTAS DIRECTRICES

¿Qué elementos desarrolla la plataforma Nicaragua Emprende para impulsar los negocios emergentes durante el primer y segundo semestre del año 2021, en el municipio de Managua?

¿Qué opinión tienen las y los protagonistas referentes a la Plataforma Digital y Televisiva “Nicaragua Emprende”, durante el primer y segundo semestre del año 2021?

¿Qué estrategias televisivo-digital implementa Nicaragua Emprende, desde el análisis de los expertos y especialista en el tema, para la promoción de trabajos de nuevos protagonistas?

¿Qué tipo de tipo de propuesta de Plan de Comunicación, es la más viable para la Plataforma Digital y Televisiva “Nicaragua Emprende”?

VII. RESEÑA HISTÓRICA

Primeramente, *Nicaragua Emprende* es una plataforma que ha venido trabajando desde el año 2018 acompañado del Ministerio de la Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa (MEFCCA), teniendo un papel importante en los proyectos de proyección dentro del núcleo familiar fortaleciendo, trabajando y motivando las ideas de innovación para mejorar la calidad de vida de los nicaragüenses, según Sandino, N. (2018):

Xiomara Blandino de TN8, expresó su alegría por iniciar este proyecto *"nos llenamos de mucha emoción y estamos muy felices de tener la oportunidad de tener por primera vez, una plataforma que promociona el emprendimiento y las ideas que transforman Nicaragua en 3 días de feria"*.

Esto indica que la plataforma Nicaragua Emprende dio inicio como un proyecto novedoso y de calidad donde los emprendedores son capacitados y acompañados para el éxito de su proyecto empresarial.

Desde luego, no se ha detenido este proyecto y ha tomado mucha importancia para el sector empresarial, la razón de esto es porque es una plataforma diseñada para incentivar a los emprendedores a la comercialización joven y de cualquier parte del país.

La plataforma promueve la formalización, gestión y procesos a través de la ruta emprendedora, donde especialistas de las diferentes instituciones del GRUN, brindan asesorías y atención a las consultas de los protagonistas.

Por ende, en la presentación de su sitio web la plataforma se ha fortalecido gracias a la organización que ha tomado a través de las siguientes instituciones: MEFCCA, INATEC, MIFIC, INTUR, CNU, Secretaría de Economía Creativa, canal 8, INIFOM (gobiernos locales).

Por último, a través de esta plataforma se realizan ferias de carácter departamental y nacional donde las actividades son diversas como concursos, asesorías, talleres y capacitaciones en temas especializados para cada sector, así como intercambios de experiencias y promoción de las nuevas tecnologías.

VIII. MARCO TEÓRICO

1. LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA DESDE LO DIGITAL EN NICARAGUA

La comunicación alternativa como significante y objeto de estudio, tiene surgimiento desde el interés de diversos estudiosos de la comunicación en la década de los años 80's, El motivo de esto tuvo su incidencia en la realización de investigaciones sobre medios comunitarios, medios alternativos, medios ciudadanos y comunicación alternativa en general, en sí “todo aquello que, desde la comunicación para el cambio social, tiene que ver con organizaciones populares y movimientos sociales” (Rodríguez, 2003), Aunque hubo ese enfoque de estudio este trabajo aborda lo referido al aspecto esencial de comunicación alternativa con foco o vinculación al Emprendimiento.

Contextualizando lo referido a comunicación alternativa, se comprende que durante los 80's y 90's diversos cambios sociales y económicos se dieron en el mundo entero, desde luego, esta época tuvo cantidad considerable de cambios sociales a términos globalizadores; por ejemplo, solo por citar dos importantes cambios está la caída de la Unión Soviética o la caída del muro de Berlín, resultado de un proceso social específico en el que la comunicación alternativa jugó un papel fundamental, al ser la propagadora de ideas y de canal comunicacional.

En la actualidad, gracias a las nuevas tecnologías y su inminente desarrollo nos reconocemos inmersos en una nueva era de comunicación alternativa personificada en los nuevos medios de alternancia, mediante el surgimiento de las nuevas plataformas virtuales, la comunicación ha experimentado un giro que ha permitido crear nuevos espacios comunicacionales, en los cuales, las personas pueden desempeñarse en este ámbito.

El ámbito comunicacional tiene como aliado todas las plataformas virtuales que permiten llegar a más personas y desempeñarse óptimamente, respondiendo a diversas inquietudes de los usuarios cibernéticos, por tal motivo, a continuación, se dispone un capítulo dirigido a conceptualizaciones de este carácter.

1.1 Conceptualización de Comunicación Alternativa

La comunicación alternativa ha sido expuesta conceptualmente en diversos espacios; por ejemplo, Lewis (1995) sostiene que “la comunicación alternativa, es aquella que propone lo alterno a los medios tradicionales, es decir a los más utilizados”. (pág.12)

De igual manera, la UNESCO (1998) en su informe sobre la comunicación en el mundo destaca que: “La comunicación alternativa se refiere a estructuras y tradiciones que se establecen como suplemento de la tradición principal debido a que ésta última no satisface plenamente las necesidades de comunicación de ciertos grupos”.

Por consiguiente, desde el aspecto conceptual, se entiende en este trabajo a la comunicación alternativa como opción funcional de comunicarse a partir de elementos codificables actualizados, que brindan mejor vivencia o experiencia según las necesidades particulares, tomándose como referencia, que ha surgido a partir de la necesidad del ser humano por exponer su entorno según su visión del mundo.

1.1.2 Incidencia

La comunicación alternativa tiene incidencia; y, a como todo elemento lingüístico responde a un significado según su significante, la (Real Academia Española, s.f., definición 3) denomina al morfema incidencia como el “acontecimiento que sobreviene en el curso de un asunto o negocio y tiene con él alguna conexión”.

Lo que interviene la comunicación alternativa es en la forma que se puede impulsar y generar un negocio a través de la retroalimentación entre el medio y la audiencia de manera continua. Además, el beneficio que el usuario puede recibir al ocupar el espacio comunicativo según su intención o interés.

La incidencia de la comunicación alternativa está basada en el foco de generar, impulsar e interactuar; por consiguiente, al momento de generar, el usuario debe saber qué será eso que tendrá como producto, al impulsar, el individuo deberá definir bien qué ofertará en un medio; al interactuar, lo esencial es saber qué canal ocupar y cómo hacer llegar la información de forma óptima y pertinente.

1.1.3 Comunicación

La comunicación como ciencia ha sido discutida desde diferentes focos o puntos de vista. Desde luego, esto está relacionado a la importancia que le da el investigador en relación a su campo o espacio semántico de estudio e interés.

Así lo refiere Cisneros (2002) “...el proceso de comunicación depende sustancialmente las acciones del investigador, su enfoque heurístico y su estrategia metodológica, y, consecuentemente, sus posteriores construcciones teóricas, sus encuentros y desencuentros”. (pág.50), esos encuentros y desencuentros a los que hace referencia el autor son en sus palabras Lentes; es decir, todas las diferentes formas en las que se puede visualizar el significante de comunicación según el óptico planteamiento de su significado.

El significado al que se refiere el concepto de comunicación en este trabajo es a partir de la consideración sintetizada que comparte Cisneros (2002) al referir lo siguiente:

El concepto de comunicación antes planteado no se asume como una sustancia que pueda asociarse a otras entidades (como los medios, por ejemplo), sino como una acción generada por los seres humanos que tienen la voluntad de entenderse, por lo que establecen un acuerdo de principio en cual se reconocen recíprocamente como seres humanos valiosos, se respetan en cuanto tales y valoran sus diferencias y autonomía ética, desarrollan un intercambio recíproco de mensajes que los lleva a crear un nuevo conocimiento y una verdad conjunta, así como un vínculo que los compromete recíprocamente, teniendo mutua conciencia de todo ello (pág. 73)

Esa acción de reconocimiento de seres humanos valiosos es lo fundamental para escribir un concepto donde se defina a la comunicación desde la óptica de este trabajo, por tal motivo, se entenderá a la comunicación como el proceso donde los seres humanos desarrollan de forma tradicional e innovadora un intercambio recíproco de mensajes que contiene en contenido conocimientos, verdad conjunta e intereses de cualquier índole, que los compromete a desarrollar amenablemente tópicos de aprovechamiento bilaterales o colectivos.

1.2 Plataforma Digital en Nicaragua

La plataforma digital en Nicaragua nace con la necesidad de brindarles a las personas una conexión más rápida, cómoda y con alta amplitud con la finalidad de interactuar y lograr resolver problemas o necesidades según sea el caso del usuario o la comunidad, encontrando una variedad de información o contenido que se ha segmentado para cada grupo humano según su edad, sexo, cultura o interés.

Por tal motivo, Nicaragua ha sido un país más que se une a esa creciente masa de individuos cibernautas que se unen al mundo y conexión virtual estableciendo como objetivo, la línea de comunicativa que planifica, genera y produce elementos comunicacionales según intereses individuales o colectivos llenos de aspectos innovadores enfocados a la nueva realidad mundial digital, avanzando con el tema, se desarrollan a continuación, acápites relacionados al tópico de plataforma digital.

1.2.1 Concepto de plataforma digital

Las plataformas digitales son espacios que se han generado a través de la necesidad de comunicar y generar áreas de interés común en palabra de García (2020) que afirma que:

Las plataformas son empresas que dan servicio a dos o más grupos de clientes, que se necesitan uno al otro de alguna manera, pero que no pueden captar por sí mismos el valor de su atracción mutua, y dependen del catalizador de la plataforma para facilitar interacciones entre ellos que generen valor (pág. 14).

Siendo necesario el valor que se genera en el espacio para que haya interacción gracias al catalizador y que de una forma directa, necesaria y oportuna pueda haber importancia e interés para los usuarios.

De esta manera, se puede afirmar que las plataformas digitales son ese espacio oportuno donde los individuos de forma bilateral o colectiva pueden dar valor a algún producto o información que desde una intención llega hacia el receptor, este aprovecha la misiva que genera un usuario según su necesidad inmediata.

En síntesis, las plataformas digitales son aquellos sitios de internet que almacenan información y los usuarios pueden acceder con cuentas personales para obtener detalles de la empresa virtual. Las personas tienen acceso a una gran cantidad de información y la oportunidad de resolver problemas de manera virtual evitando aglomeraciones y acortando el tiempo de espera, accediendo de manera inmediata las 24 horas del día, siendo de gran importancia para los negocios que hacen marketing de contenido.

1.2.2 Historia

El comienzo de las plataformas digitales fue con los principales objetivos de comercializar productos en el mercado de la red tras el internet, según Ferrer (2017):

Los años 90 fueron el comienzo de la consolidación de lo que hoy llamamos plataformas digitales, en esa primera etapa fue el acceso y generación de contenidos digitales por parte de los ciudadanos el primer activo que permitió su rápida expansión con una rápida adopción social por el público joven (pág. 64).

En cuanto al público joven, la fácil aceptación de los usuarios permitió que se expandiera a otras edades el contenido que se generaba, esto se acredita a las diferentes dinámicas que se realizaban para la rápida adopción y cambio para consumo de contenido.

Las plataformas han venido invadiendo diferentes ámbitos económicos y sociales llevándonos a todos los que usamos estos espacios a algo llamado plataformización, esto viene siendo la forma en que el contenido pasa al espacio de servicios y bienes presenciales a lo que existe un acceso inmediato a servicios de diferentes índoles, más inmediatos y más competitivos en precio.

Las principales empresas que comenzaron en este rubro han sido muy mencionadas y es muestra del éxito de internet que han crecido y han mantenido su popularidad como lo es Ebay y Amazon.

Según Ferrer (2017) nos encontramos en una etapa en que en vez de generar contenido se ha normalizado las diferentes plataformas por la amplia conectividad de la telefonía celular, la amplia demanda de servicios de inmediatez y la competencia de precio, con una interacción de manera global.

1.2.3 Importancia de la plataforma Digital

Las plataformas digitales se han convertido en una revolución de información y acercamiento al consumidor desde la palma de su mano, beneficiando desde factor tiempo hasta una competencia de costos que han llegado con la apertura de nuevas tendencias tecnológicas, siempre con una objetividad dirigida al confort humano, abriendo nuevas oportunidades para una población y la adaptación necesaria para otras.

En el ámbito periodístico han surgido muchas polémicas con los medios tradicionales, para muchas personas ha sido nuevo poder aceptar la realidad virtual dando un punto de partida a nuevos comportamientos de adaptación y aceptación ante un público que es exigente.

Según Somarriba (2020) “la población a nivel mundial vive híper conectado, la información ahora es de manera instantánea, cada medio de comunicación se ha adaptado a publicar en las diferentes plataformas”.

Esto hace referencia que a cada instante diferentes acontecimientos que son de importancia para la sociedad, se han difundido y es necesario valorar la fuente de información debido a que por ser tan libre, ciertos sitios son manipulados, para crear noticias falsas con la probabilidad de crear caos o informar masivamente sobre un suceso de manera exclusiva, sin esperar la verificación y argumentación de la información.

Las plataformas digitales son los medios más utilizados por diferentes personas, esto se debe al comportamiento de los individuos por realizar más conexiones entre conocidos o usuarios, los cuales, les gustaría conocer, las plataformas digitales se dedican a ofrecer todo tipo de servicios, que llegan a cada vez a gran porcentaje de población, debido a que a través de diferentes dispositivos se puede acceder a cualquier tipo información que puede ser compartida en diversos espacios virtuales.

La información que impera en las plataformas digitales está relacionada al término de negocio, siendo visible a las plataformas que generan ventas, García (2020) menciona que se ha identificado “tres principales modelos de negocios de las plataformas digitales” (pág.14).

Estos modelos a los que hace referencia se puede mencionar de forma explícita y resumida de la siguiente manera: modelo de suscripción, los usuarios pagan en un determinado tiempo por el producto que consumen, modelo con publicidad, los usuarios ingresan a un servicio gratuito, lleno de publicidad que beneficia a la plataforma, puesto que existe lucro generado por dichos espacios publicitarios, modelo con acceso, los generadores de contenido o de aplicaciones dan una cuota a las plataformas para llegar los usuarios.

1.3 Programa Televisivo y Producción

La televisión es un medio de comunicación masiva que ha servido desde el enfoque tradicional de emisor-mensaje-receptor; sin embargo, estos elementos han venido a transformarse en otras acciones; así lo afirma Hernández Alfonso et al. (2019). “La televisión concretamente desarrolla diversas funciones (comercial, expresiva, educativa, propagandística y publicitaria)” (pág.107).

Estas funciones que genera el programa televisivo en la actualidad son las que hacen desarrollar aún más el interés de la audiencia. Claramente cuando se toma de la mano, así como menciona Gutiérrez (2003), los sistemas televisivos se han reestructurado, pasando de sistemas monopolísticos a sistemas mixtos, en los que coexisten el servicio público y el comercial en economías de mercado abiertas.

El medio televisivo se basa en la atracción del grupo de personas o usuarios que ven las imágenes desde su hogar, trabajo o cualquier otro sitio, a este grupo de individuos se les llama audiencia y cualquier contenido televisivo debe ser aceptado por ellos.

En consecuencia, al crear contenidos, imágenes o ventas se debe pensar o visualizar el gusto de la audiencia; por esencia esto significa un trabajo que incluye el esfuerzo de miles de personas en distintas áreas para tener un resultado de calidad, el cual debe ser realizado estratégicamente, para llegar a cumplir las metas propuestas y establecer orden en los distintos procesos.

La importancia que han generado los programas televisivos está íntimamente relacionada con la producción, la forma en que se prepara un programa, es decir, implica una serie de labores que deben ser realizadas con la debida planificación a mediano y corto plazo para así alcanzar los objetivos planteados.

Este proceso debe funcionar como parte integrada de la planificación estratégica de la industria televisiva, siguiendo procesos específicos que logren el objetivo principal, los programas televisivos de calidad, los siguientes apartados, son una mirada específica a los elementos esenciales y conceptuales del tópico objeto de estudio de este trabajo.

1.3.1 Programa Televisivo Análogo

La programación televisiva análoga es la plataforma de circulación que promueve los elementos tradicionales necesarios para someter al consumo a una población cada vez más cautiva, a fines de los años 70, surge un debate que aún está en desarrollo y que propone hoy un punto de vista diferente, que le da a la televisión abierta por aire un rol integral en la generación de ciertas formas del plus-valor.

Según Danta, R. (2009) “Las circunstancias de producción de mensajes, su circulación y configuración formal, y finalmente su recepción” (pág. 2), son elementos esenciales dentro de lo tradicional para entender a la televisión análoga.

Sin embargo, este tipo de programa también presenta elementos que producen interés en cierta audiencia, es decir, personas que tienen únicamente el objetivo de observar algún tipo de programa, sin el fin de saber más sobre algún tipo de elemento mercantil que se pueda ofrecer, de todas maneras, se terminará visualizando a través de los momentos de sesión comercial o espacio publicitario.

1.3.2 Programa en Vivo

El programa de televisión es una organización que lleva a cabo el área de producción que incluyen camarógrafos, un control master de transmisión análoga, sonidista, un set ambientado, un productor, un presentador e invitados (entrevistados) según sea la temática, por su parte Saló (2021) alega que:

Dejando al margen la ficción y la información, los géneros de entretenimientos son básicamente cinco: Reality, show, Game, magazine y humor. En cualquiera de ellos podemos encontrar elementos entremezclados que tratan de encontrar un nuevo formato que haga evolucionar al medio televisivo hacia un nuevo concepto (pág.15)

La producción televisiva dado al caso de adaptarse a las nuevas tendencias digitales conocido como multipantallas, varios programas de televisión incluso la radio, transmite a manera de en vivo sus imágenes y poder estar más cerca de la audiencia, conectado en tiempo real a través de sus celulares.

1.3.3 Producción Televisiva

Para iniciar, la producción televisiva, está siendo soportada por los ingresos publicitarios. Esto exige que se busquen formatos exitosos y programas que la audiencia siga fielmente, los decorados, los presentadores, los invitados, el horario en que se emite y los contenidos se convierten en un producto que comercializar, adaptándolo a todas las audiencias.

Toda producción televisiva posee un productor el cual tiene el deber de realizar varias tareas de planificación y coordinación, presupuesto, grabación, elenco, y producción.

1.3.3.1 Pre producción

Cabe señalar que es el comienzo de la planificación desde un ojo logístico, se piensa en el tema, en los invitados, en los recursos básicos para que el proceso de grabación sea de manera exitoso, en televisión muchas veces se tiene que tener una segunda opción ante cualquier problema técnico, en diferentes situaciones el productor e incluso el presentador deben de improvisar.

Muchas veces se plantea un orden a través de un guion televisivo donde se organizan los temas, los invitados, material visual como spot que se comparten durante la transmisión y esto debidamente ordenado con un tiempo en específico.

Amador, RV (2017) alega que: La pre -producción comprende desde la concepción de la idea hasta el primer día de producción. Tiene la finalidad de facilitar la producción y postproducción, además de conseguir los objetivos previstos. Es la fase más compleja y con más tiempo de duración de todo el proyecto, debido a las decisiones que se toman durante su ejecución (pág.82)

1.3.3.2 Producción

Es la fase más importante de la grabación de un material audiovisual; ya que, se pone en práctica todo lo que se planificó en la pre-producción y es el proceso más importante en la organización del proyecto, de igual modo Amador, RV (2017) comparte que:

Mientras que la fase de pre-producción constituye una toma de decisiones que determinan el contenido, aspecto y metodología del material, la fase de desarrollo es la fase en la que dichas decisiones son puestas en práctica y cuyo resultado es ya un producto. La fase de producción consiste en llevar a cabo la ejecución de las decisiones tomadas en las fases anteriores, para ello se parte de los guiones elaborados previamente y se lleva a su concreción con los elementos técnicos que se tengan a disposición. Esta fase que es parte de la finalización del material, se apoya en su producción. (Párrafo 58)

En este apartado es donde se determina realmente la calidad de planificación y la efectividad de su proceso, en conjunto con las técnicas aplicadas para realizar el rodaje de la pieza visual con todos los componentes de una transmisión efectiva.

1.3.3.3 Post Producción

Es el producto final de una pieza audiovisual que ha transcurrido por un proceso, y es donde se determina las debilidades de la creación del material y el productor determina los puntos claves de mejoras continuas en función de brindar una mejor calidad en la transmisión del mismo, sobre esta base Amador, RV (2017) asegura que:

Una vez conseguido o grabado el material según las necesidades del guion específico se entra en la tercera y última fase de este modelo, la Postproducción, al igual que las dos anteriores fases, preproducción es cuando se planea lo que se hará y la producción en la que se ejecuta el plan y se toma ventaja de las circunstancias de último momento y que fueron imposibles de prever o planear, en la postproducción se concreta el montaje audiovisual, es en esta fase que lo grabado comienza tomar forma. (pág.89)

Según sea el caso administrativo de la postproducción del material audiovisual, este se puede compartir en las diferentes redes, esto es otro ejemplo de cómo funciona la multi-pantalla televisiva en lo digital captando una mayor audiencia con tan solo tener acceso a internet y contar con un receptor móvil, además es importante mencionar la presencia directa en las diferentes plataformas o redes sociales utilizadas por todos los usuarios.

1.4 Redes Sociales

Cabe señalar que en este contexto del Siglo XXI desde el ámbito de la comunicación el elemento de las Redes Sociales es vital, para la proyección de diversas instancias, sobre todo desde las innovaciones y los emprendimientos son importantes en el quehacer cotidiano.

Las redes sociales son espacios necesarios para el intercambio comunicativo y que han sido transformadas a espacios multifuncionales gracias a las diversas acciones que se facilitan, formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos (Flores, et al., 2009).

Estos sitios de redes sociales pueden ser utilizados para diversos fines sociales que funcione como medio de comunicación entre las personas estableciendo círculos de amigos en los cuales definen temas de conversación de acuerdo a sus características en común y empresariales, para establecer o divulgar una empresa en cuanto a publicidad, compra y ventas, etc.

Según Lamarca L, (2009), “el origen de las redes sociales se remonta a 1995, cuando Randy Conrads crea en la Web el sitio classmates.com” (pág. 23), el objetivo de esta red social era que la gente pudiera recuperar o mantener el contacto con antiguos compañeros del colegio, el instituto, la universidad, a la vez conectarse con sus familiares en otros países o en la misma región, pero que estaban lejos geográficamente.

Por ello, las Redes Sociales se han vuelto cada vez más indispensables en la vida del ser humano, consecuencia de que se vive en un mundo globalizado en el que todo individuo debe estar actualizado sobre lo que sucede en su entorno, comunidad, país y terrenos con más distancia geográfica.

A continuación, se abordan acápite relacionados a las diferentes redes sociales; las cuales, se puede recurrir desde el dispositivo de tu preferencia.

1.4.1 Facebook

La empresa Facebook es una utilidad social, en su perfil verificado explica que “Cualquier persona puede registrarse en Facebook e interactuar con la gente que conoce en un entorno de confianza. Facebook forma parte de la vida de millones de personas en todo el mundo” (Facebook App, 2016)

Red social creada por Mark Zuckerberg y fundada con la ayuda de Eduardo Saverin, Chris Hughes y Dustin Moskovitz, en un principio con fines educativos, es decir, ayudar a las redes universitarias, para que los estudiantes intercambiarán información con sus compañeros y facilitar sus tareas.

A medida que fue pasando el tiempo esta red social se expandió de modo tal, que, cualquier usuario puede hacer uso de ella sin la necesidad de tener un fin educativo, claro está con el apoyo de Internet.

La red social, Facebook, que es usada en todo el mundo es un espacio en el que se puede compartir fotos, videos, reportajes, noticias, publicidad, hacer amigos dentro y fuera de su país. Además, cuenta con características propias como actualización automática, perfiles visibles, capacidad de crear enlaces a través de servicios de presentación u otras mediante conexión en línea. (Acosta Preciado & Bernal, 2006)

Sobre esa base, se destaca que Nicaragua reportó el mayor crecimiento de usuarios activos de Facebook en la región del 2015 al 2016, el número de usuarios aumentó un 27%, pasando de 1,500,000 a 1,900,000. (Melgar, 2016)

Las empresas deben hacer presencia en las redes sociales puesto que, los clientes están allí, por tanto, se debe estar, siempre con cuidado, y pensando bien antes de realizar una estrategia.

1.4.2 Twitter

Otra de las redes más utilizada es Twitter, se afirma que esta plataforma es la más utilizada por los medios de comunicación, principalmente para la proyección de contenido el contenido político y económico, sin embargo, esta plataforma también abre oportunidades importantes para otros ejes como el emprendimiento.

No es aún de las más masivas, pero es posiblemente una de las que más creció en los últimos años, desde su creación por Jack Dosey en el 2006, su particularidad es que permite a los usuarios enviar minitextos, mensajes muy breves denominados tweets de no más de 140 caracteres, las estadísticas dicen que circulan más de 3 millones de tweets por día.

Por lo general esta red social es de contenido político y debates enfocados a temáticas internacionales, que ocupan interés desde los medios de comunicación de masas a través de una Agenda Setting o Agenda fija, cuyo tema se desarrolla desde planteamientos de interés mundial y mayor peso de audiencia.

1.4.3 Instagram

Instagram es muy utilizada por jóvenes puesto que en esta plataforma es más fundamentada en la creación de contenido fotográfico creativo, siendo este un referente vital para vender desde la imagen que se proyecta, cabe señalar que esta plataforma tiene códigos de restricción de contenido que promuevan la violencia, la pornografía y desde algoritmos claves, se monitorea el lenguaje que se utiliza por parte de los usuarios que publican en esta Red Social.

Es una aplicación gratuita para iPhone o para Android que permite tomar fotografías, modificarlas con efectos especiales, para luego compartirlas en las redes sociales como facebook, twitter, Flickr o la propia Instagram. Toma fotografías cuadradas, similares a las que tomaban las cámaras Kodak Instamatic en los años 60, el nombre Instagram proviene de las fotografías “instantánea” que se tomaban con las cámaras Polaroid (Rubira, 2013).

1.4.4 YouTube

Es importante destacar que Youtube es una de las plataformas más conocidas a nivel mundial, siendo una de las favoritas por sus usuarios, debido a la accesibilidad de los videos, para conocer el contenido no es necesario registrarse

Youtube se ha convertido en un popular medio de difusión donde los usuarios pueden subir y compartir videos de diversas temáticas. Grandes personalidades la han utilizado para lanzar comunicados, artistas para promocionarse y políticos han visto en Youtube una manera de realizar campañas. Fue inventada en febrero del 2005 por Ched Hurley, Steve Chen y Jawed Karim en San Bruno California (Morduchowicz, 2010).

Gracias a esta plataforma, conocemos las famosas comunidades virtuales y seguidores de Canales en YouTube, que son incluso más influyentes que transnacionales mediáticas de medios de comunicación análogas y digitales.

Esta plataforma, aunque es gratuita en cuanto a su registro, el contenido de sus publicaciones es contabilizado y remunerado, una vez que este usuario se convierte en un influencer por la cantidad de seguidores y admiradores.

Todo esto puede masificarse por medio de las notificaciones e invitaciones de los administradores de esta plataforma, que los invitan a ser parte de los miles de protagonistas generadores de contenido, para el entretenimiento de millones de seguidores de canales de YouTube.

1.4.5 WhatsApp

Finalmente, una de las plataformas favoritas por los usuarios es WhatsApp, esta aplicación unifico los mensajes de textos y las llamadas con los contactos vigentes en las tarjetas SIM a nivel mundial, siendo accesible en cuanto a los costos y capacidades de interacciones de acuerdo a las herramientas con las que cuenta.

Todo el que hoy en día tiene un Smartphone, seguramente ya tiene instalado el WhatsApp, una herramienta de comunicación que ha conseguido unir a personas de todo el mundo, pues el fácil acceso a ella y su efectividad en la entrega de mensajes la hacen una de las aplicaciones más descargadas y

usadas alrededor en todo el mundo. Quienes crearon esta revolucionaria aplicación son ex empleados de Yahoo, el ex director de comunicaciones de dicha empresa Jan Koum y uno de sus trabajadores, Brian Acton (Informática hoy, 2012).

Aunque esta plataforma para algunos usuarios es insegura debido a que mucho contenido puede ser fácilmente accesible por medio de algoritmos de programación, que dan entrada a información privada de tu cuenta, por ello muchos usuarios, preferiblemente políticos, famosos y medios comunicación optan por manejar información confidencial y de primera mano en vías de Telegram.

2. NICARAGUA EMPRENDE EN EL 2021

A continuación, se presentan apartados relacionados a la plataforma televisiva y digital: Nicaragua Emprende cuyos acápites teóricos que sintetizan y aclaran elementos esenciales relacionados a la razón semántica del proyecto televisivo.

2.1 Definición de Nicaragua Emprende

Nicaragua emprende es un proyecto que ha sido diseñado para elevar los emprendimientos de todos los rubros a otro nivel, donde puedan tener un mayor alcance en el mercado y que su idea de negocio pueda crecer a través de las diferentes formas que en esta existe, desde la visión tecnológica como imagen de promoción hasta la creación de un modelo administrativo en pro del crecimiento de cada uno de ellos.

El sitio web Nicaragua Creativa [NE] s.f, afirma que: “Nicaragua Emprende es una plataforma que ha sido diseñada para incentivar la promoción y comercialización del emprendimiento joven de Nicaragua, fomentando el desarrollo y crecimiento de jóvenes emprendedores de todos los sectores, en todo el país” (Párrafo. 1)

Es estos últimos años esta plataforma ha tenido un gran impacto a nivel nacional, puesto que, gracias al trabajo colaborativo con otras instancias públicas, se ha logrado abrir espacios que son oportunos en este contexto actual de Pandemia, siendo fundamental para mejorar la economía de las familias, desde la creatividad y fortalecimiento de los aprendizajes, desde las capacitaciones.

2.2 Estrategias de Nicaragua Emprende

La plataforma Nicaragua Emprende es un sitio de referencia para la promoción de negocios y una referencia para animar a diversas personas a ser parte de la comunidad emprendedora.

Brindando de esa forma la oportunidad de entablar un nuevo sistema de economía familiar a través de nuevas ideas creativas, implementadas en una marca como parte de una nueva construcción de modelo de vida, no sólo joven sino para toda aquella persona que tiene la capacidad de innovar, emprender y proyectar negocios.

2.2.1 Rock City

El amor a la música ha acompañado al ser humano desde hace muchos siglos, sabemos que existen muchos géneros, siendo el más populares el Rock, ante ello, en Nicaragua se desarrolla la gira de Rock City como gira musical a nivel nacional, permitiendo en estos espacios incorporar a los protagonistas innovadores y emprendedores.

Promoción que se da en vivo donde el público virtual conoce cada marca guiado por las y los presentadores de este medio de comunicación, según Sandino (2021), “El Festival Rock City es organizado por TN8 y Nicaragua Emprende, promoviendo las bandas y emprendimientos locales con productos alusivos al rock.” (párrafo. 4)

En ese sentido se puede mencionar el tipo de dinamismo que esta estrategia mantiene con la música y el emprendimiento nicaragüense, aportando significativamente al proceso de posicionamiento de estas marcas en eventos nacionales.

2.2.2 Expo Anual NE

La Expo Anual de Nicaragua Emprende se organiza en conjunto con otras organizaciones como el Ministerio de la Economía Familiar, Comunitaria Asociativa y cooperativa (MEFCCA), Nicaragua Diseña (ND), Nicaragua Creativa(NC), Consejo Nacional de Universidades (CNU) y otras entidades para lograr un solo objetivo el cual es promover el talento joven en nuestro país, participando emprendedores de todo el país y con variedades de rubros.

Estratégicamente esta actividad prepara a los emprendedores con herramientas del saber para el mundo empresarial, por su parte Muñiz (2021) afirma que:

“Esta edición tiene como objetivo impulsar la transformación de los emprendimientos juveniles en todas sus fases de desarrollo, aspectos organizativos, logísticos, financieros, comerciales e imagen empresarial, buscando y fomentando la aceleración de sus negocios” (párrafo. 2)

2.3 Innovación y emprendimiento

El emprendimiento desde el enfoque de la acción logra crear otro paradigma de ver las cosas, puesto que no se necesita iniciar con grandes inversiones para ser emprendedor, desde una lógica de economías creativa o economías naranjas, se puede proyectar este proceso trasladado a la innovación desde la creación de ideas novedosas, auténticas y únicas.

Desde ese enfoque, podemos decir que de una manera o de otra, las ciencias puras son vitales en el desarrollo de nuestro universo hasta nuestras sociedades modernas y globalizadas, desde la comunicación se aportado a este proceso de desarrollo a nivel mundial.

Parte de este desarrollo de la innovación y el emprendimiento, son los diversos estudios que contribuyeron a nuestra sociedad actual, podemos decir que entre los más importantes son las comunicaciones, desde los estudios desde la metafísica, física cuántica y electromagnética, se aportó grandemente al desarrollo de la comunicación.

En el Siglo XXI por medio de los estudios realizados

por Albert Einstein que descubrió como se cuantificaba la energía, gracias a esos estudios se da origen a la materialización del átomo, cuyo componente está en todos los elementos químicos y de la vida, esto permitió dar origen al nucleoelectrónico este a la vez a las redes eléctricas inteligentes, más conocidas como el internet.

Estas innovaciones son las primeras de las muchas que han aportado al desarrollo de nuestro mundo hasta las sociedades que conocemos, la cual avanza cada día más con mayor precisión y asertividad.

2.3.1 Innovación y emprendimiento en Nicaragua

En Nicaragua la innovación y el emprendimiento se apoya de la comunicación como una herramienta vital para desarrollar y proyectar ideas, a la vez para poder trasladar un nuevo posicionamiento y conseguir una diferencia en el mercado es lo que viene a entablar la innovación, en Nicaragua Emprende ideológicamente mantiene esa proyección de actitud de construir otro plano en una línea empresarial.

Esta línea está enfocada principalmente en los pequeños soñadores, que ven esta oportunidad como una de las más importantes en su carrera como protagonistas, que, desde diversas plataformas promovidas por el Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional, se fortalecen los nuevos talentos nicaragienses.

2.3.2 Conceptualización

La base o una de las fases primordiales de un emprendimiento es innovar, cuando una emprendedora o emprendedor adquiere esta herramienta, retoma sus ideas creativas, para transformarlas en un prototipo real, el cual se mejora hasta lograrse materializar esa idea innovadora, con plus de valor de satisfacción y autorrealización.

De esta forma poder generar a la vez un crecimiento económico, elevando la marca a otro nivel manteniendo una cercanía, una confianza y una política de calidad que diferencia el producto o servicio de los demás en el mercado.

El emprendimiento a diferencia del emprendedurismo está más dirigido a la innovación y mejoramiento de productos o la oferta de una mediana o pequeña empresa, siendo esta actividad requiere esfuerzo, trabajo, dedicación y tiempo, para poder tener rentabilidad potenciando el bienestar humano, mejorando el nivel de vida de las personas.

2.3.2.1 Innovación

Es el motor de crecimiento y sostenibilidad más poderoso que tiene una sociedad, es la forma más efectiva de mejorar las condiciones socioeconómicas, mostrando otro plano donde se alcanza una idea nueva y poder desarrollarla, para tener un valor vivo por medio del diseño y desarrollo de la misma, cuya idea se materializa, se valida y se proyecta.

Para poder llamar innovación a una idea tenemos que transformar y poder crear un beneficio a muchas personas. Quiñones (2016) alega que “La innovación es un elemento clave donde se requiere tiempo y una gran inversión en tecnología y desarrollo, esta ha sido la clave del éxito de muchas empresas donde muchos de sus frutos han sido a largo plazo.” (Pág. 10)

La competencia ha sido un tema muy integrado en las empresas, estos indicadores muestran cómo se maneja y cuál es el comportamiento competitivo, no solo local también lo podemos abordar de manera global, esto implica a las pequeñas, medianas y grandes empresas e incluso a un emprendedor a tomar nuevas decisiones, para crear una nueva tendencia innovadora que muestre un nuevo rostro y fortalezca la presencia en el mercado.

2.3.2.2 Emprendimiento

Se puede considerar que el emprendimiento es la idea que tiene una persona y la vuelve realidad a través de sus capacidades y creación, logrando resultados de satisfacción y consumo.

El emprendedor es innovador, aprende de sus errores y mejora sus metas y objetivos, por ello emprender es buscar algo nuevo, es salir de un territorio conocido y transitar a algo nuevo buscando nuevas proyecciones y oportunidades, sea una empresa con fines lucrativos o una organización social que genere innovaciones y empleos.

Es decir, un emprendedor es alguien que tiene una idea y busca cómo transformarla en un producto o servicio, con el fin de lograr su concepto de realidad y poder llevarlo a un mercado, así también, se vuelvan una marca viable que la gente desee o necesite para el desarrollo de su vida cotidiana.

No es el simple hecho de crear una empresa, es conectar con una actitud, es crear sueños con realidades, buscar las herramientas para realizarlo es el primer paso de un emprendedor, según Cerda (2017):

De manera global los emprendedores suelen compartir características personales, físicas e intelectuales que lo diferencian de las demás personas, definen su comportamiento y determinan su permanencia dentro de un mercado

sumamente competitivo y continuamente en cambio tales como la perseverancia, el optimismo, la energía, la capacidad para resolver problemas y la innovación. (Pág. 10)

Por consiguiente, el emprendedor es una persona que tiene que estar listo y comprender la situación del mercado, ser una persona que se da una oportunidad de aprender de los mismos errores y con esto crear un mejor servicio o producto en el mercado.

2.3.3 Tipos de Emprendimiento

En Nicaragua se puede mencionar las actividades que han sido organizadas por el Ministerio de Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa (MEFFCA), como son las diferentes ferias de conceptos distintos en las que cuenta con presencia de muchas marcas y de rubros como: gastronomía, cuero, arte, manualidades, entre otras innovaciones y servicios que muchos emprendedores desarrollan en los últimos años.

Las investigaciones, artículos y revistas han catalogado varios tipos de emprendimientos conforme a su tamaño, el nivel de innovación e incluso en la formación del emprendedor, temas que se profundizaran en los apartados siguientes.

2.3.3.1 Emprendimiento Social

Los emprendedores sociales son aquellos que se encargan de resolver problemas o apoyar situaciones de una comunidad, en la actualidad, el emprendimiento social para poder ser estable debe de fusionarse con el concepto de impacto social, creando utilidades como apoyo económico de estas marcas.

El enfoque de esta rama emprendedora suele ser colaborativo y abierto a oportunidades en construcción de proyectos con alianzas. Moreira, P. y Urriolagoitia, L. (2011), “La empresa social está impulsada por la necesidad de construir una organización empresarial que contribuya a dar una respuesta innovadora a un problema social que no ha podido solucionarse mediante las organizaciones sociales o las administraciones públicas.” (pág. 53)

El emprendedor que sigue este estilo es aquel que tiene los fines de ayudar a una población con una determinada problemática como muestra de esto Florence Nightingale, que fue la primera fundadora de la escuela de enfermería, esto es una muestra de los principios de varias personalidades que han creado proyectos sin fines de lucro, con los principales objetivos de auxiliar al desarrollo de la sociedad llevando un mensaje de cambio para llevar un estilo de vida sostenible.

2.3.3.2 Emprendimiento Especialista

El emprendedor especialista suele tener una propuesta de valor y siempre lo indica a un punto del mercado, en específico donde las oportunidades son mayores y la competencia es baja, para introducir con éxito la idea de negocio como marca empresarial, manejando estrategias básicas de comunicación que le facilitarán de manera rápida su aceptación.

En este tipo de perfil se puede catalogar de manera más técnica, aunque logre empezar un proyecto emprendedor su foco de atención está muy situado en su conocimiento que analiza el mercado en busca de una necesidad. Según Ospitia (s.f), “Está muy especializado en una rama de conocimiento en la que se hace experto y suele dejar de lado al resto, gracias a ser muy lógico, racional y técnico, es perfecto para llevar a cabo proyectos operacionales” (Párrafo.16)

Los emprendedores especialistas son aquellos que tienen un conocimiento de las diferentes ramas de la ciencia, profesionales que tienen pensamientos intuitivos y visionarios con proyectos de innovación muchos de estos pueden ser tecnológicos, las principales características de estos emprendedores son la creatividad, perseverancia y la capacidad de comunicarse facilitando para su futura empresa un efectivo equipo de trabajo y aliados que facilitaran la producción de su idea o proyecto.

2.3.3.3 Multi-Emprendimiento

El Multi-Emprendimiento lo crea aquella persona que tiene el potencial de poder manejar más de una marca en el mercado, manteniendo un marco estratégico y administrativo donde puede satisfacer las necesidades de más de una cartera de clientes.

Por ello, el compromiso con una marca es muy grande y el éxito se encuentra en la perseverancia de las personas, para ser un multi-emprendedor se necesita haber tenido un proceso de conocimiento previo.

Según Aguirre y Chevez (2019), “Este tipo de emprendedor tiene la capacidad, el deseo, el tiempo, la perseverancia y los recursos para emprender más de un proyecto al mismo tiempo, y logran condensar sus objetivos prósperos”. (pág. 17)

Los ideales de estas personas han sido creados por los motivos de mejorar la economía, generando más de un ingreso económico controlando otras marcas que compiten en el mercado, esto posiblemente porque un rubro no solventa en totalidad las expectativas del emprendedor y decide completarlo con otra idea de negocio.

2.3.3.4 Emprendedor por Accidente o al Azar

Las personas suelen realizar acciones que pueden tener reacciones positivas o negativas en una determinada comunidad, es dudosa la aceptabilidad de un producto por una determinada población de un momento a otro.

Sin embargo, hay personas que construyen o realizan algún tipo de actividad que esta pueda generar ingresos económicos, esos resultados sin ser planificados y orientados estratégicamente puedan dar resultados y aceptaciones de algunos sectores, los emprendedores por accidentes desarrollan iniciativas porque les gusta, sin darse cuenta su creatividad genera un impacto social por ser ideas únicas, según Sánchez, T (2012):

En los mercados con un alto grado de ineficiencias se presenta el emprendedor por azar quien lanza un producto por casualidad y los exitosos son inesperados. Su debilidad es tener un bajo nivel de decisión para arrancar el proceso, por eso, les falta involucramiento y mucha pasión de emprendimiento. (pág.13)

La ventaja de esta clase de emprendedor es que por su religión puede que no obtengan productividad y mucho menos posicionamiento debido a que acostumbran dejar todo a la suerte, es catalogado al azar o por infortunio a esas personas que piensan que la suerte circunda a todas horas, es esa persona que no planea y accidentalmente pasa algo que marca el principio de su plan.

2.3.3.5 Emprendedor por Necesidad

El emprendimiento por necesidad se ve obligado a tomar decisiones creativas para poder abastecer o complementar las necesidades económicas de manera individual o familiar, el conocimiento y la iniciativa de transformar esa idea en un servicio o un producto, para tener mayores ganancias es ¡cómo surge este emprendedor!

Los temas como el desempleo o la jubilación son variables que impulsan a muchos hogares a crear una idea de negocio y generar un nuevo ingreso, según de León, D. D., & Cancino, C. A. (2014):

La razón principal por la que se crean los emprendimientos por necesidad tiene relación con la falta de un empleo bien remunerado, sin embargo, los que logran transitar hacia emprendimientos por estilo de vida, lo hacen al entender las características de la comunidad y encontrar un mercado objetivo que atender (Pág. 57)

2.3.3.6 Emprendedor Innovador

Las personas que tienen un negocio pueden tener éxito, si ponen en práctica la innovación, innovar quiere decir cambiar, experimentar, analizar, unir redes, propuestas únicas, son parte de las bases que tiene que llevar una idea de negocio que quiere crecer como emprendimiento.

Desde esa lógica, las investigaciones han detallado que la innovación es un ADN nato de las personas y sin necesidad de capacitarse ellas crean una nueva ruta de negocio que muchas veces son exitosas, para Auletta, N. y Puente Castro, R. (2010) se argumenta que:

Los estudios han demostrado que una tercera parte de la habilidad de pensar o ser creativos está determinada por factores genéticos, mientras que las otras dos terceras partes dependen de un largo camino de aprendizaje. Primero se pasa por el proceso de aprender, de ser original, de tener el hábito de pensar de manera innovadora, y luego, con la práctica, se gana confianza para crear. (Pág. 29)

Este tipo de emprendedor es el recolector de negocios novedosos de impacto y originales para la sociedad de manera que logre retarse para generar proyectos rentables es la que toma aquella idea de empezar un comercio, pero lo hace de tal forma que implementa noticias y mejoras, entonces empezar un comercio dando un toque de diferencias ofertando algo nuevo o mejorado, evitando no realizar lo mismo que continuamente hacen los demás.

2.3.4 Factores que motivan el Emprendimiento

En la vida normalmente debes de competir con muchas variables para poder lograr el éxito y tener triunfo en su funcionamiento, del mismo modo debería ser generador de ideas desarrollando competencias fundamentales, para dar servicios o un producto de calidad, ante ello, existen diferentes componentes que motivan y animan a las personas a emprender de consenso al sector económico.

En las personas existen muchos factores que hace que un negocio salga adelante, en los aspectos emocionales saber creer en las personas que apoyan de cierta manera en las acciones que el emprendedor realiza, esto generará una confianza mayor para evadir las críticas destructivas que pertenecen en la sociedad.

En el ámbito de emprender la motivación se mira de muchas formas una de ellas es la fuerza de actitud que se cataloga como una elección para contaminar a un público de tu buena vibra y crecer de manera cognitiva, según Sastre, RF (2013):

En relación con los factores que contribuyen con el éxito de los emprendimientos los tres grupos coincidieron con que es importante encontrar el nicho de mercado adecuado y asesorarse sobre lo que no se conoce. Los emprendedores/as consolidados introdujeron un nuevo factor que es el servicio al cliente. (Pág. 09)

-La necesidad de desarrollo personal son puntos claves importantes para el crecimiento y superación que permiten visionar los verdaderos intereses, metas de importancia para obtener y elevar los recursos necesarios, dándole sentido a una vida personal, adoptando nuevas ideas y formas de pensar, que generan comportamientos y actitudes dejando como resultado un mejoramiento en calidad de vida.

-Necesidad de logro se complementa con el pensamiento de avanzar, el poder cumplir metas que generen buscar nuevos desafíos y un nivel de independencia.

- Necesidad de reconocimiento son aquellos estímulos que percibe el ser humano en un tipo de recuerdo o recuperación, satisfaciendo una necesidad de seguridad valiosa dentro de una sociedad.

2.3.5 Características de los Emprendedores

El camino del emprendedor suele ser ejecutado por varias cualidades que representan el manejo de la imagen y el producto en su inicio empresarial, pero para esto se necesitan de variables importantes en el crecimiento personal y de marca.

Según Ramos, CG, Campillo, AM y Gago, RF (2010), “En efecto, sólo aquellos individuos que reconocen su habilidad para detectar oportunidades en el entorno son quienes, a su vez, esperan alcanzar mayores niveles de resultado empresarial en términos de creación de empleo” (Pág. 44)

Un punto distintivo del carácter emprendedor es la parte cognitiva de que este se ha forjado en carácter de formación, siendo un punto importante para el éxito en la creación y manejo de marca. Según Contín, I., Larraza, M., & Mas, I. (2007):

La educación se revela como un factor importante a la hora de ser emprendedor o empresario establecido, pero únicamente cuando estamos ante personas sin miedo al fracaso, de tal manera que son los universitarios sin miedo al fracaso los que mayor probabilidad tienen de ser emprendedores, mientras que los individuos sin miedo al fracaso y sin estudios los que tienen mayor probabilidad de ser empresarios establecidos. (Pág. 15)

Los proyectos en la vida necesitan tener condiciones idóneas para poderse ejecutar a través de las acciones que se identifican a corto y largo plazo buscando un mejoramiento de manera directa o indirecta al desarrollo económico y social del país, toda proyección tiene que visualizar oportunidades; y la contribución de ideas para dar soluciones.

En el mundo emprendedor los negocios necesitan de variables específicas que buscan oportunidades para hacer crecer su inversión o alcanzar una conveniencia, Caso, A... & de Alba, P. (2018) alega que:

“En el ámbito de los negocios, las características del emprendedor son más específicas. Buscan oportunidades para crecer su dinero o lograr beneficios que les permitan mejorar sus resultados económicos; planean, no improvisan, mejoran significativamente, no copian y son creativos” (Pág. 9)

2.4 Diferencia entre Idea, Creatividad e Innovación

Los conceptos de idea, creatividad e innovación están divididos en conceptos diferentes, ambos son pilares que trabajan en conjunto para forjar el éxito de una marca en el mundo empresarial, donde los pensamientos y las actitudes son el comienzo para ser exitoso dentro del mismo, donde soñar y crear son válidos como estrategias.

2.4.1 Idea de un Emprendedor

El ser humano a temprana edad encuentra una noción de la vida, se mueve por intereses comunes en muchos casos de manera inconsciente, despertando el interés por muchas variables y es como nacen muchos proyectos a través de las ideas cuando son imaginarias, pero se materializan cuando disponen de acciones.

Por su parte, Hidalgo, J. (2017) alega La primera parte, la Idea, se centra en discutir la necesidad de encontrar problemas que merezcan la pena ser resueltos y describir Prefacio 11 una serie de técnicas que nos ayuden a conseguirlo. El resultado de esta primera parte es una idea de producto o servicio por el que merece la pena dedicar los siguientes años a poner en marcha (Pág. 10)

El mecanismo emprendedor se torna a los ideales comerciales que se quiere transmitir a una audiencia plasmado en una imagen que se encuentra en constante innovación, por su parte Macías, MEU y Lastra, JFR (2013):

Desde la formación emprendedora, se entiende el emprendimiento como un conjunto de competencias, que parte de la actitud de la persona, para captar oportunidades de su entorno, lo cual requiere un pensamiento sistémico, convertirlas en ideas innovadoras con base en su creatividad y generar proyectos productivos en diferentes campos, para beneficio propio de su entorno. El proceso de formación emprendedora, comienza con la

identificación del emprendimiento, luego sigue la orientación hacia diversas opciones, una de las cuál es el empresarismo, por tanto, es bueno tener en cuenta la existencia de una cátedra emprendedora antes de una “cátedra empresarial”, como lo expresa la citada ley. (p.14)

Se puede considerar como una idea según el contexto, donde una persona invierte en acciones como parte de su proyecto de vida, tomando muchas responsabilidades y compromisos, en este ámbito un emprendimiento tiene que crear valor, satisfacer necesidades, resolver problemas y transformar un entorno.

2.4.2 Creatividad de un Emprendedor

El término creatividad está ligado a una idea y una novedad que despierta el interés y la crítica de los consumidores, se considera de gran importancia en el proceso de crecimiento de una marca, según Amabile, TM (1996):

El componente del pensamiento creativo proporciona ese “algo más” de la conducta creativa, pudiendo aplicarse la capacidad de pensamiento creativo a cualquier tema. suponiendo que una persona tenga incentivos para realizar una determinada actividad, Y su actuación será “técnicamente buena”, “adecuada” o “aceptable” si posee la especialización necesaria, pero, aunque tenga un nivel de competencia extraordinariamente alto, no producirá un trabajo creativo si carece de las facultades de pensamiento creativo. (Pág. 05)

La creatividad es generar un nuevo concepto, es combinar varias ideas y transformarlas en una nueva, puede completarse con la inspiración, el arte y la originalidad, y cualquier ser humano la puede desarrollar, pero de diferentes maneras, solo con el simple hecho de combinar la ropa es ser creativo.

2.4.3 Innovación de un Emprendedor

La innovación se puede catalogar como una ecuación donde la invención y la comercialización juegan un papel importante, donde convertir ideas que generen valor es el principal trabajo de esta fase. Según Vicens, L., & Grullón, S. (2011):

Como un nuevo jugador de béisbol o fútbol, los emprendedores deben forjar sus conocimientos, habilidades y destrezas en prácticas especialmente

diseñadas para prepararlos para enfrentar el reto de la innovación en un mercado abierto y competitivo. Siguiendo esta analogía, en los deportes se hacen ejercicios para mejorar la condición física del nuevo jugador: carreras, levantamiento de pesas, flexibilidad, y se practican elementos del juego como el bateo o el lanzamiento, o jugadas para desarrollar el trabajo en equipo. Finalmente, se juegan partidos en los que se ponen en práctica las lecciones aprendidas. Los centros de desarrollo de emprendimiento e innovación deben seguir esta rutina para formar emprendedores con la capacidad real de emprender. (Pág. 113)

Para el proceso de innovación se necesitan ideas que se conviertan en valor y tienen que responder a las variables de la deseabilidad, viabilidad y factibilidad, ante ello, la innovación comienza en la resolución de un problema y la adaptación a los cambios de la globalización, por ende, es importante aprender a observar los problemas locales y tratar de resolverlos por nuestro propio mérito, antes de esperar que alguien ejecute esa acción.

2.5 Nicaragua Emprende

La plataforma Nicaragua Emprende es el espacio número uno para compartir, transformar y crear nuevas expectativas para quienes deciden mejorar su calidad de vida con una forma independiente, donde el jefe se convierte en uno mismo y convierte una idea en oportunidades donde la economía es la aliada del mismo.

2.5.1 Misión

La misión es la razón de ser de una organización o un proyecto, la cual declara su propósito y alcance en dependencia de un contexto, es el compromiso que brinda respuesta a un problema con calidad y calidez.

La plataforma digital y televisiva Nicaragua Emprende ha tenido un alcance y una aceptación por parte de la comunidad emprendedora. “Lograr promocionar y plasmar a través de las historias de emprendimientos la importancia y el talento nicaragüense, además del apoyo al consumo local de los productos que nos identifican como país” (Pérez, J., Comunicación personal, 07 de octubre de 2021)

En un proyecto es fundamental la misión porque determina el funcionamiento de esta, de ese modo Thompson, I. (2006) argumenta que “La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define: 1) lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, 2) lo que pretende hacer, y 3) el para quién lo va a hacer” (pág. 01)

2.5.2 Visión

La visión es la proyección empresarial determinada en un tiempo en específico como proyecto de un estado deseado, siendo esta parte un reto y una motivación como parte de la identidad corporativa comprometida con el cambio del proyecto para brindar un mejor servicio.

La visión mantiene características que implican cambios comprometidos para mejorar el funcionamiento, es la imagen a futuro de cómo deseamos que sea la organización más adelante.

La visión de Nicaragua Emprende es dejar al alcance de los emprendedores algo tan importante para un negocio como es la publicidad, que bien sabemos que tienen costos muy altos, pero a través de la plataforma televisiva se dan espacios gratuitos a nuestros emprendedores (Pérez, J., Comunicación personal, 07 de octubre de 2021)

2.5.3 Valores

Es importante destacar que los valores corporativos son los cimientos por lo que se rige el comportamiento de los empleados y se transmiten a los clientes, como es un equipo, como es nuestra atención y como es nuestro producto o servicio.

El sitio de Nicaragua emprende es un punto estratégico donde su atención es muy cercana al emprendedor y los buenos principios son destacados en este proyecto, “EL valor principal es el amor a nuestra identidad, el mantener viva nuestra cultura y contaminar a las personas de lo fundamental que es apoyar el consumo local y así destacar el talento artístico para que este pueda ser visto de manera internacional” (Pérez, J., Comunicación personal, 07 de octubre de 2021)

2.5.4 Plataforma digital – Redes Sociales

Las diferentes plataformas digitales han sido creadas para ser sitios de interacción y crear un tipo de reacción entre los diferentes usuarios, además que mucha de ellas mantiene la estrategia del (feedback), basado en la opinión o consultas de las personas que visitan el sitio como parte del buen servicio de una marca. En este cuadro se especifica se ubicaron únicamente estas Plataformas-Redes Sociales que son las de mayor impacto por “*Nicaragua Emprende*”.

Facebook	<p>Es una de las plataformas más popular a nivel mundial donde se interactúa con una conexión a internet en tiempo real, en la actualidad ha sido toma como una herramienta para la difusión de información que ha generado para los medios tradicionales de comunicación.</p> <p>Siendo una alternativa para interactuar con su público, debido a que se puede saber a través de mensajes y comentarios el tipo de reacción ante las diferentes publicaciones de interés para el público receptor.</p> <p>Para Nicaragua Emprende ha sido un sitio donde además de compartir información de emprendedores se comparte noticias de actividades y proyectos que transcurren durante el año.</p> <p>Asimismo, las transmisiones en vivo del programa educativo e informativo que se transmite los días jueves a las 10 de la mañana en sintonía de la televisora TN8.</p> <p>Un servicio interactivo que permite Facebook para Nicaragua Emprende es el compartir a través de sus historias contenidos de los productos y servicio que promociona esta misma involucrando a la audiencia a consumir y hacer parte de los beneficios que brinda esta plataforma en cuanto a la divulgación de las diferentes ideas de negocios en el país.</p>
-----------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>Instagram</p>	<p>Es el sitio que se ha popularizado por su contenido fotográfico y de videos quienes muchos usuarios comparten de manera creativa en sus diferentes cuentas, siendo este un sitio de interacción por su contenido visual donde se encuentra una comunidad, un público objetivo de interacción gracias a sus funciones se ha convertido en un objetivo, para construir una marca en el mundo empresarial.</p> <p>Para la plataforma Nicaragua Emprende su uso ha sido muy importante, en ella semana tras semana se publican la historia de un emprendedor, sus características, originalidad, creatividad e innovación, día a día se publica una historia donde se etiqueta al creador de la marca de estreno que se publica semanalmente convirtiéndose en una red interactiva de emprendedores y consumidores de los diferentes protagonistas pertenecientes a la plataforma televisiva.</p>
<p>YouTube</p>	<p>El rey de los Canales en producción de Contenido Audiovisual o Videos, donde su principal objetivo es compartir con temáticas como música, ocio, salud, deporte, noticias, maquillaje e incluso farándula; la característica o la popularidad de este sitio es la manera o la forma de creación en las diferentes técnicas de edición de video conquistando la atención de muchos usuarios.</p> <p>Actualmente, esta plataforma se ha modernizado con acciones interactivas, para compartir otros contenidos como historias y habilitada a la trasmisión en vivo, permitiendo a las empresas televisivas un punto de partida para distribuir información noticiosa en tiempo real.</p> <p>Es meritorio afirmar que la plataforma televisiva Nicaragua Emprende ha sido un eje fundamental, para entregar al público la construcción en las vivencias o experiencias que vive un protagonista de una marca en sus estrenos semanales.</p>

2.5.5 Programa de tv

Una productora de televisión maneja varios apartados llamados programas, donde cada uno de ellos transmite una temática distinta, siendo aspecto que categorizan y caracterizan una televisora en una misma línea, que es entretener y educar a una población estratégicamente determinada según la editorial de esta.

2.5.5.1 Programa Televisivo

Los canales de televisión han sido diseñados con el propósito de informar, educar y entretener a una indicada audiencia, durante su programación se han creado revistas donde se desarrollan dinámicas y temáticas de diversos índole, en la mayoría de las cadenas televisiva comparten material enlatado de producción internacional con el objetivo de elevar el rating de la compañía comunicadora.

Este programa fue creado a raíz de la primera edición en el año 2018 en la expo feria desarrollada por el MEFFCA, TN8 y el Movimiento Cultural Leonel Rugama, con el objetivo de promover la economía creativa a través de ideas de negocios plasmadas en las diferentes marcas emergentes y las que estaban posicionadas en el país, logrando resultados satisfactorios.

Ante ese motivo, la organización decide darle seguimiento teniendo la iniciativa Xiomara Blandino de llevar a cabo un programa televisivo y digital donde se presentan los diferentes rubros promocionados a través de Telenica Canal 8, en un espacio que actualmente se lleva todos los jueves a las 10 de la mañana y se transmite en vivo a través de sus diferentes redes sociales.

Según Migration Account (2020), “La idea de Xiomara Blandino, coordinadora de Nicaragua Emprende nació un 30 de octubre de 2019 con el objetivo de ser una plataforma viva, de promoción del emprendimiento nacional y con la diferencia de mantener siempre la gratuidad en sus piezas audiovisuales” (Párrafo. 1)

3. Planificación de la Comunicación Integral desde el Mundo Digital y Análogo

Es esencial poder crear una nueva estrategia de mercadeo digital para los negocios, como parte de la continuidad que demanda la innovación en el proceso de crecimiento que necesita una marca, en una idea emprendedora se debe planificar la ejecución de contenido e indagarse cómo funciona cada espacio digital, y de esta manera lograr mantener segundas opciones como parte de la interacción que ofrecen los sitios digitales.

3.1 Definición de Planificación de Comunicación Integral

La planificación de la comunicación es una herramienta que se utiliza como apoyo para conseguir nuevos objetivos de una institución u organización, en la cual se plasma un periodo de tiempo y con su debida definición por escrito, llevando un previo análisis del entorno local, social y organizacional.

La comunicación es un pilar fundamental para el éxito de un plano corporativo puesto que se plasma como una brújula de guía, comenzando con el análisis de donde se encuentra la organización que se determina a través de un diagnóstico.

Según Madroñero, G., & Capriotti, P. (2018). “La etapa de la estrategia es considerada, tanto a nivel práctico como teórico, como uno de los pasos o etapas fundamentales del proceso de planificación de la comunicación y relaciones públicas en una organización. La mayoría de los autores la conciben como el corazón del proceso comunicativo” (Pág. 9).

La estrategia según esta cita, mantiene múltiples finalidades en cuanto a los envíos de mensajes, el alcance de los objetivos, la línea global de comunicación, que incluye un conjunto de decisiones en una macro etapa.

La comunicación integral puede catalogarse como una capa estratégica que vincula mensajes con objetivos meramente comerciales, independientemente del tipo de canal, el mensaje es coherente y cohesivo, evitando tener una confusión al público meta.

Es importante detallar que Navas, JSG y González, JS (2017) “La comunicación integral es una práctica híbrida que cumple labores periodísticas, publicitarias, de relaciones públicas, de marketing, entre otras” (Pág.20), por ese motivo la comunicación integral tiene el concepto de mantener un camino comunicacional válido, para la construcción y gestión de marcas.

Cuando abordamos el tema de lo análogo tendemos a crear un concepto de continuidad básica de similitudes y de aproximaciones que complementan este término, en la parte de comunicación puede determinarse también como las transmisiones básicas a través de ondas donde se transmite información a un público en general, según Rodríguez, A. A., González, F. P., Sueiro, J. C., Valcarce, R. L., Nartallo, C. M., & Cruz, F. P. (2007):

¿Por qué comunicaciones digitales? Para comprender el sentido de la pregunta es necesario entender que muchas de las señales que deseamos comunicar están originalmente en formato analógico y que cabe, por tanto, transmitir las usando alguna de las técnicas clásicas en comunicaciones analógicas, como la modulación de amplitud (“amplitude modulation”, AM) o la modulación de frecuencia (“frequency modulation”, FM). Un ejemplo puede ser una señal de voz que es captada por el micrófono de un teléfono móvil de primera generación y que, modulada en FM, se transmite por radio hasta la estación base (Pág. 15)

El mundo digital es una realidad que ha conquistado a todas las personas como parte de su confort, podría explicarse como parte de un estilo de vida, no podemos hablar de comunicación si no tenemos en cuenta los contenidos que son lanzados de manera digital.

Por su parte, Ricoy et al. (2010) afirma que “El escenario digital, como espacio social requiere constructores, actores y no sólo navegantes, observadores o lectores que consuman lo que otros producen por mucho que las habilidades de procesamiento informativo se incrementen” (Pag. 3), cada día el ser humano se vuelve parte de una realidad virtual en sus diferentes necesidades ya sean sociales, políticas o económicas.

3.2 Fundamentos Corporativos

Los fundamentos corporativos son el núcleo de la cultura corporativa, lo constituyen los valores operativos, aplicados a la resolución de situaciones concretas, por lo tanto, a la hora de buscar constelaciones de valores que puedan ser identificados como cultura corporativa.

Es necesario atender a las declaraciones de la Dirección, de un lado y al planteamiento de situaciones concretas del otro. En este sentido, las declaraciones de Misión, Visión y Valores son un primer “corpus” de la cultura corporativa de una organización.

3.2.1 Misión

Como la misión es la razón de ser de la empresa, debe fundamentarse en valores y principios sólidos que la guíen y le den “personalidad propia”, indica la manera en que una institución pretende lograr y consolidar las razones de su existencia en el tiempo, la formulación de la misión podría responder como mínimo a las preguntas siguientes:

¿Quiénes somos?

Se refiere a la presentación e identificación institucional, a qué tipo de empresa es, dónde se ubica su sede, cuál es el ámbito de actividades y de qué tamaño de empresa estamos hablando.

¿Para qué existimos!

Alude a la propuesta de producto y/o servicio que se ofrece a un mercado y/o segmento determinado, sobre todo focalizando en la idea de satisfacción de necesidades, más que del producto mismo.

¿A quiénes servimos?

Se refiere a los grupos de interés (stakeholders) beneficiarios de las actividades y resultados de la empresa. Los principales grupos de interés están constituidos por los accionistas, en su calidad de dueños de la empresa:

- Los ejecutivos, como aquellos encargados de administrar la empresa por delegación de los dueños.
- Los trabajadores, como responsables de operativizar en todo nivel y proceso la marcha cotidiana de la empresa; los clientes, como beneficiarios directos de los productos o servicios ofertados por la empresa.
- Los proveedores, como encargados del abastecimiento de los insumos tangibles y/o intangibles necesarios para elaborar el producto o servicios; los sindicatos, como órganos que representan al personal afiliado en defensa de sus derechos laborales.
- La comunidad, como ámbito donde se contextualiza el mercado al cual sirve la empresa, y las instituciones públicas, sean locales, regionales o nacionales, como entes encargados de velar por el equilibrio de deberes y derechos de empresas y consumidores.

¿Qué nos hace diferentes?

se refiere a la propuesta de valor que se ofrece en relación con la competencia del mercado; merced a dicha propuesta, el cliente debería decidirse por nuestra opción disponible de producto y/o servicio.

En cuanto a la extensión del texto mediante el cual se formula la misión de una empresa, se pueden encontrar de apenas algunas líneas, hasta las que incluyen varias páginas.

Lo importante es que la definición no sea apenas una concesión a la moda o al protocolo, sino que transmita un mensaje verdadero de la empresa, con el que el trabajador se sienta identificado y comprometido, no como sucede en muchos casos, que el personal desconoce la misión institucional del lugar en el que pasa buena parte de su vida.

3.2.2 Visión

La visión es la extensión de la misión proyectada hacia el futuro que persigue el desarrollo institucional a mediano y largo plazos, ambas se necesitan, se integran, se sostienen en el tiempo, teniendo en cuenta esto, las preguntas a responder en torno a la misión precisan adecuarse en tiempo futuro.

¿Quiénes seremos?

Atañe a la definición del desarrollo organizacional, a la evolución en las etapas del negocio en su ciclo de vida: entrada, crecimiento y madurez.

¿Para qué existiremos?

Se refiere a la ampliación, sea en profundidad o cobertura, de las necesidades de los clientes actuales y futuros que es preciso satisfacer.

¿A quiénes serviremos?

Implica la ponderación de niveles de importancia de los grupos de interés en el futuro, contemplando la posibilidad de cambios significativos, como nuevos dueños o gerentes.

¿Dónde nos diferenciaremos?

Envuelve las nuevas propuestas de generación de valor agregado para satisfacer a los clientes mediante nuevas opciones que sean focos de atracción de potenciales consumidores.

3.2.3 Valores

Los valores son fundamentales en todos los espacios sociales y de la vida misma, todo ello permite mantener la armonía entre las personas; en los espacios de trabajo es necesario promover estos valores como principios, porque contribuyen a la buena andanza de la entidad sea pública o privada, por su parte, Vega, P. M. (s.f.) alega que:

“Los valores individuales dentro de una organización se convierten en un elemento motivador de las acciones del comportamiento humano, éstas

pasan a ser parte de un sistema de valores corporativos, los cuales formarán la cultura organizacional que es la personalidad de la organización, creando un sentido de identidad de su personal con ella. Los valores corporativos son importantes porque describen lo que es primordial para los implicados, porque identifican los resultados que la mayoría espera, guían las acciones y determinan si la organización tendrá éxito o no, es legítimo afirmar que los valores son los cimientos de la cultura que caracteriza y distingue a cada organización ya que van a dar respuesta a las exigencias que plantea la visión, misión y objetivos”. (Pág. 7)

3.2.4 Organigrama

Las empresas u organizaciones deben realizar un organigrama para su óptimo funcionamiento, en teoría las organizaciones requieren de una estructura organizacional, esto radica en una división ordenada y sistemática de las unidades de trabajo, así se puede afirmar que:

El gráfico que representa la estructura formal de una organización recibe el nominal de organigrama, en este manifiesto se visualizan las líneas de autoridad, los diferentes cargos, responsabilidades en ejecución, las unidades departamentales, las relaciones de comunicación de forma vertical y horizontal, por último, se visualiza si es una estructura es plana o alta.

Es de fundamental importancia que el organigrama de la organización se encuentre visual en el espacio de trabajo, desde luego, para ser visualizado como la jerarquía de la estructura corporativa interna y externa.

Más cuando se involucran otros actores sociales, siendo el Organigrama de carácter necesario en todas las instancias donde se labora por medio de áreas específicas y cargos, con la finalidad de canalizar mejor la comunicación interna y externa.

3.3 Actores Claves

Los actores claves son los entes motrices que encaminan un proyecto y son el motivo esencial e integral que convierte un sistema en exitoso, en este apartado tienen

características que influyen en el aspecto económico y social, que comprenden los objetivos de dirección en un plan de trabajo en un plano corporativo.

3.3.1 Protagonista

Según el enfoque de esta investigación se ha catalogado a los protagonistas como las personas claves que llevan a cabo un proceso de negocio que incluye una marca en la comunidad emprendedora, según Pachón, L. Á. S., & Chinarro, E. P. (2015):” Así, por ejemplo, se suelen considerar emprendedores a las personas físicas que se encuentren realizando trámites previos para poder desarrollar una actividad económica, bien sean como trabajadores autónomos, cooperativistas, socios de una pequeña y mediana empresa, sociedad laboral o a través de cualquier forma mercantil admitida en derecho.” (p.39)

Los emprendedores son la esencia de este proyecto, muchos de estos interesantemente jóvenes que potencializan su marca con las diferentes herramientas que les facilita “*Nicaragua Emprende*”, para el buen desenvolvimiento de su idea de negocio y puedan estos ser exitoso en su actividad económica.

3.3.2 Productores

El productor es la persona encargada de organizar las ideas y ejecutarlas con fines de producir un material audiovisual, decidir la temática y la proyección que desea mostrar al público. Como expresado por Gerardo Brandy en su entrevista: “un buen productor primero tiene que poder detectar un producto, un universo, un personaje, algo que valga la pena ser contado hay muchísima gente que tiene que ver delante de algo y dicen, esto estaría bueno contarlo.” (Canal Clase Siete, 2019, 00:10s), para que una persona pueda ser productora de televisión, tiene que tener conocimientos y principios básicos de la comunicación para entender el impacto de una audiencia.

El productor tiene que ser dinámico, innovador y creativo, la nueva audiencia digital mantiene una presión de entretenimiento diferente a lo tradicional, se espera y se demanda un contenido dinámico, impactante y breve, esto por la gran cantidad de información que transita en esta nueva era.

3.3.3 Generadores de Contenido

El generador de contenido es una comunidad o un grupo de persona que aprovechan los espacios digitales para compartir de manera dinámica y constante diversos contenido visuales y digitales que atraen seguidores de diversos lugares, muchos de estos se han destacados sin ser expertos en el tema, según Correa, D. J., Valladolid, C. A., & Rivas, G. S. (2017):

Cuando se genera este tipo de contenidos, hay que considerar lo principal: elaborar temas con más opciones de visualización. Vídeos, informes y entrevistas que puedan convertirse en productos multimedia, capaz de resumir lo escrito; de esta manera, al proyectar un tema se requiere de fuentes dispuestas en un formato fácil de visualizar; además de creatividad y autonomía. Plantea la importancia de crear ambientes comunicativos móviles para generar conocimiento o entretenimiento; indiscutiblemente, información basada en una colaboración individual; pues cada ser humano decidirá qué investigar, qué editar como propuesta informativa y para eso se valió de su propia capacidad, de sus propios medios. (Pág. 181)

Todos podemos ser creadores de contenidos y prosumidores al mismo tiempo, pero este tema se ha categorizado según la línea de interés, cada persona que produce material de manera visual para redes mantiene un propósito general y es comunicar de manera creativa e interactiva según sea su tema a proyectar.

3.4 Planificación Estratégica Comunicacional

La comunicación estratégica abarca muchos aspectos corporativos integrales que son sustancialmente importantes detallados como imagen empresarial que muestra el interés de un mercado a través de sus significados simbólicos que reiteran la diferencia de una organización, representado a un público mencionando un concepto de negocio de manera indirecta. Según lo Expresa Grupo Pricom:

Para crear valor en las organizaciones por supuesto que no es una tarea fácil pero en ese contexto cargado de múltiples desafíos el director de comunicación también conocido como DIRCOM asume el rol de estrategia y se presenta como el candidato indicado para liderar el plan comunicacional que necesita cualquier organización para

lograr su desarrollo crecimiento e incluso supervivencia es simple las organizaciones que deciden comunicar de manera estratégica comprenden el verdadero poder que tiene la comunicación (Canal Estanislao E, 2019, 1m23s)

3.4.1 Comunicación Interna

La comunicación interna es un punto clave y constante para una empresa, representa la parte de las normativas y los valores como parte de las políticas corporativas, el control y manejo de estas es muy importantes debido a que se refleja parte de la administración en el contexto externo, según Ordóñez, M. (2014):

Pero, al mismo tiempo, los pilares básicos siguen siendo válidos. Uno de esos pilares es el liderazgo. El éxito de una empresa depende de su líder, de su capacidad natural para transmitir mensajes al equipo de profesionales que le rodea y para saber detectar y escuchar todo aquello que sus colaboradores quieran trasladarse. Su habilidad para comunicar se convierte así en un instrumento al servicio de la productividad, la competitividad y la organización del trabajo en el engranaje laboral. (Pág. 22)

Las políticas de comunicación interna reflejan el buen funcionamiento de una empresa, es por esto que el buen manejo de un manual de identidad corporativa, mantiene un desarrollo satisfactorio de la misma en el empeño laboral.

3.4.2 Comunicación Externa

Es un punto clave que camina de la mano con las relaciones públicas, en esta se puede mencionar el tipo de contacto comunicacional con los clientes y los proveedores, se trabaja el trato de valores y competitividad en comparación a otras entidades dentro de las estrategias de marketing creando una imagen positiva y un sentimiento de permanencia. Según Aguirre Jiménez, S., & León López, P. (2015):

En la actualidad, las empresas más allá de simplemente ofrecer buenos productos o servicios, deben estar conscientes de que la comunicación estratégica es una práctica constante en las organizaciones, cada vez es más necesario la presencia de profesionales en esa área; personas que con un conocimiento integral de comunicación sean el centro de gestión de la

identidad, la imagen y reputación de una empresa, esos intangibles que se vuelven cada vez más visibles. (Pág. 9)

La opinión pública es un proceso importante que se debe manejar ante la información y contenido informativo de la empresa u organización que se establecen en los medios de comunicación social, donde ésta sea identificada, diferenciada y preferida.

J. Pérez (entrevista personal, 05 julio,2020) afirma que el consumo del producto nacional es fundamental para Nicaragua Emprende y la fomentación de innovación del producto o servicio que ofrecen los protagonistas para dinamizar las ventas logrando que el emprendedor sea una persona visionaria y esté preparada ante cualquier adversidad con las exigencias del mercado en un proceso de adaptación y abierto a adquirir nuevos conocimientos.

“*Nicaragua Emprende*” ha tenido alianzas como la Rock FM naciendo así proyectos como Rockcity manteniendo la visión de proyectar y civilizar el emprendimiento nacional, promocionando de manera televisiva y digital la actividad, siendo sumergido en un modelo de economía creativa llevando una ruta de negocios, incluyendo hasta los rubros artísticos que son pocos visibilizados.

En síntesis, es una herramienta de comunicación que tiene como principios promover, educar y empoderar a los protagonistas y a los interesados en abrir un camino emprendedor, manteniendo un personal calificado y una presentación gráfica, para el impulso de los diferentes proyectos de dinamismo dentro del tema de la economía creativa de nuestro país.

Diseño metodológico

El diseño metodológico de la presente investigación está enfocado a la perspectiva funcional que imprime (Sabino, 2000) al afirmar que es una “serie de actividades sucesivas y organizadas, que deben adaptarse a las particularidades de cada investigación, y que nos indican las pruebas a efectuar y las técnicas a utilizar para recolectar y analizar los datos” (p.45) partiendo de este punto de vista conceptual el trabajo muestra el diseño que se establece según la aplicación de instrumentos.

El trabajo pretende analizar *la Plataforma Digital y Televisiva “Nicaragua Emprende”, como herramienta de Comunicación Integral que impulsa negocios emergentes e innovadores, durante el I y II Semestre del año 2021, en la ciudad de Managua-Nicaragua*, para esto se hizo uso del paradigma con el enfoque cualitativo; pues, esta investigación se enfoca en la percepción de los protagonistas, en cuanto a sus aspectos vivenciales relacionado al tópico de estudio.

La recolección de datos estuvo basada, así como lo refiere (Sampieri, 2014) Las “vivencias manifestadas en el lenguaje de los participantes, sea de manera individual como grupal o colectivo” (Pág. 430), siendo ejes necesarios en la formulación de sus apreciaciones como información pertinente.

Sujeto de estudio

Los sujetos de estudio de esta investigación son emprendedores nicaragüenses que forman parte de la plataforma *Nicaragua Emprende*, también expertos y especialistas en temas de emprendimiento y producción audiovisual.

-Área de Estudio

El presente trabajo investigativo se realizó en las instalaciones de la Televisora Nacional TN8.SA.

-Unidad de estudio

Análisis de la plataforma *Nicaragua Emprende* como herramienta televisiva-digital que impulsa negocios emergentes en el municipio de Managua, durante el primer y segundo semestre del año 2021.

-Universo

Como universo de esta investigación tenemos sesenta emprendedores, quienes son protagonistas activos de diferentes marcas y han participado en los espacios que brinda la plataforma de Nicaragua Emprende.

De igual manera, la entrevista directa hacia especialistas y expertos en el área de emprendimiento, producción televisiva y encargados de programas con tópicos meramente innovadores desde el enfoque de emprendedurismo.

-Muestra

La muestra por conveniencia estuvo dirigida a un grupo focal con la cantidad de 8 emprendedores, quienes han tenido la oportunidad de aprovechar la divulgación de su emprendimiento a través de los diferentes medios que ofrece Nicaragua Emprende.

También se destaca una muestra de 4 Especialista y 4 Expertos en temas de emprendimiento, producción televisiva y encargados de los programas con el enfoque de emprendimiento e innovación.

-Métodos y Técnicas

El método utilizado en esta investigación es el científico inductivo o inductivismo, el objetivo es recopilar datos obtenidos de entrevistas cualitativas a través de estudios de experiencias de los protagonistas.

Las Técnica utilizadas son cualitativas, destacándose el Grupo Focal y las Entrevistas a Especialistas y Expertos en temas de Emprendimiento y Producción Comunicacional, centrada en un problema común para fortalecer el quehacer por medio de un Plan Comunicacional Integral.

La participación de ocho emprendedores que son parte de las marcas, de ahí que, se realizó grupo focal con la muestra antes mencionada, y se analizó la información que expresaron nuestros sujetos claves.

-Variables de la Muestra

Sujeto	Representación	Innovación según rubro
Sujeto 1	Ama de casa	Belleza
Sujeto 2	Ingeniero industrial	Accesorio para mascota
Sujeto 3	Administradora de Empresas	Accesorio y diseño para mascota
Sujeto 4	Estudiante de Derecho	Gastronomía
Sujeto 5	Bachiller	Decoraciones
Sujeto 6	Licenciada en Danza	Coach de acondicionamiento físico
Sujeto 7	Maestra de Biología	Diseñadora de bolsos
Sujeto 8	Técnico en computación	Estilismo

Entrevistas a Expertos y Especialista

Experto	Profesión y cargo
1.- Néstor Borge	1.-Comunicador y presentador de programa de emprendimiento
2.- Reyna Ramírez	2.- Comunicadora y productora de programa radial sobre emprendimiento
3.- Rafael Lechado	3.- Ingeniero en sistema y coordinador de redes en TN8.SA
4- Violeta Gago	4- Administradora de Empresa y coordinadora de la comisión de Innovación del CNU.
Especialista	Profesión y cargo
1- Jenny Mercado	1- Comunicadora y Docente de la UNAN-Managua
2- Kenner Salinas	2- Contador y Capacitador en sistemas de Innovación del CNU
3-Jazmina Cano	3- Comunicadora y Productora de Nicaragua Emprende
4-Humberto González	4- Diplomacia y Relaciones Internacionales, Secretario de Economía Creativa y Naranja de la Presidencia de la República

-Instrumentos

Se elaboraron cuestionarios para cada entrevista y grupo Focal; el cual, permitió la recolección de información.

-Herramientas

Las principales herramientas de trabajo fueron: hojas con cuestionario, celular para grabar el audio, libreta y bolígrafos para anotar datos relevantes, una computadora para el procesamiento de los datos.

-Etapas de la Investigación

Para ello el proceso de investigación se organizó en dos momentos: una fase exploratoria y una fase de generalización.

-Fase Exploratoria

El primer paso de esta fase consistió en la recopilación de la información, observación de la problemática comunicativa de los métodos, técnicas y herramientas de investigación.

El segundo paso se sustentó en la realización de un grupo focal, entrevistas a expertos y especialistas del área de comunicación y televisión.

Para el proceso de análisis se desarrolló una transcripción de la información recopilada, descrita y analizada dando hallazgo relevante, caso de producción y coordinación televisiva para los emprendedores.

-Fase de Generalización

Los principales hallazgos y las opiniones conclusivas de los informantes fueron la base para el diseño del plan comunicacional integral para la Plataforma Digital y Televisa Nicaragua Emprende.

DISCUSIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DEL GRUPO FOCAL

FOCAL

Primeramente, se destaca que los resultados de esta investigación son producto del grupo focal donde participaron 8 personas que tienen proyectos de emprendimiento en nuestro país y que han sido parte de la producción del programa televisivo “Nicaragua Emprende” que se transmite en Canal 8, todos jueves de 10:00 -10:30 de la mañana (Ver muestra en el Diseño Metodológico).

Cabe señalar que, para lograr los objetivos del grupo focal planteados en el instrumento, se realizó el proceso identificación de los protagonistas, posterior se procedió a localizarlo e invitarlos a ser parte de la muestra, para ello nos reunimos en Cowoking del Beauty Color Colective en Managua, el 25 de septiembre 2021.



Foto 2. Grupo Focal con Emprendedores de Nicaragua Emprende. Autor. Salvador Vanegas.

Cabe señalar que en su mayoría son mujeres jóvenes las emprendedoras protagonistas de diferentes marcas y rubros en *Nicaragua Emprende*, por ende, la participación en esta muestra es más visible este género, aunque el género no es parte de variables este estudio, sino su emprendimiento, puedo afirmar que esta modelo de innovación, creativa y emprendedor apunta a mejorar la economía de las familias, principalmente las que están encabezadas por mujeres.

De igual modo, se informó a las y los protagonistas sobre la metodología en el desarrollo del grupo focal, donde se contó con moderador, relator y entrevistador, dentro de los cuestionamientos se inició con una pregunta de apertura, para animar a cada participante a incorporarse plenamente en este grupo focal.

Por ello se preguntó *si alguna nuestros protagonistas pensaron ser un emprendedores*, al momento de realizar esta pregunta los sujetos quedaron viendo con cara de impresión y una sonrisa se vino a su cara, ellos afirman que de una u otra manera sí pensaron ser emprendedores, ya sea de forma espontánea o de manera influenciada por otra persona.

El Sujeto #4 afirmó que “Sí, siempre tuve la idea de ser un emprendedor, me gustó desde que miré historias de otras personas que han salido adelante sin la necesidad de trabajarle a otra persona”.

Por su parte, el Sujeto #6: “Sí, me visualicé siempre cuando inicié unas rutinas de ejercicio con mi entrenador, él me permitió observar que era viable emprender desde este rubro y luego, estuve aclarando mi mente que de esto podía iniciar mi vida como Emprendedora”.

De igual modo, el Sujeto #8: Sí, desde que inicié me di cuenta que tenía un excelente potencial para iniciar mi vida como emprendedor y supe que tenía que aprovechar mi tiempo y juventud en algo que generara pasión e ingreso económico”.

Aunque no todos respondieron, podemos afirmar que cada participante había considerado en el algún momento de su vida ser emprendedora o emprendedor.

También se pretendió conocer sobre los aprendizajes que ellos tienen en las acciones que realizan en el día a día *¿Qué saben ustedes sobre emprendimiento?* por lo que abordaron lo siguiente:

Por ende, el Sujeto #2 mencionó: “Un elemento de realización individual y que con el tiempo se vuelve grupal, esto porque se puede generar empleo a personas que sean necesarias dentro del emprendimiento”.

También, el Sujeto #3 aclara que: “Es la forma en que se presenta una idea de negocio que funciona; lógicamente, para generar ingresos a los involucrados del mismo.

Tomando en cuenta, el tipo de emprendimiento que uno tiene según el rubro en que trabaja”.

Por su parte, el Sujeto #6 menciona: “Tener una idea presente en cuanto a un proyecto se refiere. Llevar una idea de negocio a la parte concreta y no dejarlo como algo abstracto.”

Con respecto a las declaraciones sobre emprendimiento, cada participante ha concluido en que son aquellas ideas que se llevan a la realidad, y en vía de crecimiento se involucra a otras personas, para que sean parte de este, el emprendimiento es un movimiento económico que promete mejorar la economía local y de sus familias.

A manera de introducción se integra la siguiente pregunta: *¿Qué es Nicaragua Emprende?*, esto como parte de su cognición en cuanto a la plataforma de proyección de marcas nicaragüense y su posicionamiento, aunque este último no es objeto de estudio.

Por consiguiente, el Sujeto #2 aclaró que la: “Plataforma digital y física que había escuchado poco, pero nunca había tenido algún acercamiento... Mis amistades me habían dicho que se podían presentar ideas ya hechas de emprendimiento en esta plataforma y es cierto, tenían razón”.

Agregando a lo anterior el Sujeto #3 dice que: “Plataforma que genera apoyo a los emprendedores que tienen su negocio de forma inicial y que necesitan darse a conocer en las diferentes redes sociales”.

Por ello, el Sujeto #4 menciona que: “Es una plataforma que apoya a los emprendedores como se ha dicho, me gusta porque te da la oportunidad de darte a conocer en diferentes espacios”.

Asimismo, el Sujeto #7 agrega que: “El impulsar mi negocio desde lo visual y nacional, esto se logra gracias a que el Canal 8 es visto en todo el país y se puede aprovechar el espacio para dar a conocer mi emprendimiento y sin duda alguna eso genera ingresos a mi negocio”.

En secuencia, el Sujeto #8 menciona: “Es un espacio que sirve como proyección a los emprendedores; por el motivo, que favorecen tu imagen a través de spots publicitarios, reportaje y fotografías relacionadas a la marca que tenés”.

Ante estas repuesta de las y los protagonistas, se analizan que en su mayoría afirman que la plataforma es un medio que genera ayuda para aquellas personas que tienen una idea de negocio, pero que debido a que son emprendimientos nuevos su proyección en mínima, sin embargo, al ser parte de esta red de emprendedores, cambia el panorama puesto que la proyección es contundente y efectiva a nivel nacional, llegando a mayores alcances y aceptación de las marcas y los rubros.

Todo ello es porque al desarrollarse una estrategia comunicacional que incluye spot publicitarios y entrevistas a sus participantes, les permite de una manera más directa posicionarse, y a la vez tener más usuarios que los contactan para la compran sus productos, y de esa forma generar un mayor ingreso satisfactorio.

Paralelamente, se constató el valor de las acciones de estos protagonistas consultándole su opinión al, *Considerar importante promover una idea emprendedora, para el dinamismo económico del país, sí o no ¿Por qué?*

El impacto que genera esta plataforma a nivel nacional es meritorio, puesto que en nuestro país este proceso está siendo parte de una nueva cultura desde el emprendimiento, cambiando significativamente la visión de empleos en nuestro país, a la vez que este proceso se fortalece puesto que desde *Nicaragua Emprende* se desarrollan alianzas con diversas instituciones, ministerios e incluso universidades, para ejecutar estrategias de mejora de capacidades y promoción de emprendimientos.

Para comenzar el Sujeto #1 dice: “Sí, importante porque lo que vos querrás presentar de tu emprendimiento en algún espacio, por el hecho de ser un servicio es pagado; y este lugar, te permite proyectarte desde un enfoque gratuito”.

De igual manera, el Sujeto #2 aclara que: “Sí, porque da mayor exposición a lo que nosotros hacemos como pequeña marca. Acceso a la información a través de Emprendimientos”.

Por ello, el Sujeto #3 menciona que: “Sí, nos permite generar empleo a otras personas (cuando va creciendo nuestro negocio). De igual forma, podemos observar que en su mayoría son los negocios emprendedores los que prevalecen en el país”.

Asimismo, el Sujeto #8 agrega que: “Sí, ayuda a la economía del país porque al haber emprendimiento hay movimiento de dinero y esto mejora la economía de nuestro país”.

Efectivamente esta estrategia del Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional a través de *Nicaragua Emprende* y sus alianzas con *Nicaragua Diseña* y *Nicaragua Creativa* contribuye también integralmente al desarrollo humano de nuestro país.

En este apartado se conoce a través de la interrogante la noción del conocimiento que tienen basado en su experiencia de: *¿Cómo se manifiestan los diversos espacios de emprendimiento en el país?*, esto, para saber la percepción que tienen los protagonistas ante el dinamismo, acompañamiento y asesoría que se les brinda a los emprendedores respondiendo lo siguiente:

En primer lugar, el Sujeto #2 menciona que: “Considero que desde las ferias que se realizan en el parque de ferias. Es decir, donde se establece un espacio para generar concentración de nuevos emprendimientos”.

Por otro lado, el Sujeto #3 aclara que: “Se manifiestan no solo en una feria, sino en cada calle de nuestro país, donde vemos locales o personas que presentan su trabajo emprendedor que también es difundido en las diferentes redes sociales”.

En concesión el Sujeto #7 dice que: “Se manifiestan en el ingreso económico de nuestro país, porque es notable que Nicaragua no tiene muchas empresas de producción, en su mayoría son negocios emprendedores”.



Foto 3. Edición de Rock City y nicaragua Emprende en la ciudad de León, en Nicaragua. Autor: Salvador Vanegas

A modo de recomendación las y los protagonistas manifiestan la necesidad de la producción de sus productos a mayor escala, aunque es importante detallar que este es un proceso nuevo en nuestro país y lleva su tiempo, pero que un gran avance es lograr tener presencia y reconocimiento en el mercado a nivel nacional, y con a alianzas de puede aprovechar para alcanzar nuevos objetivos a futuro.

Las personas cuando escuchan, miran y experimentan una oportunidad donde se impulse su talento en las diferentes acciones que ellos realizan en el quehacer cotidiano, se agrega esa per-sección de interés sobre una publicidad en la pregunta *¿Qué iniciativa de la plataforma Nicaragua Emprende, lo motivó a ser parte de esta gran familia de emprendedores?*, donde muchos de ellos comparten su historia para la proyección de su negocio:

Por consiguiente, el Sujeto #3 aborda que: “El ver a otros emprendedores presentando su trabajo y negocio en la plataforma digital y televisiva, también, el hecho que la plataforma te hace un espacio en sus publicaciones”.

Por otro lado, el Sujeto #7 agrega que: “El impulsar mi negocio desde lo visual y nacional, esto se logra gracias a que el Canal 8 es visto en todo el país y se puede aprovechar el espacio para dar a conocer mi emprendimiento y sin duda alguna, eso genera ingresos a mi negocio”.

En secuencia, el Sujeto #8 menciona que: “La plataforma Nicaragua Emprende

realizó una convocatoria para aquellos emprendedores que quisieran proyectar su idea de negocio ante sus cámaras y elementos de divulgación de negocio; yo, accedí al enviar mi solicitud o datos y recibí confirmación, lo que me pareció excelente para proyectar mi trabajo a gran escala”.

Los sujetos manifestaron que el aspecto audiovisual fue lo que los motivó a ser parte de la plataforma. Desde luego, el trabajo que realiza Nicaragua Emprende ha servido para animar a los emprendedores a ser parte de esta familia, sobre todo porque este espacio les permite visibilizarse a nivel nacional y motivar a más emprendedores.

Basado en sus conocimientos y experiencia se abordó la pregunta: *¿Cuáles son los requisitos para ser parte de la plataforma Nicaragua Emprende?*, las y los participantes abordaron el proceso que ellos tuvieron que hacer para ser integrados en esta plataforma de promoción visual, televisiva y digital.

Por ende, el Sujeto #1 mencionó que: Llenar el formulario, tener las ganas de divulgar tu emprendimiento a través de la Plataforma Nicaragua Emprende; de igual manera, la disponibilidad de tiempo para hacer lo que ellos solicitan en el momento que lo piden”.

Por otro lado, el Sujeto# 3 dijo: “Lo que mencionaba ella y también, el hecho de tener tu marca registrada; o por lo menos, a mí sí me lo solicitaron y pues, hacer lo pertinente para que todo salga bien durante el apoyo que te brinda la Plataforma”.

De igual forma el Sujeto #4 aclaró que: “Bueno, yo presenté mi emprendimiento, y, como ya tenía mi marca registrada; creo que se me hizo más fácil varias acciones”.

Los sujetos expresan que los requisitos son variados puesto que unos, entraron a través de convocatoria, otros a través de su interés buscando la información de forma directa y mencionan que es necesario tener el ánimo y marca registrada.

El interés de esta pregunta apunta a la emoción y sentimiento que transmite este proyecto en las funciones de servicio estatal *¿Cómo es su experiencia con la plataforma*

Nicaragua Emprende?, siendo muy satisfactorios los resultados que se mencionan a continuación:

Por consiguiente, el Sujeto #1 menciona que: “Excelente, porque en la plataforma te hacen un acompañamiento en el proceso que vas dándote a conocer, los que están en la plataforma te reciben bien y te orientan qué hacer durante los minutos que estás ahí o cuando llegan a grabar o hacer algún material contigo para presentarlo en la televisión. Me sentí bien, la verdad”.

Por otro lado, el Sujeto #3 aclara que: Al comienzo sentí que no daban chance a todos los que eran nuevos dentro de la actividad de la feria (que fue el primer contacto que tuve con la Plataforma) pero, luego hicieron llamadas para llegar a hacer un reportaje en el negocio y saber sobre mí emprendimiento y me di cuenta que era una hipótesis errada”.

De igual forma, el Sujeto #5 dice: “La verdad, me sentí bien y eso hace que tenga una buena experiencia. Yo nunca pensé que iba a estar presentando un emprendimiento frente a unas cámaras y hablar en sí de algo que surgió desde una necesidad familiar y que luego iba a beneficiar a mí y demás personas que me colaboran y los que se sirven de mi servicio”.

Al respecto el Sujeto #7 agrega: “Genial, porque siento que le ha dado auge a mi emprendimiento. Yo no pensé que después de ir a Nicaragua Emprende, tendría que dedicarme de lleno a este negocio, porque inicié una jornada intensa de trabajo, se me hacían más pedidos y tuve que contratar a otra persona para que me apoyara en el negocio. Claro, en mi caso llegaron a mi negocio por tres días porque según me decía la encargada que fue.... tenían mucho material que explotar y presentar con mi emprendimiento y eso me hizo sentir muy bien, ya que, miré que estoy en buen paso como Emprendedora”.

Por su parte el Sujeto #8 menciona: “Tengo una buena experiencia con la Plataforma. Allí te reciben bien y pues, te generan acompañamiento para inscribir tu emprendimiento en la DGI; además, te dan un espacio físico y virtual donde podés enseñar lo qué haces, algo de historia en cuanto cómo nace tu emprendimiento, te hacen

preguntas relacionadas a tu idea y te generan diferentes elementos para presentarlo en las redes. Siento que es un empuje excelente para toda persona que está iniciando un emprendimiento y ya va generando experiencias”.

Los sujetos coinciden de que han tenido una excelente experiencia con la plataforma Nicaragua Emprende. Sin embargo, el sujeto #3 afirma que sintió al inicio incomodidad porque consideró que había prioridad entre los emprendedores y se sentía excluido por un trato diferente, pero, luego sintió que eso fue diferente conforme al seguimiento que le brindó la plataforma”.

Desde este análisis es importante destacar la sinceridad de cada protagonista, sobre todo porque están agradecidos por el acompañamiento y asesoría brindada, aunque se den situaciones que son difícil de comprender por ellos mismos, puesto que desde *Nicaragua Emprende* existen algunos criterios, entre esos que hay productos que están ubicado y tienen demanda, sin embargo, este proceso es largo, por ende, los emprendedores deben tener un poco de paciencia al momento de ser acompañados.

Con el objeto de saber la importancia de proyección de las diferentes marcas se agregó la pregunta: *¿Qué impacto se proyecta desde plataforma Nicaragua Emprende, con la participación de emprendedores como usted?*, donde los emprendedores agregaron la distancia y la reacción de este proyecto en las siguientes declaraciones:

El mayor impacto es fortalecer la idea de proyecto, generando en estas marcas y rubros valores de calidad, a la vez que se fortalece el talento de los emprendedores, motivándolos a aventurarse a nuevas áreas comunicacionales desde lo digital, medios de comunicación y face to face o cara a cara durante las ferias, para llegar a más clientes a nivel nacional.



Foto 3. Gira de medios con protagonismo emprendedores en Nicaragua, cabe señalar que esta gira se realizó con la Marca “Salvador MUA”, enfocada a la promoción de maquillaje profesional. Canal 8

Por un lado, el Sujeto #1 agrega que: “Creo que el impacto que se llega a proyectar con la participación de nosotros es el hecho que estamos mostrando que el hombre y mujer nicaragüense le gusta generar ideas y llevarlas a cabo de forma real. Estamos mostrando que sí se puede trabajar con un concepto propio”.

En secuencia el Sujeto #4 dice: “Con la participación de nosotros estamos proyectando que existen grupos de personas que están presente en la parte Emprendedora y que se están posicionando en la vida activa económica de nuestro país”.

Asimismo, Sujeto #6 aclara que: “Así como dicen ellos estamos enseñando que somos personas que podemos generar ideas y llevarlas a cabo con buena dirección siempre podamos aprovechar los espacios que se faciliten. Nicaragua Emprende muestra a todos los que tienen acceso a sus producciones la realidad de los Emprendedores en el país”.

La afirmación de los sujetos está ligada a qué existe una proyección por parte de ellos, y esto ha generado que sea visible el trabajo que se realiza desde la parte emprendedora de la mujer y el hombre en el país. El sujeto #6 bien lo afirma al mencionar que el impacto que esta proyecta es la de generar ideas y llevarlas a cabo con una buena dirección.

Para conocer las variables en cuanto al momento de desertar una idea de negocio se busca desde el punto de vista del emprendedor *¿Cuáles son los factores que desmotivan a un emprendedor?*, en la cual los participantes han mencionado que:

En secuencia el Sujeto #2 menciona que: “La falta de oportunidades de hacer grande tu emprendimiento con las cuales a veces no se presentan en el camino. No todos son sabios o cuentan con la bendición de que haya alguien o muchos que puedan ayudarte con tu emprendimiento”.

Por otro lado, el Sujeto #3 dice: “No saber cómo continuar o qué pasos seguir cuando hay algo que no está saliendo bien. Más que todo tener planes alternos para llevar el paso firme en la idea o cuando ya está el negocio como tal”.

En otras palabras, el Sujeto #5 menciona que: “En mi caso el factor que me desmotivó en un inicio, fue el que parte de mi familia no creyera en mi emprendimiento. Siento que uno mismo debe motivarse sin duda alguna, porque no existe mejor apoyo que la automotivación y la alegría que puede generarte el estar haciendo todo lo necesario para que lo propio crezca”.

De la misma forma, el Sujeto #6 aclara que: “Pienso que desmotiva el que no haya apoyo de la familia, amigos y de alguna manera personas cercanas que pronto hacen burla de lo que tienes pensado hacer”.

Los sujetos afirman que los puntos principales de desmotivación en una idea de negocio o al iniciar un emprendimiento es la falta de proyección, no tener una estrategia, el apoyo de familiares o allegados.

Basado en la experiencia de los protagonistas que han sido parte del proyecto *¿Cuál sería la debilidad de la Plataforma Nicaragua Emprende?*.

Sujeto #3: “A como me refería anteriormente, creo que el hecho que muestren un plan o algún archivo de cómo funciona la plataforma como institución y de cómo funciona

el proceso de acompañamiento que ellos te realizan, porque tiende a ser confuso el hecho que estás con la duda de cómo se hace todo”.

Sujeto #4: “Creo que es necesario hacer algo como un dinamismo al momento que se presenta tu emprendimiento. Dejar el método de entrevista sentada, tradicional y atrevernos a mostrar a través de juegos o dinámica el emprendimiento que uno posee”.

Sujeto #8: “No saber cuáles serían las interrogantes ante la entrevista que te realizan. Pues, siento que es necesario saber de qué te preguntarán porque al momento de que ya estás en vivo tienes la timidez de cometer algún error y saber que eso no se puede editar porque está en vivo”.

El sujeto #3 afirma que la plataforma no muestra con claridad su proceso de trabajo, el sujeto #4 comenta que es necesario cambiar la estrategia a la hora de entrevistar a un emprendedor para que haya un cambio de producción de lo tradicional a lo dinámico. El sujeto #8 afirma que es necesario que den a conocer al entrevistado, las interrogantes porque no todos tienen la capacidad de responder en un programa en vivo; puesto que, con la timidez puede que se cometa algún error.

En conclusión, la plataforma debería manejar y mostrar información del proceso de la producción televisiva y digital con los emprendedores, además, brindarles un protocolo de entrevista a los emprendedores como pre producción televisiva.

Por otro lado, se consultó a las y los protagonistas *¿Cómo funcionan los proyectos que ejecuta Nicaragua Emprende?*

De manera general, este proceso se articula en conjunto con otras instituciones de nuestro país y medios de comunicación nacional, posteriormente, se desarrolla un proceso de acompañamiento y asesoría a cada emprendedor, una vez identificado el rubro se ubica en cada evento según los objetivos planteados durante la promoción de estos productos, por supuesto que cumplan con los criterios de calidad y originalidad de las marcas.

Sujeto #1: “Sé o conozco que hay varios proyectos de Nicaragua Emprende, así como lo es Nicaragua Diseña y Rock City. No sé si es lo mismo, pero entiendo que se

vinculan y ayudan a realizar un trabajo en conjunto donde el mayor beneficiado es el emprendedor y por igual opción, el cliente de cada emprendedurismo”.

Sujeto #2: “Funcionan a través de las redes y televisión muestran qué está pasando en diferentes rubros a través de los emprendimientos nuevos o actuales”.

Los sujetos #1 y #2 mencionan que han escuchado que existe una vinculación entre Nicaragua Emprende, el proyecto de Nicaragua Diseña y Rock City esto como beneficio a la proyección de los diferentes emprendedores.

Además, del funcionamiento en el sistema de redes y televisión. Estas declaraciones únicamente de dos sujetos (emprendedores) denotan que existe desconocimiento sobre los proyectos que ejecuta Nicaragua Emprende para la proyección y promoción de la comunidad emprendedora.

En esa misma lógica se consultó a las y los emprendedores *¿Cuáles son los beneficios que ofrece Nicaragua Emprende a los protagonistas de marcas emergentes?*

Sujeto #2: “El mayor beneficio es darte a conocer en el medio o país, algo primordial es que te llevan a registrar tu marca te impulsan a que estés activo en las redes sociales. Creo que te hacen visible en el mundo del mercado virtual local”.

Sujeto #4: “Ya lo decíamos ser visibles en el medio local con nuestro emprendimiento, la realización de una producción televisiva donde vos sos el entrevistado, importante decir que no es algo pagado y se te genera una publicidad completa. Hay una intención de apoyo fenomenal y que te abre puertas.

Las declaraciones de los sujetos #2 y #4 concuerdan que existe un impulso que da a conocer a los emprendedores de manera visual en sus diferentes espacios y sin ningún costo alguno. Algo de calidad y que beneficia a la economía del emprendedor.

El mayor impacto en cuanto a este beneficio es lograr establecerse como marca a nivel nacional por medio del registro de la misma en una base de datos, para dar legitimidad a estos emprendimientos a nivel nacional.

Por otro lado, se cuestionó sobre *¿Cómo se prepara usted para ser parte de la producción televisiva de Nicaragua Emprende que se transmite en Canal 8?*

Sujeto #2: “La verdad es que hago un sondeo de las entrevistas que se han realizado con otros emprendedores y escucho qué tipo de preguntas son las que tienen mayor presencia dentro de la entrevistadora para así hablar con propiedad, elocuencia y que no se me note los nervios, porque al estar en un espacio así uno-que no está tan acostumbrado a las cámaras-prefiere hacer lo mejor que puedo para que no se observe feo o desajustado lo que digo”.

Sujeto #3: “En mi situación yo le doy paso a la espontaneidad, no me gusta llevar algo tan jerarquizado para alguna posible pregunta; sino, ser inmediato con las respuestas, pero sin perder el hilo conductor de la conversación”.

Sujeto #4: “Es que, a mi parecer, uno va con todo el nervio a la entrevista o bien al momento que te visitan para ver tu emprendimiento; sin embargo, uno trata de ser espontáneo y hacer lo mejor que puede”.

El sujeto número 2 explicó que realiza un sondeo sobre las interrogantes que le han realizado a otros emprendedores durante la transmisión televisiva; el sujeto número 3 y 4 explican que ellos son espontáneos al momento de responder las preguntas; aunque el factor de timidez que genera estar frente a cámaras no permite dar una explicación planificada y bien elocuente en relación a su idea de negocio.

Es importante destacar que las y los emprendedores no son comunicadores menos manejan estrategias de relaciones públicas, sin embargo, gracias al acompañamiento brindando por la plataforma de *Nicaragua Emprende* que cuenta con un equipo profesional de producción audiovisual en Canal 8, se orienta a estas personas previamente a cada programa algunas recomendaciones que deben considerarse al momento de la grabación o durante otros diversos eventos.

En ese mismo enfoque pedimos que los protagonistas comentaran si ha recibido por parte de la productora orientación informativa y comunicacional de cómo desarrollarse en televisión sí o no *¿Por qué?*

Sujeto #1: “Sí, las verdades nos dicen que vamos a hablar sobre nuestro emprendimiento, que las preguntas son muy adecuadas a lo que vamos a hablar nada fuera de la temática que debemos abordar”.

Sujeto #5: “Sí, yo recuerdo que iba con muchos nervios. Mi hermana iba conmigo y a última hora ninguna de las dos nos sentíamos con la seguridad de hablar ante los demás o frente a cámaras; pero, ya estando las dos en el lugar comenzamos a motivarnos y lo hicimos”.

Sujeto #8: “Yo me sentí bien atendido, todos afables en el lugar, un ambiente ameno de trabajo. Eso logré observar”.

Aunque se presentaran dificultades técnicas por parte de los mismos productores, se trata de priorizar siempre al protagonista, para que este se sienta en un ambiente de armonía y seguridad, debido a que es inevitable el nervio durante una transmisión en vivo desde el medio televisivo análogo y digital, este último proyectado en las Redes Sociales.

Posteriormente se preguntó, *¿Qué tipo de acompañamiento recibe antes de la preproducción, producción y postproducción?*

Sujeto #5: “Pues, son accesibles antes de grabar te piden que te relajes y que sea todo natural sin tanto estrés. Me gusta que te apoyan con cada momento, te dicen que esperes y que te avisan a la hora que se desarrollará el trabajo”.

Sujeto#7: “Antes de grabar te hacen esperar unos minutos y te mencionan que todo será relajado muy tranquilo, durante se está haciendo el trabajo uno se siente bien porque todo el proceso de la producción es ameno, no hay dificultad y todo se hace en un ambiente relajado. Al final cuando ves lo que se realiza, te gusta porque lo editan de forma buena”.

Sujeto #8: “Me parece que es muy bueno todo lo que se hace; sin embargo, después que graban y pasan tu entrevista y todo lo que se hace. No se observa que pasen algún repés de lo que se hizo. Creo que sería genial que sea más repetido o que sea en otro horario para que sea más observado por los televidentes”.

Según la respuesta de los sujetos, todos coinciden que, durante los tres momentos de la producción, se hace un consejo de mantenerse con tranquilidad, sin embargo, es notable que no hay un tipo de consejo técnico al proceso de producción en la entrevista, siendo este elemento muy importante, puesto que protagonista desconoce el proceso de organizarse con la presentación de sus productos.

17. Considera importante recibir técnica de producción audiovisual desde la presentación en la televisión ¿Por qué?

Sujeto #1: “Sí, porque así uno está más preparado para contribuir en la producción en sí. Ya unos nos ponemos en contacto con el trabajo y tratamos de hacer lo mejor que podemos. De forma natural, uno hace lo mejor que puede, pero con una ayuda para hacerlo bien sería importante”.

Sujeto #5: “Pienso que es lo más lógico para que haya un mejor trabajo, se está haciendo bien, pero eso vendría a dar impulso más positivo y de manera más clara para la parte de presentación. Uno llega y hace lo que considera correcto, pero como que algo de ayuda nunca está de menos”.

Los dos sujetos tanto como #1 y #5 consideran importante recibir técnicas de producción audiovisual para el mejor desenvolvimiento que tendrían en la parte de producción televisiva y de igual forma ayudaría a que haya mejor presentación en cuanto a las ideas con el contenido de su emprendimiento, logrando éxito visual y discursivo ante una audiencia.

Cabe señalar que una vez familiarizado este protagonista se le hace más fácil proyectarse, pero cuando está iniciando la limitante es evidente, es con los nuevos

protagonistas que se debe acompañar desde la familiarización, para que sean parte del electo que está detrás de cámara viendo la producción.

Desde otro enfoque se preguntó si *considera usted que este programa cumple sus expectativas. Justifique sí o no ¿Por qué?*

Sujeto #2: “Sí, porque te permiten existir en el medio para presentar tu emprendimiento. En el trabajo que hace la Plataforma hay una secuencia lógica. Le envían información o continuidad a uno desde WhatsApp, le imprimen a uno el confiar en la plataforma. Se ubican en actividades donde te hacen ser visible ante los demás y de forma directa llenan a uno con una realidad de trabajo genial”.

Sujeto #3: “El trabajo que realiza la Plataforma es genial porque te llena de herramientas que nos sirven para ser mejores en el medio digital o redes sociales. Ahora el que no es parte del medio digital no tiene existencia”.

Las declaraciones de los sujetos #2 y #3 es el sentir de todos los sujetos en el foro puesto que, todos se mostraron de acuerdo ante las declaraciones emitidas por ellos. La plataforma Nicaragua Emprende es ese elemento fundamental para cada uno de los emprendedores que han asistido a su espacio físico y digital, llenando cada uno de los parámetros o expectativas que llevan cada uno de los protagonistas.

De manera general se cumple con las expectativas del protagonista, aunque este proceso se debe seguir fortaleciendo continuamente, asimismo, *desde su experiencia que tiene más alcance, la plataforma digital o el programa televisivo ¿Por qué?*

Sujeto #4: “Los dos tienen alcance, creo que cada uno brinda el alcance de forma buena, solo que la digital puede estar más consumida para cierto sector de personas y la televisiva para otro. Recordá que muchos son los que ven más la parte digital porque suele estar más en la palma de nuestras manos con algún celular; pero, la parte televisiva tiene alcance para otro tipo de público. Muchos son los que pasan en casa y tienen el acceso de ver la televisión; así como saber qué es lo que se está haciendo”.

Sujeto #5: “El televisivo tiene más alcance según el horario en que se pase, pero hay que revisar eso porque no se repite mucho la información... Sería bueno al momento de los spots publicitarios, que sea repetida la entrevista a manera breve o bien que se haga un espacio en la parte digital donde se esté mostrando la información de forma continua”.

Sujeto #7: “Sí, y estoy de acuerdo que se debe dar esa información de forma permanente o a cada rato o bien, hacer un espacio donde las entrevistas de la semana relacionadas a emprendimiento sean pasadas en un horario nocturno cercano a las horas donde las familias están reunidas en casa y ven todo lo que se proyecta en cualquier tipo de dispositivo que sirve como canal de divulgación informativa”.

La intención de respuesta estuvo compartida por todos los sujetos al mantener el discurso de que ambas vías son importantes a la hora de divulgar información, sin embargo, los sujetos dieron a conocer su observación de la importancia del horario de transmisión y la repetición que se le da a través de los canales, tanto televisivo como digital a cada producción generada por Nicaragua Emprende.

Se enfatizó que un punto clave para visualizar esta transmisión es el horario en que se pueda transmitir, porque existe un mayor rating cuando la familia está unida en horario nocturno con cualquier dispositivo que tenga a la mano.

Asimismo, se le pidió al protagonista que *desde sus experiencias me puede brindar tres ideas dinámicas en televisión para un programa en vivo.*

Sujeto #4: “Yo veo; por ejemplo, que los mañaneros hacen algo con actividades o dinámicas para presentar algo. Se me viene a la mente que, si yo como emprendedor doy algo de mi producto e involucró de manera o dinámica a otros, al momento que se está haciendo la producción televisiva se podría generar un contenido más ameno y evitamos lo tradicional en la producción.

Con gestos en sus rostros de aceptación ante la declaración del sujeto #4 se da por concluido que es importante implementar una nueva estrategia donde se manifiesten dinámicas adaptadas al rubro del emprendedor, esto para captar un mayor rating ante la audiencia, por consiguiente, se genera un contenido dinámico fuera de lo tradicional.

por otro lado, se consultó si el protagonista conoce *¿Cuál es la misión y visión de Nicaragua Emprende? Justificando su respuesta.*

Sujeto #1: Solo lo que he leído en redes, es decir lo que aparece en la página de Facebook, de todo, algo breve. En esta intervención sólo unos sujetos conocen esta información que se maneja desde la página de Facebook.

Complementándose esta respuesta según su criterio *¿Cuál es la misión y visión de Nicaragua Emprende?*

Sujeto #1: Un espacio exclusivo para dar a conocer el emprendimiento de los emprendedores y la visión es generar publicidad a futuras empresas que han surgido desde las ideas de un individuo.

Al momento de realizar esta pregunta hubo silencio, donde solamente esta misma persona logró responder, dejando en evidencia que los sujetos desconocen concretamente la visión y misión de la plataforma televisiva y digital *Nicaragua Emprende.*

Cabe señalar que esta información es de gran importancia, puesto que el significado esta argumentado en mejorar este elemento corporativo, no es la primera vez que se desconoce la visión y misión de un corporativo, esto incluso suele ocurrir con marcas reconocidas, sin embargo, cuando nos referimos a estas direcciones que desarrollan proyecto para el Desarrollo Humano en un país, es necesario de inicio la inducción del quehacer de esta entidad pública.

Finalmente, se solicitó a las y los protagonistas *¿Qué recomendaciones brinda usted a los responsables de la producción del programa Nicaragua Emprende, que se transmite en Canal 8?*

Sujeto #1: Ya lo hemos venido diciendo, creo que todos estamos de acuerdo que haya más tiempo para presentar la producción que han realizado a nuestro emprendimiento.

El comentario realizado por el sujeto #1 nos deja claro que esa recomendación es parte del sentir y de la necesidad que prevén cada uno de los emprendedores. Se puede analizar que es como algo inmediato que les gustaría que se otorgara por parte de la plataforma.

Fortaleciéndose esta repuesta con *¿Qué sugerencias brinda a los administradores de la plataforma digital Nicaragua Emprende?*

Sujeto #1: Un espacio exclusivo en la parte digital para los emprendimientos, darle más reproducción a la producción que se ha realizado a los emprendimientos, el Sujeto #2 y sujeto #3: Generar contenido digital que sea más visto por las personas a través de la reproducción continua que genere la plataforma, al presentar continuamente la producción realizada y compartir material audiovisual en los demás canales de televisión y el Sujeto #6: Que la producción realizada por la plataforma sea presentada a través de los anuncios y los espacios publicitarios.

Los sujetos sugieren una mayor reproducción en los productos audiovisuales que se le han creado en esta plataforma, en los espacios publicitarios de este canal y para tener un mayor impacto, compartir este mismo en otros medios de comunicación para su reproducción.

En conclusión, se afirma que esta Plataforma de *Nicaragua Emprende* es de gran impacto a nivel nacional, especialmente porque las y los emprendedores tienen un espacio donde abocarse para fortalecer y proyectar sus marcas, a la vez de contar con un espacio de bajo costo y con criterios altos de calidad, legitimidad y legalidad, asimismo nuevos retos que serán parte del Plan de Comunicación para fortalecer su labor cotidiana.

DISCUSIÓN Y ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS A EXPERTO

Para iniciar este proceso de discusión y análisis de los resultados de las entrevistas a cuatro Expertos en temas de Redes Sociales, Emprendimiento y Comunicación en Nicaragua, siendo parte de este proceso la compañera Néstor Borge Presentador de Canal 6, compañera Reyna Ramírez Productora de la Onda Pinolera de Tu Nueva Radio Ya, compañera Rafael Lechado Coordinador de Redes en TN8.SA y finalmente a compañera Violeta Gago Directora de Innovación de la UNAN-Managua y coordinadora de la Comisión de Innovación del CNU.

1. Defina con sus palabras ¿Qué es Nicaragua Emprende?

Primeramente, las declaraciones de todos los expertos apuntan a la afirmación, que la plataforma Nicaragua Emprende es la que se encarga de impulsar y brindar seguimiento a las marcas de los emprendedores en los diferentes rubros del país, para concretar la idea de negocio y seguir creciendo como emprendedor independiente.

Néstor Borge alegó que es una plataforma donde su principal objetivo es fomentar el consumo nacional y a la vez sirve como un escalón para los pequeños negocios que quieren impulsar su negocio y a la misma vez esta le brinda teorías, capacitaciones en las diferentes temáticas de redes sociales para potencializar su negocio no solo de manera convencional, sino adaptándose a la nueva era digital.

Por su parte, Reyna Ramírez afirmó que es una plataforma digital que impulsa el emprendimiento creativo e innovador de las familias nicaragüense que son los protagonistas de una marca y un elemento esencial en apoyo de la construcción de esta misma, es importante porque vos consensua tus ideas y las compartí con tu familia, por ejemplo, el nombre que le vas a poner a tu emprendimiento, en este espacio tienes la oportunidad de formalizar tu negocio.

Asimismo, Rafael Lechado dijo que Nicaragua Emprende es una plataforma que busca potenciar, dinamizar, dar a conocer, lo que es el mundo de emprendimientos; además, que esto tiene que ver con una estrategia de país, una estrategia económica, de fomentar aquellos protagonistas que están surgiendo en el campo laboral con, pero con sus propias manos con sus propias ideas creativas. Nicaragua Emprende lo busca es

agrupar a todas estas personas y darle el seguimiento necesario para que puedan concretar y poder crecer como negocios independientes.

Y, por último, Violeta Gago compartió que es una plataforma de fortalecimiento y acompañamiento a los emprendimientos jóvenes en Nicaragua de los diferentes sectores del país.

Podemos afirmar que Nicaragua se ha trabajado una estrategia de posicionamiento de *Nicaragua Emprende*, a la vez que los diversos actores sociales que son parte de estos procesos de innovación, emprendimiento y creatividad, manejen todo lo relacionado a estas temáticas, puesto que ellos acompañan estos procesos desde varios espacios, sea medios de comunicación análoga o digital, e instituciones públicas.

2. Según su criterio ¿Cuál es la misión de Nicaragua Emprende

Ante esta pregunta, se afirma con base argumentativa que la misión es la razón de ser de una organización o un proyecto, la cual declara su propósito y alcance en dependencia de un contexto, es el compromiso que brinda respuesta a un problema con calidad y calidez, por ende, esta repuesta se ajusta a este criterio, cumpliéndose de esta manera con el compromiso que tiene *Nicaragua Emprende* en cuanto a su Razón de Ser.

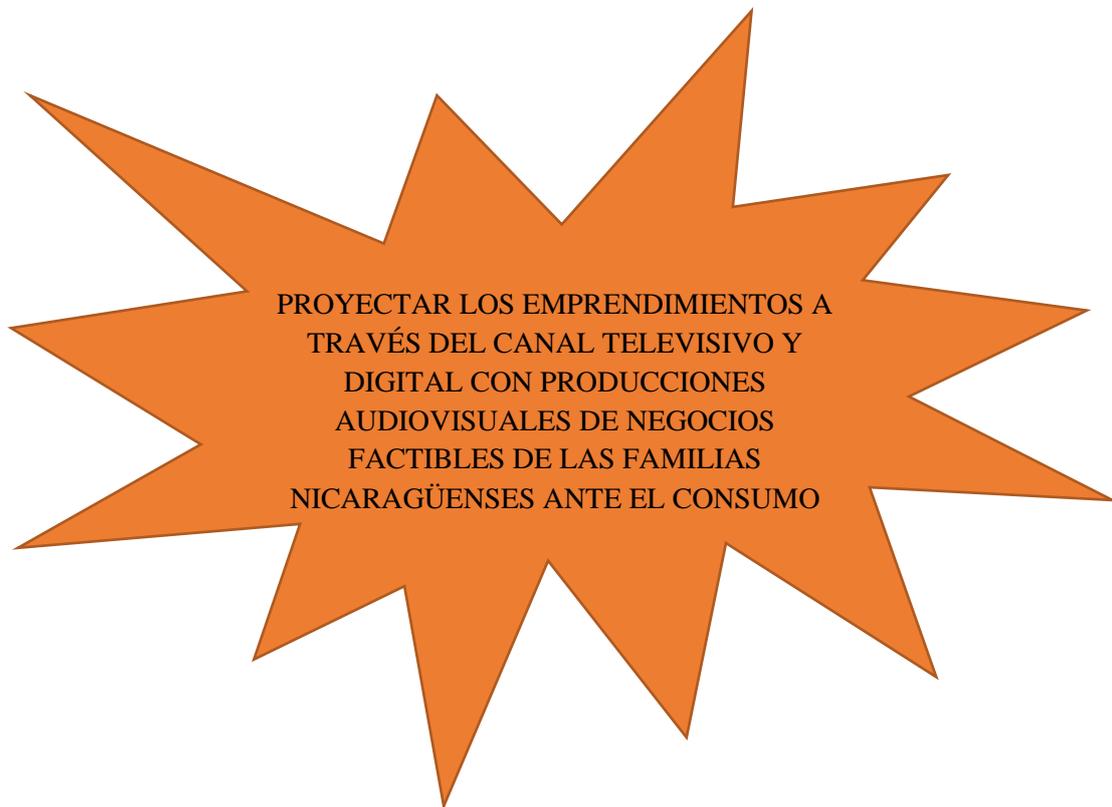
Fortaleciéndose este arduo trabajo, con las opiniones de nuestro experto, iniciando por Néstor Borge dijo que es fomentar el consumo nacional, brindarles ese apoyo a los pequeños emprendedores, tomando en cuenta que hoy en día, gracias a ellos el 70% del producto de lo interno bruto se debe a los emprendedores.

Complementándose esta repuesta con Reyna Ramírez que es proyectar la creatividad, el talento y el esfuerzo de todas las manos laboriosas nicaragüenses, ya sea en cualquiera de los diferentes rubros, Nicaragua Emprende siempre ha sido una plataforma que yo como comunicador pienso que impulsa a toda aquella persona que quiere salir adelante y es una fuente de inspiración para muchos emprendedores.

Asimismo, Rafael Lechado dijo que Nicaragua emprende lo que busca que esas personas que tienen o que buscan una idea de emprendimiento lo puedan llevar a cabo y que sea un negocio factible; con lo cual, sirva como un ingreso económico para su familia.

A la vez que Violeta Gago menciona también que es acompañar, fortalecer, dar seguimiento, promover, proyectar los que son los emprendimientos a nivel nacional que tengan un espacio de colaboración de alianza de redes de negocio de acceso a financiamiento más que todo es proyectarlo y promoverlo.

Unificando estas ideas, podemos considerar entonces que la *Misión de Nicaragua Emprende* es:



3. Sobre la base en su conocimiento ¿Cuál es la Visión de Nicaragua Emprende?

Por su parte, Néstor Borge enfatizó que en los últimos cuatro años ellos han tratado de apostar al ámbito internacional, la comercialización del mismo, no solo enfocarse en lo nacional, sino que también de darle ese valor agregado al producto y de tal manera ser bastante llamativo en el mercado internacional.

De igual modo, Reyna Ramírez mencionó que es crear más emprendedores, que los sueños de la población se hagan realidad, lo que yo visiono y lo que yo proyecto se haga realidad, recordemos que Nicaragua Emprende es la plataforma que te brinda consejos prácticos y asesoría para tener un plan de negocio.

Destacándose el trabajo que ha venido desarrollando nuestro Gobierno Sandinista, como lo comparte Rafael Lechado al afirmar que es lograr la organización por parte del gobierno, de agrupar y de localizar a estas personas que tienen un emprendimiento, para impulsarlas y así se aporten a la economía de ellos mismo a como la economía nacional.

Por último, se destaca como el modelo de proyecto ejecutivo ha cambiado a proyecto de emprendimiento, Violeta Gago alega que la visión principal es hacer crecer los negocios de Nicaragua, como universidad nosotros hemos tenido participaciones; primero participamos presentando proyectos de los estudiantes; pero después participamos en tutorías brindar acompañamiento por medio de nuestros mentores a más de cien negocios que en noviembre ellos ya hacen una feria se proyectan 3 días para darse a conocer teniendo función de presentar un proyecto y dando tutorías a las MIPYMES. La visión siempre es la misma: acompañarlos, fortalecerlos, que crezcan, que mejoren su producto, que innoven, que agreguen valor.

Tomando como referencia las declaraciones de los expertos se concluyó que la *Visión de Nicaragua Emprende* es:



4. ¿Qué valores promueve Nicaragua Emprende?

En cuanto a esta pregunta, es meritoria afirmar que toda entidad pública o privada debe considerar los valores, para poder posteriormente fundamentar sus objetivos, por ello Néstor Borge alega que desde su percepción los valores que promueve esta plataforma es la creatividad, talento y originalidad por su puesto de cada producto que ellos ofrecen, a la vez brindar al consumidor una confianza del producto como tal y seguridad de lo que están haciendo es de calidad.

En cuanto a esta información, Reyna Ramírez dice que se promueve la Creatividad, Innovación, Respeto, Identidad, puede haber 500 emprendimientos, pero el tuyo tenga auge y sea mil veces distintos a los demás, un ejemplo son las ferias donde nos encontramos con varios artículos, pero jamás serán iguales a los demás, porque ese es el enfoque de Nicaragua Emprende, de crear un emprendedor único y original.

Un respuesta diferente fue brindada por Rafael Lechado al considerar que lo principal es en creer que todas las personas tenemos la capacidad de aprender un oficio para que esa creatividad, esa innovación, esa idea pueda llegar a cabo, el fomentar y el hacer creer a las personas que son capaces de llevar a cabo un negocio, esa idea que tienen es sus pensamientos y poder de esta subsistir creo que eso sería el mayor valor.

Violeta Gago afirmó que Identidad, cultura, compromiso, innovación, trabajo en equipo, prosperidad, alianza, interinstitucionales, negociación.

Los entrevistados han mencionado que Nicaragua Emprende promueve los valores de la creatividad, originalidad, innovación, respeto, identidad, cultura y compromiso, desde un enfoque igualitario que fortalece la imagen del proyecto corporativo, del mismo modo que permite generar un pensamiento y acción de valor desde el enfoque de iniciativa.

5. ¿Qué entiende usted por Comunicación Alternativa ante la Comunicación Digital?

Por su parte, Néstor Borge Sabemos que en esta nueva era lo que predomina más son medios de comunicación digitales, llámese redes sociales, el que no está en redes sociales prácticamente no existe, si nos trasladamos desde el ámbito del emprendimiento tenés que hacer uso de redes sociales, tomando en cuenta de quien no hace uso de una

cuenta de Facebook y de manera gratuita teniendo un gran alcance.

De igual manera, Reyna Ramírez asegura que las redes sociales es la realidad del día a día, ahora las personas están conectadas e informadas a través de los móviles, es una alternativa de promocionar e impulsar cualquier marca siempre y cuando los emprendedores estén informados sobre su uso.

Ante ello Rafael Lechado comparte, que comunicación digital tiene muchas vertientes y son maneras de difundir un mensaje de manera publicitario o de dar a conocer un producto en sí, la comunicación alternativa pueda ser que no todo recaer en el mundo digital sino que hay estrategias que sirven desde el boca a boca para dar a conocer un producto o servicio y que de esta forma más gente esté al tanto del emprendimiento que se está haciendo publicando como lo es Nicaragua Emprende y así obtener personas que posiblemente sean potenciales clientes.

Paralelamente, Violeta Gago dice que Comunicación alternativa para mí es la comunicación en redes sociales y en plataformas de acceso sin mucho financiamiento, en una era tecnológica difícilmente van a llegar a una población a un mercado a muchos clientes en un medio alternativo no significa que lo van a quitar debe hacer uso de todos los medios.

Todos los expertos están de acuerdo que la comunicación alternativa es ese elemento que sirve de puente para proyectar, la información que se requiere difundir desde un elemento nuevo, todos concretan que las redes sociales son ese medio alternativo que funciona para la divulgación de las ideas de nuevos emprendedores y no solo las redes sociales, también se considera con pertinencia el elemento de transmisión oral a como afirma uno de ellos “el boca a boca para dar a conocer un nuevo servicio o producto.

6. ¿Qué recomendaciones daría usted a las personas que han decidido comenzar una idea de negocio?

Los expertos aclaran que es importante ser perseverante en todo momento, buscar información a través de organizaciones que promuevan el emprendimiento, así como lo es la plataforma de Nicaragua Emprende. De igual forma, presentar ideas concretas o bien recurrir a las experiencias de otros emprendedores que ya han pasado un proceso de

formalización en relación a su marca.

Primeramente, Néstor Borge refiere que se aboquen a diferentes plataformas como por ejemplo Nicaragua Emprende, que también viene de la mano con el ministerio de economía familiar y la economía creativa naranja, también

[risas] unir esfuerzo para poder capacitarse como tal y así llevar esa idea a la realidad. Asimismo, Reyna Ramírez recomienda tener paciencia considero que es un punto importante porque ver crecer nuestro negocio no es fácil y concientizar a las personas sobre este tema será de gran apoyo para que estén preparadas.

Del mismo modo, Rafael Lechado dice que lo principal es plantearse muy bien ese proyecto, todo proyecto por muy pequeño que sea debe tener una organización, debe de tener una base, como comienza, hacia dónde va, cuáles van a ser los primeros contactos para lograr concretizar esos negocios, y para tener esa idea clara tienes que plantearlas varias veces hasta que te salga ese enunciado específico, que es del producto que se va a ofrecer, no es algo que se deba tomar a la ligera, existen además, herramientas que te sirven para saber si ese planteamiento es correcto para poder llevarlo a cabo, la recomendación es no empezar sin antes haber organizado muy bien todo y el estudio del mercado antes de comenzar este negocio en sí.

Por último, Violeta Gago que nunca se debe perder la perseverancia es importante también escuchar a otras personas de experiencia, es importante también que busquen plataformas que puedan acompañarlos, trabajo en equipo, aliados, buscar fuentes de financiamiento, no caerse con el primer fracaso sino, mantener la perseverancia.

El mayor reto es que las y los emprendedores sean perseverantes y optimistas, nunca dejen de creer en sus ideas y que pierdan el miedo a darse a conocer, ese el primer paso, a confianza en sí mismo.

7. ¿Cómo incide la comunicación digital en el impacto social de los emprendimientos?

Ante esta pregunta, Néstor Borge comparte que inciden bastante, si estas emprendiendo ya que tienes que hacer uso de las redes sociales, hoy por hoy existen diferentes programas que promueve el gobierno sandinista a través de las instituciones llámese como por ejemplo el Ministerio de la Economía Familiar de la mano con la Red

de Jóvenes comunicadores, en donde al emprendedor le enseñan cómo hacer uso de las redes sociales, en qué momento postear su producto de manera creativa y así obtener un gran alcance.

Conjuntamente Reyna Ramírez infiere que Ser aceptado por una población no es tarea fácil, esto dependerá de nuestra presentación y nuestra calidad según demande el cliente, porque sabemos que a través de las recomendaciones y comentarios nuestra marca podrá crecer.

Pero que según Rafael Lechado es fundamental en tiempos modernos que la comunicación digital no es solo un lujo, sino una necesidad de cualquier negocio, cualquier emprendimiento o idea de nuevo negocio porque es ahí donde vas a encontrar al potencial cliente, o vas encontrar ese contacto que puede ser un proveedor o un distribuidor, es parte del profesionalismo de la seriedad que debe tener cualquier idea de negocio, tener base y tener el conocimiento básico sobre las herramientas de comunicación digital.

Puesto que, según Violeta Gago los emprendimientos se están valiendo de la parte digital porque con esto de la pandemia y el giro que se dio en los negocios que estaban en físico comenzaron a hacer comercio electrónico, venta delivery, cambiar su estilo de negocio a la virtualidad es una herramienta en la parte digital que utilizan para dar a conocer su negocio.

Desde la perspectiva en los expertos el uso de las redes sociales gira al nivel de aceptación por el comercio electrónico que estos brindan como una necesidad en el uso de las redes sociales, lograr tener un buen manejo de las redes sociales puede ser el éxito de un emprendedor con su marca, potenciándose con nuevos usuarios.

8. ¿Por qué los emprendedores deberían de conocer las diferentes plataformas digitales?

En relación a esta pregunta, Néstor Borge expresa que para expandir más su producto y de esta manera tener más ingresos y llegar a más clientes, desde esa lógica Reyna Ramírez confirma que estas son las herramientas de apoyo que impulsan, promueven y recomiendan una marca.

Por ese motivo, Rafael Lechado comparte que es fundamental porque ya estamos en un mundo que el facebook, el twitter, el Instagram o cual otra red social digital es básica porque es ahí donde está jugando el mercado, si estás pensando en una idea de negocio, tienes que pensar con qué mercado vas a competir, la competencia es muy importante, la herramienta digital te ayuda a visualizar el terreno donde quieres llegar antes de haberlo pisado.

Para llegar a más usuarios a nivel nacional, como afirma Violeta Gago asegurando que les permite crecer, estar en el mercado, tener una imagen, promocionarse, tener más clientes”.

9. ¿Cuál es la forma adecuada de incluir a un emprendedor en el mundo digital?

Es importante destacar que la comunicación digital, es resultado de la globalización desde el surgimiento de las nuevas tecnologías e información, específicamente por el surgimiento del Internet que dio origen a las plataformas virtuales y redes sociales.

Por esa razón, Néstor Borge recomienda que los emprendedores, deben ser incentivados, porque cuando los incentivas obviamente le das ese acompañamiento sin quitarles ningún centavo, uno de esto es el cyber monday en donde los emprendedores pueden comercializar su producto sin ningún costo.

Igualmente, Reyna Ramírez alega que muchas personas piensan que emprender en el mundo digital es registrar una marca y poner el logo, sino saber cuáles son los algoritmos de las diferentes plataformas, sabemos que el algoritmo de YouTube no es igual que el Facebook.

Por su parte, Rafael Lechado creó que es de poco a poco y dependiendo de su experiencia en el uso de las herramientas porque por mucho que una persona ocupe mucho de sus redes sociales, pero si es para un negocio debe de tener una mentalidad distinta, un lenguaje, una forma de abordar al público diferente, se necesita tener esa visión apropiada para darse cuenta que es lo mejor para entrar en el uso de las herramientas digitales,

Por esa razón, Violeta Gago apuesta por que estos emprendedores hay que capacitarlos, la capacitación continua en las herramientas digitales, enseñarles el uso y la importancia de las herramientas digitales, porque el Facebook, el Instagram hasta el WhatsApp se utiliza ahora para lo que es el comercio electrónico”.

Desde este análisis es importante estar claros que la comunicación es un medio, no es un fin, por ello los expertos afirmaron que para incluirse al mundo emprendedor y utilizar las distintas herramientas digitales no solo deben de tener un logotipo, sino también fomentar y capacitar a su personal y colaboradores, para interactuar con su público y ser más reconocidos en el mercado debido que es estratégico, porque la gran mayoría de nicaragüenses tiene un celular inteligente y hacen uso de las distintas plataformas digitales.

Pero no todas estas personas, están claros sobre el impacto de una red social, muchos incluso se resisten, debido a no estar preparado a bombardeo de información, comentarios y apoyo de sus productos, ante ello es necesario tener una mentalidad y madurez suficiente para poder proyectarse desde este nuevo mundo de las comunicaciones

10. ¿Cuál es la manera correcta de motivar al emprendedor a utilizar los diferentes espacios de promoción digital?

Primeramente, las nuevas estrategias digitales están basadas en la promoción de una imagen que concuerde con la producción de un producto o el servicio que este brinda para solventar o agilizar una problemática, todo esto dentro del marketing comunicacional que mejorara la vitalidad de las ideas de la comunidad emprendedora, mencionándose de esta manera las palabras de los expertos:

En relación a ello, Néstor Borge agrega que no tiene costo alguno, aquí se trabaja con todos los programas del poder ciudadano de la mano, en donde se te brindan los espacios en televisión y a la misma vez se te brindan los espacios en las redes sociales de cada medio de comunicación, y ahí vas creciendo un poquito más, entonces el auge que obtendrías sería mayor, que venir a entregar una etiqueta o un brochure.

En relación a la pregunta Reyna Ramírez desde su perspectiva como comunicadora, en algún momento hemos tenido el interés de averiguar y travesear las

plataformas digitales, ya tienes una noción y más de algo debes de saber acerca de su uso, tal vez para mi manera adecuada es saber utilizar las redes por ejemplo hay emprendimientos que no publican muy a menudo en redes, pero cuando lo hacen tienen bastante alcance, más que todo es saber hacerlo.

En secuencia, Rafael Lechado menciona que se debe ver lo de la interacción, si algo tiene las redes sociales es un interacción inmediata, las estadísticas que las tiene en la mano que antes digamos para saber el alcance de un producto tenías que hacerlo con una encuesta de mano a mano, ahora con las herramientas sociales, publica algo y tiene una estrategia digital o comunicacional atractiva y bien elaborada te da ahí nomás una retroalimentación y eso te permite ver cómo estás si estás implementando bien ese proyecto si necesitas hacer cambios; entonces, la mejor manera de abordar a un emprendedor que tal vez no conoce mucho sobre las herramientas digitales es decir las ventajas que le proporcionará en sus ventas a nivel de futuro.

De esta manera, Violeta Gago describe que motivándolos a que observen que las redes sociales son un canal de comunicación y de oferta de productos y servicios para un mercado que consume a través del mismo en día a día más ahora que las personas consumen con esto de la pandemia”.

Los expertos infieren que la manera más adecuada para motivar al emprendedor es que es de fácil acceso y que no deduce a gastos gracias al programa de apoyo para el emprendedurismo, el poder interactuar con sus compradores a través de las distintas plataformas y realizando diferentes dinámicas con la audiencia aumenta su negocio en reconocimiento gracias a las distintas plataformas digitales para una buena proyección a futuro de su marca.

El emprendimiento se ha convertido en las últimas décadas en una estrategia social y de conocimiento para el desarrollo de habilidades que permiten en la población económicamente activa, realizar proyectos emprendimientos para el autoempleo con un mayor grado de certidumbre y posibilidades de una mejor calidad de vida.

11. Desde el punto de vista de producción comunicacional ¿Qué aspectos son importantes al momento de desarrollar un programa en vivo sobre emprendimiento?

La producción comunicación es un punto importante a debatir, aclarar y perfeccionar en el seguimiento de función en este caso de una plataforma que transmite información de manera masiva a la audiencia nicaragüense y agregar que las bases fundamentales para esta investigación son personas que están estrechamente relacionadas en los procesos de comunicación tradicional y digital de nuestra nueva era.

Por consiguiente, Néstor Borge menciona que todo que la persona esté clara de lo que quiere vender para darle confianza al consumidor, y si vas a ir a grabar al local que tenga claro realmente lo que vaya a decir, porque no puede decir que ofreces X productos y no lo tienes en existencia, entonces la publicidad no vendría ser tan lineal y Reyna Ramírez aclara que la proyección que quieres dar a través de un lente de una cámara, sabes que puedes ganar más audiencia si tu discurso es directo y llamativo.

En el mismo tema, Rafael Lechado dice que un emprendimiento debe transmitir que esa persona que hizo ese emprendimiento es una persona que al igual que otra que tiene interés de lanzar ese emprendimiento no hacer muy complicado ese lenguaje que vas ocupar para ese programa sea entienda para cualquier persona que quiera iniciar una idea de negocio.

Por ende, debe de llevar herramientas qué es lo que puede hacer cuáles son los errores más comunes a la hora de empezar un negocio una serie de consejos, pero con un lenguaje sencillo, un lenguaje amigable y muy aterrizado.

Cuando hablamos de emprendimiento en el país, estamos hablando por lo general de personas que tienen ideas pequeñas que comienzan de a poco para generar algo grande, de hecho, los grandes ejemplos de éxito aquí en Nicaragua de emprendimiento comenzaron con algo muy básico. Creo que lo ideal es sentir ese camino de que el programa transmita de cómo hay de ideas pequeñas a ideas grandes, pero sin ser muy abrumador. Porque una persona que está empezando puede sentir que esto no es para él. Debe ser una guía que siempre invite al que no se atreve a hacer ese emprendimiento a hacerlo paso a paso.

Además, Violeta Gago agrega que básicamente presentar el valor de los emprendimientos, la propuesta de valor, la innovación a quién van, cuál es su mercado, a quién va dirigido, cuánto cuesta, cómo acceder a ellos.

Los entrevistados han comentado que, para poder presentar tu producto y marca a través de los medios de comunicación, debes sentir confianza en ti mismo, actuar de manera natural enfocado en altas expectativas para un mejor desarrollo ya que se inicia de apoco, para generar grandes ideales. Cuando los emprendedores crean esa confianza en sus espectadores y conceptúan una riqueza a través del intercambio y/o innovación, se crea un beneficio mutuo para el bienestar económico de la marca y valor social.

12. ¿Qué tipo de acompañamiento se les brinda a los protagonistas que participan, durante la grabación en vivo del programa Nicaragua Emprende?

Dentro de un proyecto en las que sus políticas apuntan a la mejora social y económica de una comunidad o sociedad, en particular es de vital importancia conocer los puntos clave para que la misión sea reconocida con éxito dentro de las políticas corporativas, para eso la intervención de actores claves es fundamental para la revelación de estos datos.

Por este motivo, Néstor Borge hace referencia que una de ellas son las capacitaciones que ya te había mencionado anteriormente a través del Ministerio de la Economía Familiar que trabaja de la mano con Nicaragua Emprende.

Por otra parte, Reyna Ramírez agrega que se reciben los datos de un emprendedor comienza el acompañamiento y se le explica cómo funciona la dinámica de producción en este caso televisiva.

Por su parte, Rafael Lechado dice que el acompañamiento en sí es una promoción y una divulgación que tiene esta persona además que el tiempo aire ya sea en un programa de televisión o cualquier otro tipo de programa radio o redes sociales es abarcar a un público y en este caso el emprendedor tenga el acceso de decir con sus propias palabras qué es lo que va a hacer, eso es ya un gran plus.

Además, la conducción del programa debe extraer desde su experiencia comunicacional, saber extraer la información del invitado para que no quede nada que no se haya dicho en el momento creo que el acompañamiento es sacarle la mejor información al emprendedor que está siendo entrevistado para que pueda contar muy bien su historia y presentar su producto de la mejor forma; en este caso al programa de televisión.

En el mismo orden de ideas Violeta Gago establece que un acompañamiento es la moral de energía positiva para que los emprendedores se sientan cobijados de ese apoyo que se esperan”.

Los expertos infieren que el acompañamiento se brinda desde el primer día, ya que toman sus datos, capacitan a los emprendedores nuevos, pero sobre todo promocionan y lanzan su marca a través de los medios televisivos y plataformas digitales como lo son las distintas redes sociales de Nicaragua Emprende.

Es decir que elevan el espíritu empresarial es el proceso de creación de valor que relacionan las habilidades y la actitud del emprendedor ayudándole al proceso en la creación de oportunidades de negocio en el entorno externo, respectivamente, el aprovechamiento de las oportunidades identificadas y evaluadas en términos de los recursos asignados por el mismo.

13. Considera necesario la preparación de profesionales de la comunicación en el tema de innovación y emprendimiento ¿Por qué?

El conocimiento de una persona que estudia o trabaja en el ámbito profesional de la comunicación por naturaleza mantiene en mano una cadena de información y está en su deber mantenerse en constante actualización ya que los términos de los fenómenos de conducta o comportamiento son cambiantes; los emprendedores conocen de estrategias y las pautas fundamentales para el cambio social y estudian las particularidades de la sociedad, para esto los autores agregan:

Primeramente, Néstor Borge establece que son ellos en los que se convierten en el puente de apoyo y de ejemplo para orientar a través de los diferentes proyectos o estrategias que necesita un emprendedor y más el comunicador que tiene la facilidad de persuadir en el contexto que se le presente.

Mientras tanto, Reyna Ramírez agrega que, si podés conocer de varios temas como periodista y consideró que los chicos que estudian la carrera de comunicación deben de tener una proyección, no pueden andar por la vida sin saber el sentido de la carrera, si las universidades que ofrecen la carrera de comunicación deberían de preparar al estudiante en estos tiempos a saber cómo emprender.

Asimismo, Rafael Lechado afirma que sí, me parece súper importante porque hay

que tener mucho tacto cuando hablamos de emprendimiento estamos hablando de personas que están tomando un riesgo porque un emprendimiento aunque hay casos muy buenos, puede que de una u otra razón no se concretan entonces tenes que tener mucho tacto humano; para que, el comunicador que va abordar uno de estos temas, lo haga con una seriedad posible y que el entrevistado o el emprendedor no sienta que lo están tratando de una manera burda, una manera que no es muy integral; entonces, creo que el comunicador debe saber inmiscuirse en la historia real del esfuerzo que está haciendo esta persona por lanzar su emprendimiento y que esta persona se sienta acompañada.

Por consiguiente, Violeta Gago detalla que todas las disciplinas deben de crear cosas nuevas y emprender proyectos empresariales o sociales, innovación y emprendimiento es una competencia para todas las disciplinas y más para los que van a trabajar en la promoción y comunicación de los emprendimientos. Deben de saber cómo es el emprendimiento, como se desarrolla y cómo implementarlo.

Los expertos comentan que es de vital importancia reconocer las habilidades que poseen y proyectarlas al máximo, estudiar los esfuerzos de ese emprendedor para impulsar su marca, pero sobre todo para poner de ejemplo que son capaces de innovar y crear productos desde su hogar para luego proyectarlos de manera empresarial. El comunicador debe informarse y estar siempre en constante estudio de los proyectos y programas que ayuden a su desenvolvimiento en el ámbito digital, empresarial y sobre todo educativo explotando así todos sus talentos para generar puentes de desarrollo integral.

14. ¿Cuál es el seguimiento que se da al emprendedor cuando inicia su idea de negocio?

Comenzar una idea de negocio en Nicaragua puede que sea difícil para ciertas personas porque en su realidad manejan un enigma erróneo en cuanto al desarrollo de una marca y poder surgir por si solo como un emprendedor y liderar un producto o servicio al mercado nicaragüense, es importante que establezca ese control de comportamiento de marcas a través de una entidad en lo que los expertos opinan:

Para comenzar, Néstor Borge añade que mantener ese contacto, ser ese apoyo de positivismo en todo momento y entregarle respuesta a la necesidad que se le presenta a un emprendedor y Reyna Ramírez agrega que la comunicación directa a través de

capacitaciones o reuniones que le aporte

De igual manera, Rafael Lechado añade que cada caso debe estudiarse bien; pero, creo que son una serie de pasos, a como mencionaba, que si ese proyecto está bien planteado, que si ya hizo una investigación apropiada de mercado, que si su producto cómo se hace, cuáles son los costos de hacer ese producto, que si es viable desde la parte económica debe de verse para mí desde un principio, pero también en cuanto a la estrategia comunicacional de promoción que va a tener eventualmente ya ese producto ya elaborado, cómo lo va a hacer en qué redes va estar tratando cómo va a hacer ese tratamiento con las redes entonces tiene que haber una estructura que debe ver según cada caso. Hay una guía básica muy importante para todos los emprendedores que tienen que ver desde el planteamiento del proyecto, la divulgación del mismo y la calidad del producto en sí.

En concordancia a lo anterior, Violeta Gago expone que se le acompaña a realizar registro de la marca como un paso inicial y se les invita a las diferentes capacitaciones que los compañeros del MEFCCA brindan durante todo el año.

Los expertos infieren que el seguimiento que se les da a los nuevos emprendedores además de su lanzamiento es la continuidad a través de capacitaciones para seguir brindando al público la calidad del producto, gracias a las ferias que se realizan con el apoyo del MEFCCA, este acompañamiento permite claves fundamentales para el desenvolvimiento de los emprendedores y que sean reconocidos en un rumbo nacional e internacional por crear e innovar con materiales de fácil acceso.

15. ¿Cuáles son los factores que impiden la continuidad en la idea de un emprendedor?

A modo de experiencia en la realidad se puede mencionar que no todas las personas que deciden crear una marca empresarial puedan que tengan éxito y eso se debe a múltiples circunstancias que le impiden la continuidad en su idea de negocio donde los expertos aportan a este apartado lo siguiente:

En esta entrevista, Néstor Borge refiere que, a los recursos económico, realmente si no te genera productividad te quedas estancado, es por eso que existen los préstamos que da el ministerio de economía familiar [risas]. En secuencia, Reyna Ramírez aclara

que podríamos decir que en el contexto que vivimos de pandemia, no todos los emprendedores han podido adaptarse y mantenerse en el mercado.

De igual modo, Rafael Lechado difiere que sí, hay factores que pueden ser del propio costo de hacer ese producto o servicio que quizás no le es rentable a largo plazo, porque hay ideas de negocio que pueden funcionar muy bien, pero la sostenibilidad de un producto depende mucho de qué tanto no solamente la inspiración sino la manera de que fluyan todas las partes del paso uno al paso final de la creación de ese producto o servicio y que todos esos pasos están hechos de la manera más eficiente probablemente, cuando hay un abandono de la idea de un negocio es que no se hizo la evaluación correcta al principio o no tuvo el acompañamiento necesario para identificar esos problemas en algunos de los pasos y eso hizo que el crear el emprendimiento ya no era algo que generara un beneficio sino más bien un perjuicio.

En otra opinión, Violeta Gago establece que los principales factores de intervención es el miedo al fracaso, no tener apoyo de familiares, amigos, aliados, no ser reconocido en el mercado, y, por ejemplo, que su producto no sea innovador.

Los comentarios de los expertos son: la no continuación del emprendimiento planteado se debe a la mala administración económica, mala sustentación del producto a largo plazo o por temor de comentarios negativos hacia el producto y marca. Un gran factor que influye de manera negativa es la nueva adaptación de emprender en tiempo de pandemia ya que los emprendedores tienen temor de que su producto no sea sustentable para el público cayendo rápidamente al temor de seguir creando e impulsando su marca.

16. Considera usted importante un plan comunicacional para un mejor desempeño en cuanto a la asistencia de los nuevos emprendedores ¿Por qué?

En temas de comunicación organizar las actividades corporativas es de fundamento principal como parte del manejo administrativo de un proyecto que lidera un mejor funcionamiento en el contacto con el personal interno y externo, esto planteado y estructurado dentro de un plan comunicacional e integral que se acerca a los objetivos de la entidad.

Ante este tema, Néstor Borge establece que mientras un sistema no esté organizado más en estos temas de emprendimiento que es fundamental la proyección de

las marcas, puede generar un fracaso como proyecto. Paralelamente, Reyna Ramírez dice que sí, es importante, la parte corporativa o el sistema de comunicación son cambiantes y esto es porque la forma de comunicar se actualiza. Un ejemplo de esto es el tipo de comunicación que se utilizaba 5 años atrás en una sociedad.

En el mismo tema, Rafael Lechado concreta que sí, es importante que el emprendedor sienta a como decía antes bien acuerpado, que sienta que tiene una guía que le va a servir para comenzar y que además tiene a quien recurrir cuando tenga una consulta individuales de su tipo de proyecto o de servicio; entonces, el tener un programa comunicacional es la base para que ese producto aunque pongámosle aunque es super bueno llegue al cliente quien es el que le va a comprar porque es básico e importante la calidad de producto que hagas a cómo el programa comunicacional o el puente de divulgación para que se dé a conocer ese producto y que llegue al comprador final, sino tenés eso, casi que da igual si el producto es bueno o no porque no tienes cómo aspirar a ese mercado a ese potencial cliente.

Por otro lado, Violeta Gago menciona que es importante. Si quieren continuar fortaleciéndose y proyectándose tiene que tener su estrategia comunicacional para los emprendimientos. Porque todo el año esta plataforma no pasa con publicidad más que un solo canal que es TN8". Pero, que miremos una estrategia comunicacional para un emprendimiento, lo considero como un no.

En conclusión, los expertos apoyan y expresan que es de gran importancia para el emprendedor tener confianza en sí mismo, sobre todo tener una buena comunicación asertiva para la proyección de sus marcas, la actualización del emprendedor es primordial para fortalecer sus ingresos. Las estrategias comunicacionales aportan al emprendedor los rasgos personales que pueden definir en el futuro, pero también, es necesario no perder de vista el conocimiento del mercado y las herramientas necesarias para dar forma a las ideas nuevas.

17. Ante esto ¿Cuál es la actitud que deben tener los colaboradores de Nicaragua Emprende ante un plan comunicacional para un mejor desempeño en cuanto a la asistencia de los nuevos emprendedores?

Por las múltiples situaciones y retos que se encuentran en el camino corporativo siempre debe establecerse como principio el positivismo que marca la diferencia de un

colaborador o integran de otro que se centra en la visión constante de oportunidades en la generación proactiva de ideas y en la búsqueda de mejoras en los procesos y procedimientos, para ello los expertos manejan con cercanía los siguientes argumentos:

Por su parte, Néstor Borge establece que siempre debemos aceptar los cambios, porque esto es bueno, la vida, nuestro contexto es una situación cambiante y el ser humano debe de estar listo y aceptar las actualizaciones de la vida corporativa porque es una realidad.

En continuidad de estas ideas, Reyna Ramírez manifiesta que mantener un trabajo óptimo implica obtener nuevas estrategias y más desde el aspecto externo de un corporativo encontrando puntos claves dentro de un plan comunicacional.

En secuencia a lo anterior, Rafael Lechado añade que lo importante es estar muy actualizado de la mano de las nuevas tendencias que hay en comunicación digital en planes de mercado en todo lo que son los pasos y las herramientas que existen para que un negocio funcione desde el marketing desde la eficiencia del proyecto. Son una serie de factores aquí no solamente es la comunicación organizacional es administrativo incluso es económico es de contabilidad todas esas herramientas desde el eje de comunicación debe tener la conciencia que hay que saber encaminar a ese emprendedor a que también explore todos esos campos no puede ser solo un campo a como lo mencione antes sino saber cómo está la organización, como esta administración, cómo está en contabilidad, cómo está en la creación de ese proyecto, la eficiencia de los pasos para crear ese producto y ese servicio; y obviamente, la parte de promoción y divulgación que es igual de importante; pero, me parece que lo que hay que detectar todos los pasos de lo que está bien y de lo que está mal y así hacer un diagnóstico real.

De la misma forma, Violeta Gago comenta que una actitud propositiva y de apoyo para los que están proponiendo el proyecto y retroalimentar si esto no está de acuerdo al quehacer de ellos porque ellos tienen la experiencia.

Complementándose estas repuestas los expertos comentan que la validación al emprendimiento colaborativo es la mejor herramienta motivacional para dar seguridad a los nuevos emprendedores, aceptar los cambios para obtener nuevas estrategias de divulgación de las distintas marcas. El apoyo colaborativo es fundamental para una buena administración empresarial de la marca.

18. ¿Qué opina usted sobre la idea de realizar un plan comunicacional en el proyecto Nicaragua Emprende como un proceso de apoyo para nuevos emprendedores?

A través del plan comunicacional se transmite el concepto de marca como parte de la publicidad, las relaciones públicas y los elementos visuales del branding que se encierran en los valores, el mensaje, la historia y el ADN de la entidad, en lo que los expertos añaden su punto de vista de la siguiente manera:

Primeramente, Néstor Borge considera que estar preparado y organizados más en el aspecto comunicacionales es importante, recordemos que la comunicación es un poder y un poder de transformar un comportamiento en la sociedad, y esto ayudaría de gran manera para brindar un mejor servicio adaptado a las necesidades en este caso del emprendedor.

En el mismo tema, Reyna Ramírez expone que los planes se realizan con el principal objetivo de actualizar un trabajo y adaptarse a los nuevos comportamientos comunicacionales que emanan en una sociedad.

Asimismo, Rafael Lechado reitera que sería bueno que tuviese un nombre como tal, quedando establecido como herramienta en la que cada emprendedor sepa que puede acceder en cualquier momento y con cualquier facilidad para poder revisarlo para poder tener a mano y darse cuenta que en ese programa comunicacional que brindara Nicaragua Emprende. El emprendedor pueda hacer las consultas necesarias como para tener una base bien directa de cómo va cada una de las fases de su proyecto de su emprendimiento.

Por último, Violeta Gago añade que sí, pero no solo sería para los nuevos emprendedores porque los emprendedores que ya están también necesitan promocionarse, los que van creciendo, que van cambiando tendría impacto para los que ya están porque los nuevos no tienen mucho qué comunicar cuándo están comenzando”.

Con todos los argumentos que se detallaron en cuanto a la propuesta del plan, los expertos comentan que una buena planificación con estipulación de objetivos es el mejor camino para la organización de un buen trabajo, actualizarse y capacitarse también es un puente fundamental para el desenvolvimiento del emprendedor y a través de la plataforma de fácil acceso ayuda a la interrelación y colaboración de marcas emergente.

19. Creé usted que los facilitadores de la plataforma Nicaragua Emprende deberían de capacitarse, para un plan de trabajo comunicacional integral. Justifique ¿Por qué?

Se podría argumentar que los facilitadores son los arquitectos de un plan donde ellos reúnen información sobre un contexto determinado para aclarar el propósito y los resultados esperados, este a la misma vez es el que indica hacia dónde va el grupo que será atendido, en lo que las diferentes plataformas como Nicaragua emprende debe de mantenerse preparada.

En lo argumentado anteriormente, Néstor Borge agrega que a manera de que el mundo se actualiza, siempre surgen nuevos temas de discusión y como comunicadores debemos de estar listo para enfrentar y mantener una respuesta ante esta necesidad.

Ante esta pregunta, Reyna Ramírez añade que la propuesta es válida por los expertos no queda duda alguna que cualquier persona incluso yo como comunicadora y productora en aceptar el nuevo plan para brindar un mejor desempeño laboral.

Por esa razón, Rafael Lechado establece que la capacitación tanto las personas que brindan las capacitaciones como las personas que están haciendo un proyecto un emprendimiento es necesario, uno no puede creer que el conocimiento es estático porque no lo es siempre hay nuevas cosas que aprender, incorporar hay cambios por hacer porque hay cosas que tal vez lo sabíamos que aplican o funcionan ahora para el 2022-2023 quede obsoleto; entonces, no hay que tener la resistencia en los cambios hay que darse cuenta de cuáles son las nuevas herramientas que están saliendo y cómo incorporarlas o traducirlas; por así decirlo, al ambiente nicaragüense y todo eso situarlo de una manera que le sea fácil al emprendedor comprenderlo y aplicarlo.

En otras palabras, Violeta Gago declara que sí, pero un experto en el tema de comunicación para mí está bien, ellos hacen su anuncio, su presentación, su plataforma, su proyecto. No podría evaluar un plan comunicacional.

Los expertos pronuncian la efectividad a la capacitación del grupo laboral debido a que el mundo va cambiando y la era digital va innovando en las distintas plataformas, es necesario aceptar los cambios y adaptarlos a las capacidades de cada facilitador y emprendedor para un mejor desarrollo laboral y empresarial.

20. ¿Cuál sería el resultado ante la ejecución de un nuevo plan comunicacional?

En calidad de mejoras los autores refieren a un cambio social que solvete las nuevas adaptaciones de la realidad donde se puedan proponer objetivos con la meta de crecer para brindar la oportunidad de un buen servicio a los usuarios que sean participe de las diferentes actividades que realiza la plataforma Nicaragua Emprende.

Por una parte, Néstor Borge alega que, si el proceso toca puntos claves para el cambio social, siempre será beneficioso no solo como proyecto sino como un servicio ameno a la comunidad. En base a la pregunta Reyna Ramírez agrega que, si un plan es ejecutado por los responsables del medio, es porque se necesita hacer ese cambio de trabajo donde la marca o la empresa mejoren su servicio o producto.

De igual manera, Rafael Lechado propone por así decir, cambiar la cara al emprendimiento nuevo que le dé nuevas luces a ese emprendedor que aunque esté en la fase 1, fase 2, fase 3; le pueda ser útil que tenga una facilidad de entender qué es lo nuevo que debe incorporar si es que lo necesita o no lo necesita ya que debe de cambiar; entonces, ese programa comunicacional para mí la palabra básica, fundamental es: que sea integral; me refiero, a incidir tanto a los que están comenzando, los que tienen una idea todavía en la cabeza y los que tienen ya 5 años haciéndolo pueda aplicar para todos de una manera que además desde el programa comunicacional te sirva como herramienta para ellos, que también sostenga una retroalimentación por parte de los emprendedores para seguir enriqueciendo ese programa.

A la vez, Violeta Gago determina que todo cambio tiene dos aspectos importantes positivos o negativos. Positivo, porque va para el mejoramiento y crecimiento de la plataforma y negativo, porque puede haber resistencia al cambio que mantenga la forma de trabajo, habría que ver cómo lo toma.

En discusión de este tema los expertos infieren que es vital la planificación, suma puntos beneficiosos tanto para los ejecutores como los de la misma marca, ayuda a conocer nuevas herramientas para el desenvolvimiento y crecimiento de la plataforma digital, los nuevos planes para el trabajo con emprendimientos fortalecen los objetivos, son estrategias y tareas para ejecutar una acción en beneficio de todos.

DISCUSIÓN Y ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS A ESPECIALISTA

Como parte de este proceso de discusión y análisis de los resultados se realizó en continuidad entrevistas a cuatro especialistas en temas de Innovación, Producción Audiovisual y construcción de proyecto en temas de emprendimientos, siendo parte de este proceso la compañera Jenny Mercado docente de comunicación de la UNAN-Managua, compañero Kenner Salinas Capacitador en sistemas de Innovación del CNU, compañera Jazmina Cano Comunicadora y productora de Nicaragua Emprende y finalmente el compañero Humberto González Secretario de Economía Creativa y Naranja de la Presidencia de la República.

1. Defina con sus palabras qué es Nicaragua Emprende

La plataforma que ha cambiado la perspectiva de muchas personas que manejan una marca y le dan un giro a su negocio con los diferentes programas y espacios que encabeza esta plataforma en conjunto con otros entes institucionales como lo es el MEFFCA y los especialistas lo abordan de la siguiente manera:

Por una parte, Jenny Mercado menciona que Nicaragua Emprende es una Plataforma, nueva y real que viene a apoyar a todos los emprendimientos que han surgido en el país a través de una necesidad familiar, de individuo, de comunidad, creo que es una plataforma impulsada por el Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional fue creada para apoyar a los pequeños emprendedores.

Por otro lado, Kenner Salinas agrega que Nicaragua Emprende es una plataforma de promoción de emprendimientos, si bien es cierto no solo el emprendimiento joven sino también, emprendimientos que han estado mucho tiempo en el mercado, pero quizás no han encontrado esa proyección y divulgación que los proyecte más allá de su área. Esta plataforma nació en el 2018 y durante todo el año. Existe un plan de trabajo donde se promueven ferias en los diferentes departamentos, talleres de acompañamiento a los emprendedores, talleres de capacitación para mejorar su proceso de negocio, rediseñar su producto, etc. La plataforma Nicaragua Emprende va más allá de la producción de estos emprendimientos de estos emprendedores, sino que hay acompañamiento de esos emprendedores para ayudarlos y acceder a otros mercados incluso a la exportación se ha logrado que estos emprendedores vayan más allá principalmente.

En la misma línea de ideas, Jazmina Cano rescata que Nicaragua Emprende es la plataforma joven de nuestro país, que se deriva a través de un programa televisivo que se transmite en TN8.

Asimismo, Humberto González retoma que Nicaragua Emprende se constituye en la oportunidad de poder desarrollar a través de la articulación de varios actores el diálogo que nos permite identificar cuáles son las líneas de acción más adecuadas para poder acompañar a los protagonistas del sector privado, pero desde una visión de ecosistema, Nicaragua Emprende engloba a los diferentes actores del ecosistema del emprendimiento y eso lo lleva a definir a Nicaragua Emprende como un espacio sin tener un lugar físico, un espacio un mecanismos o a como lo decimos ahora una plataforma que se constituye la alternativa que podemos ocupar el gobierno, el sector privado, la academia y la comunidad local, en función de brindar acompañamiento, asesoría pero además de eso, lograr que los emprendimientos puedan tener un desarrollo de una forma adecuada y en la medida de lo posible un poco más acelerada de lo que normalmente un emprendimiento pueda tener si lo hiciese por cuenta propia.

Los especialistas definen a Nicaragua Emprende como una Plataforma que acompaña a los emprendedores en su proceso de negocio para fortalecer la economía del país, cada uno de ellos determina que esta plataforma es necesaria para todo aquel emprendedor que necesita presentar su rubro para fortalecer su negocio. Ellos, los especialistas, confirman que los emprendimientos puedan tener un desarrollo de forma adecuada porque esta plataforma apoya significativamente.

2. Según criterio ¿Cuál es la misión de Nicaragua Emprende

Los especialistas en este cuestionamiento detallaron desde su perspectiva cual es la dirección del proyecto Nicaragua emprende en cuanto en cuanto a los objetivos que este tiene directamente en pro del crecimiento de la comunidad emprendedora en todo el país mencionando a continuación las siguientes declaraciones:

En primeras palabras, Jenny Mercado agrego que dar a conocer se puede vivir más allá de lo formado por una academia que se puede crear, vivir y fortalecer las necesidades económicas de una familia a través de un emprendimiento.

Por su parte, Kenner Salinas retoma que la misión de ellos es proyectar los emprendimientos de Nicaragua, pero también acompañarlos, brindar ese acompañamiento, principalmente a través de la red de mentores a nivel nacional, la universidad y la academia están aportando a este programa a esta plataforma a través de su personal capacitado que van o se trasladan a esos lugares, se reúnen con los emprendedores para aclarar sus dudas e inquietudes, en otras ocasiones leen buzones de sugerencias para fortalecer el trabajo de emprendimiento”.

Mientras tanto Jazmina Cano menciona que Nicaragua Emprende es lograr promocionar y plasmar a través de las historias de los emprendimientos la importancia del talento nicaragüense y el consumo local que nos identifican como país”.

Conjuntamente Humberto González añadió que Nicaragua Emprende tiene como misión y esto lo recuerdo por el discurso que hizo la compañera Justa Pérez cuando hizo el lanzamiento en el 2018 se constituye como la plataforma de acompañamiento a los emprendimientos, Nicaragua Emprende con esta declaración tanto las instituciones del gobierno como el programa televisivo, el espacio digital se constituyó como la opción que nosotros tenemos para poder dignificar y reconocer toda actividad económica pequeña empírica que apenas se gesta como una idea a lograr concretar, antes de eso todo lo llamábamos como pequeños negocios o pequeño taller o pequeña empresa y no realmente como la figura que a nivel internacional ya va haciendo una explosión y mucha presencia y definiendo nuevos lineamientos que permiten reconocer que los emprendimientos son la semilla de una generación de empresas que abonan al crecimiento económico.

La misión en comentarios de los especialistas está definida como proyectar los emprendimientos de las diferentes personas que se presentan a la plataforma, cada especialista lo define de diferentes maneras; lógicamente, pero están en colectiva posición de que es una plataforma que acompaña a los emprendedores en su proceso de negocio y que la plataforma, les brinda un apoyo necesario que ellos deben aprovechar para impulsar su emprendimiento y situarse con éxito en el mercado.

3. Con base en su conocimiento ¿Cuál es la Visión de Nicaragua Emprende?

Todo proyecto necesita tener metas de crecimiento y es importante conocer los puntos clave que debe tener está a futuro para el éxito y la aceptación de una audiencia en cuanto a las mejoras de servicio desde un tema de comunicación externa en el ámbito corporativo a nivel empresarial mirándolo desde la vista de especialistas que manejan muy de cerca este argumento.

Por su parte, Jenny Mercado establece que es más allá de un apoyo a las familias, sino también impulsar el trabajo que se ha hecho a través de las comunidades e impulsar de una manera internacional que todos conozcan el esfuerzo nicaragüense para salir adelante y para poder emprender que el esfuerzo sea reconocido más allá de nuestro país.

Por otro lado, Kenner Salinas contempla que realmente la plataforma Nicaragua Emprende busca trascender y seguir ayudando a estos emprendedores para que se transformen en grandes empresas, no solo que se queden a nivel de pequeños negocios; yo he tenido la oportunidad de participar en estos talleres y cuando nosotros dirigimos hacia ellos, lo hacemos de manera de motivarlos a crecer de que no tengan miedo de que pueden llegar a ser una empresa que exporte, que diversifique sus productos.

Por esa razón, Jazmina Cano aborda que la visión de Nicaragua Emprende es poderle facilitar y darle alcance en manos de los emprendedores algo tan importante como es la publicidad que sabemos que tienen un costo muy alto y que a través de la plataforma se dan espacios gratuitos a nuestros emprendedores.

Contemplándose esta repuesta con Humberto González añadiendo que la visión de Nicaragua Emprende es lograr dinamizar ese ecosistema de emprendimientos, hoy estamos viendo cada vez más actores, hablar de Nicaragua Emprende no puede ser de hablar solamente de la visión gubernamental, ni del emprendimiento, ni del emprendedor ni del grupo de emprendedores como tal, la visión debe de ser dinamizar el ecosistema del emprendimiento, basado en la gestión del conocimiento y apuntando hacia la innovación, es responder al modelo que nosotros tenemos de aprender, emprender, prosperar; pero, ese aprendizaje no es solo de adquirir conocimiento por eso hablamos ahora de gestión del conocimiento, se entiende que la gestión del conocimiento es

adquirir, aumentar, multiplicar, difundir, compartir y sacar un rédito a partir de eso que no necesariamente tiene que ser económicamente sino que puede ser un rédito cultural, puede ser histórico, idiosincrático, puede ser de muchos aspectos; entonces, Nicaragua Emprende como Misión consideramos que debe ser: dinamizar el ecosistema de emprendimiento basado en las gestiones del conocimiento proyectado hacia la innovación. Si nosotros no agregamos el concepto de innovación a las actividades económicas, nos quedaremos haciendo más de lo mismo. Antes era que producimos materia prima y no la transformamos ahora ya se está viendo una cultura emprendedora, que está haciendo eso una realidad, transformar, añadir valor, mejorar las propuestas, trabajar marketing estratégico, integrar aspectos que antes no se miraban y por eso que ahora miras una dinámica emprendedora diferente”.

Los especialistas responden ante la pregunta de cuál es la visión de Nicaragua Emprende desde tres ópticas diferentes; la primera, afirma que la visión es impulsar el trabajo que se ha hecho a través de las comunidades e impulsar de una manera internacional; la segunda, que la plataforma tiene como visión trascender y seguir ayudando a estos emprendedores para que se transformen en grandes empresas; la tercera, dinamizar ese ecosistema de emprendimientos basado en la gestión del conocimiento y apuntando hacia la innovación; sin embargo, los comentarios están dirigidos a una óptica igualitaria que es la ayuda que reciben los emprendedores y que la plataforma se basará siempre en esa línea de apoyo para cada emprendimiento que se vaya anexando.

4. ¿Qué valores promueve Nicaragua Emprende?

En las entrevistas que se llevaron a cabo como muestra de esta investigación con el tema relacionado con esta plataforma digital y televisiva, han denotado y expuesto que los valores son el mapa para poder completar metas en armonía y paz, sobre todo recalcar que sin valores no hay dirección, no cabe un plan de comunicación o un sistema de reglas para el mejor funcionamiento de cualquier ente corporativo.

Ante esta pregunta, Jenny Mercado aborda que todo el emprendedurismo, el trabajo en equipo, la armonía familiar. Muchos de los emprendimientos son familias de escasos recursos; otras, son familias que necesitan del apoyo económico de una u otra manera.

Asimismo, Kenner Salinas añade que Nicaragua Emprende es una plataforma que promueve mucho; yo diría: la solidaridad y empatía con esas personas. La plataforma Nicaragua Emprende trabaja directamente con nuestro buen gobierno que se han preocupado por estas personas que antiguamente no existían una plataforma de este tipo, nadie los miraba, nadie los capacitaba, nadie les daba atención para mí promueve la empatía, el amor, la solidaridad hacia esas personas que son personas muy humildes, cariñosas, que cuando te diriges hacia ellos te demuestran su agradecimiento y ellos mismos, lo manifiestan porque al final de esa conversación de ese compartir; por ejemplo, en un taller donde se le va a demostrar a ellos cierto tema rediseñar tu producto al final se hace una valoración general y se le consulta a ellos qué aprendieron ellos muestran su agradecimiento ellos muestran. Cada actividad, cada taller de agradecimiento a esta plataforma que les brinda el espacio a través de ferias donde ese pequeño emprendedor puede mostrar su producto en un lugar céntrico donde pasen muchas personas y tener mayor oportunidad de vender su producto que antes no contaban con esos espacios que ahora sí tienen.

Conjuntamente, Jazmina Cano refirió que los valores están basados en nuestra identidad, en mantener nuestra cultura, el consumo local que es fundamental para el desarrollo de la economía de un país y sobre todo destacar el talento artístico.

En otra declaración, Humberto González se refirió a la articulación, una articulación bien sincera entre todos los actores que mencioné, hay una complementariedad muy importante en cuanto al alcance de Nicaragua Emprende, hay mucha solidaridad entre los Emprendedores hay lo que nosotros podemos ver; pero, además de eso hay una visión orientada hacia un espíritu de liderazgo, Nicaragua Emprende considero que reivindica, dignifica la figura del emprendedor y con esto no estamos utilizando términos como mercado informal, sud empleos, sino que ahora estamos hablando de emprendimientos, indistintamente si este rápidamente se formaliza o se mantiene informal, pero el tema de liderazgo es muy importante porque a partir de un aspecto de motivación, las personas, la mujer, el joven, el adulto, la persona con discapacidad, se ve reflejado en la figura del emprendedor, pero sabiendo que el emprendedor es una persona constante, disciplinada, que apuesta por la calidad, que se fija en rumbos claro que al final se constituye en un liderazgo, por eso nosotros desde la secretaría de la economía creativa cuando hablamos con los emprendedores, cada vez que

hacemos una ponencia, una charla, estamos reconociendo el esfuerzo que ellos tienen que además que tienen que generar ingresos para su familia, deben de aprender a gestionar, aprender algo que no se le ha enseñado en ningún momento, el tema de liderazgo, de la confianza, la determinación, pero en el protagonista que es nuestro principal referente son aspectos que definen al emprendedores nicaragüenses hoy.

Cada uno de los especialistas tienen su propio listado de valores que identifica los elementos claves de la razón de ser de la Plataforma Nicaragua Emprende; por consiguiente, se escribe palabras claves y englobadoras que los especialistas han facilitado en su respuesta para disponer los valores de la plataforma; uno de ellos hizo referencia a que la plataforma como valor fundamental tiene la armonía familiar, porque a través de este emprendimiento hay esperanza en que se puede mejorar la economía familiar; por lo que, muchos emprendimientos están asociados al núcleo de familia. Otro especialista, hizo mención que el valor que presenta la plataforma es el de la solidaridad y empatía, estos dos valores dirigidos a los protagonistas y a los elementos que forman parte de la plataforma como colaboradores directos en el proceso de producción. El valor de nuestra identidad; es decir el mantener nuestra cultura de continuar con el consumo local, la ayuda entre todos para hacer crecer cada idea y cada negocio que se está popularizando y llenando positivamente los parámetros que se visualizó en algún momento.

Los valores enmarcados en la plataforma contribuyen a todos los sectores involucrados. Es decir, los internos y externos; entendiéndose como internos aquellos que son parte de la plataforma desde la acción administrativa o con otros cargos; y externos, los protagonistas o emprendedores.

5. ¿Qué es un emprendedor?

Emprendedor es aquella persona que completa una meta, es lograr concretizar y materializar una idea, todos podemos ser emprendedores, el ser humano es muy talentoso y desafiante en sus proyectos, esto como muestra la evolución constante de nuestro mundo, las ciencias, el arte, la tecnología y hasta la forma de comunicarnos ha evolucionado, todo esto gracias a las ideas materializadas por emprendedores, pero cada especialista nos aclarara esto términos a continuación:

De la misma forma, Jenny Mercado hace mención en que el emprendedor es aquella persona que no necesita, necesariamente una ayuda económica solamente para salir adelante, sino también necesita el impulso para salir adelante con el gobierno, las instituciones, grupo de apoyo, la misma academia, la universidad, para poder dar a conocer un producto.

En secuencia Kenner Salinas estipula que es aquella persona que se atreve a ir más allá de tener una idea porque yo como persona digo que quiero poner un negocio, quiero iniciar vendiendo “x” producto, pero solo me quedo con la idea o iniciativa un emprendedor es cuando lo hace realidad y busca un medio, los mecanismos, la manera de iniciar con algo pequeño, pero lo hizo, dio ese paso, para mí un emprendedor es esa persona que se atreve a iniciar un negocio.

En cuanto a lo anterior, Jazmina Cano declaro que un emprendedor es esa persona que tiene una idea y con base en un talento o habilidad expone o potencializa ese talento o habilidad a un determinado rubro una idea que puede generar y que llegue a conformar a esa idea de negocio y que genere no solo un ingreso económico para todas las personas que le rodean.

Mientras que, Humberto González sostuvo que el emprendedor es un líder, un emprendedor es una persona que destaca, también nosotros hacemos esa diferenciación de una persona creativa u ocurrente a como nosotros decimos aquí y un emprendedor, que hay gente que genera muchas ideas pero el emprendedor las concretas y a eso lo distingue dentro de la sociedad, el emprendedor está multiplicado por centenares de miles hoy en Nicaragua y es toda aquella persona decida a desarrollar, sus ideas, su talento, sus habilidades, y lograr posicionar eso en el imaginario popular, en la mente del cliente, en la mente del usuario, del visitante, el emprendedor es alguien que se ha destacado por eso, por la disciplina, por la constancia, la perseverancia, porque sabemos que el emprendedor tiene sus características, el emprendedor inicia, tropieza, cae y se levanta más fuerte, es una persona que tiene toda la actividad moral para poder hablar cuánto cuesta poder realizar tus sueños, ahí es donde Nicaragua Emprende tiene una función enorme, que es el espacio donde las personas pueden lograr alcanzar sus sueños, nosotros lo hemos visto, podemos dar testimonio de eso, cómo iniciaron en algún momento y como están ahora que han participado en la plataforma.

Definir qué es un emprendedor no es tan fácil, porque se puede conceptualizar desde diferentes ópticas; es por eso, que los especialistas nos muestran su opinión desde el criterio individual perceptivo; uno de los especialistas se refiere al emprendedor como aquella persona que no necesita, necesariamente una ayuda económica solamente para salir adelante, sino que el impulso que se le pueda dar hace que nazca su parte emprendedora y se da a conocer; otro académico refiere que es emprendedor, la persona que se atreve a ir más allá de tener una idea porque concreta lo que piensa; también se hizo como concepto que emprendedor es la persona que tiene una idea y con base en su talento o habilidad expone o potencializa un determinado rubro. Y el último concepto se focaliza en que un emprendedor es un líder; así se puede saber que cada especialista tiene una postura diferente para conceptualizar al emprendedor; pero, hay una igualdad en sus afirmaciones y es la del emprendedor como ejecutor de sus ideas.

6. ¿Qué es emprender?

Es el poder que le da el ser humano a las acciones para crear y transformar algo nuevo y logren cubrir la necesidad de un grupo de personas que se han establecido como metas dentro del estudio de mercado, de esta manera poder convencer y lograr la aceptación de las diferentes marcas en todo el territorio nicaragüense.

En seguimiento a esta pregunta Jenny Mercado verbalizo que emprender es hacer de ese producto, recoger un reconocimiento o una ganancia monetaria.

No obstante, Kenner Salinas que una vez que el Emprendedor dio ese paso, tiene que buscar la manera de continuar en el mercado. Si yo inicio con mi negocio, pero en el transcurso se va a encontrar muchos obstáculos, dificultades se le van a cerrar puertas probablemente entonces creo que sería la manera de adaptarse y buscar la manera de sobrevivir o continuar.

Por otra parte, Jazmina Cano declaro que significa el poder de potencializar tus habilidades y talentos hacia una idea de negocio. Sin embargo, Humberto González confesó que Emprender es hacer algo, no necesariamente es poner un negocio, emprender es lograr concretar algo, una idea y por eso es que el emprendimiento está muy ligado al concepto de la economía creativa considerando que son las ideas el principal insumo, principal materia prima para eso el emprender es lograr algo a la concreción a la realidad

cuando vos emprendes una acción es porque la hiciste cuando vos tenés la intención no necesariamente lo hiciste. El emprender es hacer algo, concretar algo, iniciar algo.

Las respuestas de los especialistas apuntan a que el emprender es concretizar la idea que uno tiene, lo ven como la acción específica para desarrollar su negocio desde la parte de acción. Por consiguiente, cada uno de los especialistas afirmó que el emprender es una acción que logra la puesta en marcha de cada negocio que se pretende.

7. ¿Por qué la plataforma Nicaragua Emprende es considerada el sitio de promoción para los protagonistas de las diferentes marcas en el país?

En modo de experiencia como autor de esta investigación, puedo decir que se ha destacado por las diferentes actividades que esta realiza durante el año, así mismo, todas las alianzas con las que trabaja de manera integral como parte de sus fortalezas para poder brindar un mejor servicio a los emprendedores.

Por una parte, Jenny Mercado opina que Nicaragua Emprende es la plataforma que nace desde el Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional esto quiere decir que teniendo el apoyo de GRUN. Tiene un presupuesto destinado para el apoyo de esos emprendedores, el apoyo en cursos en talleres en dinámicas, que pueden servirles al Emprendedor. Entonces, sí es una plataforma equilibrada en todos sus momentos, porque posee todos los beneficios al emprendedor.

Por otro lado, Kenner Salinas aclara que es la única plataforma de este tipo en Nicaragua y cada año, inicia un plan de acompañamiento, desde el primer mes, en este caso desde enero hasta diciembre podríamos decirle y concluye con una concentración de emprendedores que normalmente se realiza en el Olof Palme, en donde ellos han pasado ese proceso de acompañamiento, podríamos decir que la mayoría de los emprendedores que se concentran en esta plataforma son jóvenes, pero sí hay emprendedores de mayor edad.

En la misma secuencia, Jazmina Cano menciona que Nicaragua Emprende como plataforma es precisamente el semillero de los emprendedores y se potencializa para aspirar a otro tipo de plataforma que logren impulsar su marca o idea de negocio.

Por último, Humberto González discute que no existe otro similar a este en Nicaragua. Emprende no todo está dicho en NE existe la oportunidad están las puertas abiertas para poder integrar a más actores hoy lo que se hace no solo desde el evento anual sino del programa constantemente todas las semanas se está promoviendo lo nuevo en Nicaragua, quién lo está haciendo, cómo lo está haciendo y mucha gente lo hace a través de un nombre no necesariamente puede ser una marca registrada o puede ser una identidad o un producto patentado; pero, la gente ya le da nombre, color, vistosidad y le da presencia, eso le ayuda posicionarse.

La última respuesta a esta interrogante es la que afirma de forma contundente lo principal, que no existe otra plataforma similar a esta “Nicaragua Emprende” Los especialistas afirman que la plataforma sí promociona a los nuevos emprendedores ya que tiene un presupuesto destinado para el apoyo de esos emprendedores, plan de acompañamiento, desde el primer mes, en este caso desde enero hasta diciembre y concluye con una concentración de emprendedores que normalmente se realiza en el Olof Palme; en conclusión es precisamente el semillero de los emprendedores y se potencializa para aspirar a otro tipo de acciones que permitan continuar apoyando a cada uno de los emprendedores.

8. ¿Qué lugares de Nicaragua considera que son focos, para que se desarrollen las personas con su idea emprendedora? Justifique

Nicaragua es un país productor, cada departamento tiene características diferentes en cuanto a la elaboración de un producto u ofrecer algún servicio en específico, pero la actividad económica es visible en todos los lugares, es por ello que lo discutiremos con los especialistas que mantienen a detalle este tema de emprendedor nicaragüense.

Ante ello, Jenny Mercado comunico que todo el país es un foco porque el nicaragüense se ha destinado a no morir de hambre. Tiene la necesidad de salir adelante con lo poco que tenga. Desde el ingenio del nicaragüense con la creatividad del nicaragüense todos juegan un papel muy fundamental desde la creatividad y el crecimiento de la cultura, la tradición, la ideología. Toda Nicaragua tiene una forma de emprender; por ejemplo, el norte con sus rosquillas, guirilas, hasta la zona del pacífico para emprender y sacar provecho de su zona de confort de su contexto.

Paralelamente Kenner Salinas expuso que cada departamento tiene su espacio tiene su promoción, su espacio principalmente cuando estas plataformas realizan ferias principalmente de frutas tropicales de comidas típicas, etc. Lo hacen en los lugares céntricos del departamento donde pasan mucha gente, como parque central, plazas, entonces ya tienen identificados esos espacios en cada departamento, obviamente que aquí en Managua hay lugares donde lo realizan de manera permanente estas ferias, pero considero que en cada departamento la plataforma tiene presencia, hay personas encargadas como delegados con las que se coordinan.

De igual modo, Jazmina Cano verbalizó que cualquier rincón de Nicaragua es muy positivo para el emprendedor cuando tienes una idea de negocio y quieres llegar más allá. No hay un lugar específico; pero sabemos que hay lugares de semillero de emprendimiento como Masaya, León, Chinandega, Estelí. Son departamentos que han logrado muy bien adaptarse a las dinámicas de mercado y potencializar la idea del emprendedor y surgir con su idea de negocio.

Del mismo modo, Humberto González verbalizó que desde su punto de vista y con mucha autoridad de que no existe ningún lugar en Nicaragua en donde no se pueda emprender; te lo digo con firmeza es sorprendente conocer donde la gente está haciendo algo y no es un negocio de subsistencia como han tenido expresiones algunas personas están emprendiendo, están identificando su talento y empiezan a volar, aprovechan la oportunidad y eso le permite seguir avanzando. Te puedo decir que conocimos de casos ahorita del Castillo Río San Juan, El Almendro, Nueva Guinea, Zelaya Central, en Bonanza, Siuna, Bilwi hay nuevos emprendimientos que están surgiendo en la parte gastronómica y además tecnológica. En San Juan de Río Coco están surgiendo iniciativas por parte de jóvenes que están añadiendo parte de innovación; en términos de café, mujeres en San Ramón-Matagalpa; es decir, los municipios donde la gente está haciendo algo y te puedo decir que no hay un solo departamento donde no se pueda emprender.

Los especialistas al responder esta interrogante, se puede notar, que han concluido que en toda Nicaragua se puede hacer emprendimiento. Cada uno de ellos afirmó que nuestro país es un territorio excelente donde se puede emprender desde cualquier tipo de rubro. Hay un discurso colectivo y es el de comentar que esta tierra de lagos y volcanes tiene todo lo necesario para darse a conocer con los trabajos de emprendedores.

9. ¿Qué entiende usted por Comunicación Alternativa antes la Comunicación Digital?

Lo alterno es lo que nosotros podemos utilizar en un momento en específico para poder transmitir un mensaje en el ámbito comunicacional, por ejemplo, si nosotros regresamos 10 años atrás nuestra única alternativa para comunicarnos masivamente era los medios tradicionales y esto con oportunidades reducidas, pero en esta nueva era digital lo alterno en la parte de emisión de mensaje ha cambiado y se discute con los especialistas en la materia a continuación:

Ante esta pregunta, Jenny Mercado declaro que la comunicación alternativa son todos aquellos medios, que no son comunes, la comunicación alternativa, la hizo la radio en sus tiempos, ahora ya no es tan alternativa que digamos la radio. Mientras que la comunicación digital sigue siendo aquella plataforma denominada como CYBER MONDAY, que se ha creado como una plataforma digital donde el emprendedor puede realizar u ofrecer sus servicios; entonces el digital es un poco más comercial al alcance de la población llegar a más población a través de las páginas Web.

Conjuntamente, Kenner Salinas detalla que la comunicación digital actualmente ha generado un impacto de la manera cómo nosotros nos comunicamos, pero nosotros solo vemos ese mundo porque tenemos acceso a un dispositivo móvil, acceso a internet; pero, hay personas que no tienen acceso a estos medios y se han quedado con medios comunes; por ejemplo, la radio que yo considero que tiene un nivel de audiencia muy baja porque estos medios digitales han venido a sustituir todo esto; y por ejemplo, las personas que viven en las comunidades en zonas alejadas ellos se comunican y se informan a través de la radio nosotros recibimos una información al instante en el día a día; sin embargo, no todo lo que se publica es verdad.

Puesto que, Jazmina Cano comento que la comunicación alternativa ha permitido que la comunicación tradicional se traslade a la parte digital especialmente donde todos nos movemos la comunicación a través de las redes sociales y plataformas como Facebook, Instagram, WhatsApp Business, ahora que tenemos incluso estas plataformas no se constituyen en un sitio web a través de la generación de las páginas web, logras comercializar con un dominio ya adquirido como emprendedor también puedes realizar el famoso delivery a través de la App que han venido a ser otro tipo de proceso de la

comunicación digital que obviamente cumple con este linqueo que tienen que tener la aplicación con la tecnología que es una apuesta muy grande que tiene que hacer un emprendedor porque es una inversión todo un capital humano que tiene que mover para poder realizar aspirar para comercializar en la aplicación.

Igualmente Humberto González manifestó que la comunicación digital ya es una comunicación alternativa, sale de lo convencional que las televisión la radio difusión, los medios impresos, la comunicación digital es una alternativa y no de uso meramente del uso de la herramienta tecnológica, sino en los diferentes formatos que hoy estamos consumiendo para informarnos, para comunicarnos, hoy te puede estar informando cualquiera de las páginas que están habilitadas oficialmente, a cómo te puede estar comunicando un Instagram, un YouTube, un podcast, una conversación de dos personas que realizan contenido, ahorita hay un aprovechamiento sin precedente de las herramientas digitales, esto para un público que carece en leer, que pierde interés cuando un video excede los 2 minutos con 20 segundos o cuando no tienes información que no sea muy llamativa. La comunicación digital es un hecho, una alternativa para poder comunicar y de poder vender.

Las respuestas brindadas por los especialistas definen como comunicación alternativa a aquella forma de relacionarse entre dos o varios; pero, con enfoque de resolver necesidades; ellos, la observan de forma digital y física; afirmando como digital cuando se puede hacer uso de redes sociales o cualquier elemento que requiera de un Software; en cambio, con lo físico se explicó que hasta la manera de comunicar haciendo uso de la voz conocida como transmisión oral; desde luego, cuando se utiliza la forma colectiva de anunciar algo. Ese algo, es cuando se pasa información que en este contexto está relacionado con el trabajo del Emprendedor.

10. Considera necesario la preparación de profesionales de la comunicación en el tema de innovación y emprendimiento ¿por qué?

La comunicación es un poder que se utiliza para controlar y manifestar un asunto estratégico de reglamento en cuanto a comportamiento ante una sociedad en los diversos discursos que se emiten desde fuentes estratégicas en un país, es por eso que los comunicadores como profesionales y promotores de transmisión de mensajes de las

diversas maneras, han sido y son las bases primordiales en la creación de proyectos que benefician una comunidad.

Por su parte, Jenny Mercado explico que es fundamental la preparación no solo de los jóvenes comunicadores, sino los jóvenes en todo el mundo en todo el país, porque la innovación y el emprendimiento son palabras que vienen creciendo a través del tiempo para que los jóvenes y no tan jóvenes también puedan evolucionar un poco más allá comenzando a creer en ellos mismos en una idea semilla que puedan nacer a través de una necesidad a través de la resolución de un problema a través de satisfacer alguna necesidad, ya sea individual o de la comunidad, pero sí todo individuo, todo joven o no tan joven debe de tener la creatividad, el ánimo de creer en ellos mismos para fortalecer una idea semilla y hacer una idea semilla un emprendimiento o una idea de innovación o que haga simplemente un cambio social.

De la misma forma, Kenner Salinas proclamo que sí, definitivamente estoy de acuerdo con esto, la plataforma Nicaragua Emprende, el gobierno están apuntando fuertemente a este tema de la innovación y el emprendimiento y hemos visto como estos últimos años se han creado muchos medios; por ejemplo, tenemos el hackathon: que es un festival tecnológico de innovación más grande en el país acabamos de realizar la 5ta edición que se realizó hace 5 años que nace con esta alternativa tecnológica porque en Nicaragua empieza ya a proyectarse a nivel internacional porque también nosotros tenemos la capacidad. También, todos los comunicadores y periodistas deberían mantener información de este tema de innovación y emprendimiento.

Por otra parte, Jazmina Cano expresó que sí, porque estamos en Nicaragua donde el modelo de economía creativa ha venido surgiendo en el día a día comunicativa con mucha información de interés, de innovación, de transformación que el emprendedor necesita tener en sus manos; pero, muchas veces no tenemos un vocabulario adecuado, comprensivo para el emprendedor, enriqueciendo no solo a lo emprendedor sino también ir educando a la población cuando hablamos a qué nos referimos cuando tiene una persona una inspiración cuando logra la innovación de su producto o su servicio; entonces, hay algunos términos en el mundo del emprendimiento y de la innovación que no son manejables y de facilidad para la población y nosotros los comunicadores debemos ser los primeros en capacitarnos para manejar muy bien todo este lenguaje y transmitir el

mensaje correctamente y claro.

En secuencia, Humberto González aseguro que definitivamente, creo que el desafío para los comunicadores, está en que no todo se puede comunicar de la misma manera, por eso es que hay secciones, la económica, la política, la deportiva, social, suceso y considerando que la nueva nota, es el tema del emprendimiento y que la innovación es algo que está determinando el rumbo de las sociedades en muchos ámbitos y que incluso mismo nosotros hacemos emprendimientos, y que muchos comunicadores deben de innovar, deben de proponer una innovación, alguno que se dedicaba a escribir ahora todo lo hace por twitter, o desarrollo un podcast o desarrollo un punto para desarrollar a su público, no solo es prepararse para conocer sobre el mundo del emprendimiento, sino para desarrollar emprendimiento e innovación.

El sí de cada uno de los especialistas no se hizo esperar como respuesta ante esta interrogante; es notable que todos los jóvenes y no solo los comunicadores deben estar relacionados al tema de innovación, comunicación y emprendimiento. Se aclaró según la opinión de los especialistas que en Nicaragua se ha venido trabajando para crear más conocimientos y experiencias en emprendimiento. Claro está, llenando cada una de las expectativas de los implicados; para que así, el trabajo que se realice sea conocido o divulgado para que se observe y se considere ser parte de esta familia y aprovechando los canales existentes.

11. ¿Qué servicios ofrece la plataforma digital Nicaragua Emprende?

La construcción de una plataforma contiene intereses diversos, pero en Nicaragua Emprende encontraremos esa mano amiga donde su imagen es la representación de todos aquellos rostros laboriosos que buscan surgir como una marca reconocida, en una conversación con los especialistas obtendremos repuestas diversas en cuanto a este tema.

En concordancia, Jenny Mercado añade que la plataforma ha implementado talleres, cursos, han ofrecido conciertos donde los emprendedores no solo se conozcan sino también intercambien productos, creen alianzas, que la población donde ellos visiten conozcan esos emprendimientos cerca de la zona, lejos de su zona.

En la misma pregunta, Kenner Salinas menciona que el acompañamiento dirigido a emprendedores es uno de los principales servicios gratuitos que no se les cobra absolutamente nada; por ejemplo, tenemos el MEFCCA que trabaja de la mano con Nicaragua Emprende un emprendedor puede solicitar acompañamiento técnico porque está presentando problemas con alguno de sus procesos y solicita ese acompañamiento a través de la plataforma y la red de mentores de Nicaragua se le brinda ese servicio de acompañamiento y asesoramiento si necesita registrar su marca cuál es el proceso porque desconoce mucha, mucha información.

De la misma forma, Jazmina Cano expuso que a través de lo digital obviamente también adquirimos nosotros las solicitudes de espacio televisivo igual a través de las llamadas también recibimos solicitudes de Emprendedores que de una u otra forma quieren hacer un match con otras alianzas de emprendimiento y nosotros también si tenemos ese conocimiento o ese dato del emprendedor de una u otra manera estamos capacitando y ayudando al emprendedor a hacer una guía de ruta para que adquiera nuevos conocimientos.

Por otro lado Humberto González comenta de forma personal, porque nosotros hemos identificado, cuando nosotros queremos que alguien se dé a conocer le preguntamos, ¿conoce la plataforma Nicaragua Emprende en el canal 8?, en primer lugar es la oportunidad que da de manera gratuita, de que un emprendimiento se dé a conocer en un canal nacional pero que además tendrá réplica y muchas visitas cuando esté en la página, ya en el aspecto digital y esto le permite, uno que el emprendedor se sienta en otro nivel, y segundo darse a conocer que probablemente le hubiera tomado mucho tiempo, probablemente le hubieran cobrado por darse a conocer por esa forma, mientras que Nicaragua Emprende lo hace con mucha solidaridad y con mucha fe de lo que los emprendimientos están haciendo, y a veces esta plataforma no da abasto porque es solo un día y unas cuantas horas, incluso ahora es una opción de los canales de televisión con las entrevistas de los emprendimientos.

Los especialistas comentan que la plataforma de Nicaragua Emprende ofrece los servicios de acompañamiento, de educación en el tópico de emprender, talleres relacionados a cómo potencializar tu rubro, producción audiovisual de tu rubro para que sea conocido a nivel nacional. Y pues, con la ayuda de la red general comunicativa de las

redes sociales, hasta puede ser visualizado ese emprendimiento a nivel internacional. Claro está, que Nicaragua Emprende desde el aspecto económico apoya a cada protagonista porque el servicio que ellos ofrecen es totalmente gratuito.

12. Con base en su experiencia ¿Qué debilidades presenta la plataforma Nicaragua Emprende?

Como toda investigación, se pretende realizar una búsqueda de paso a paso en todo lo que tiene que ver con nuestros objetivos, dar repuestas a las fortalezas y debilidades como parte de nuestros resultados de búsqueda continua pero basados en el conocimiento de los especialistas nos encontraremos con datos interesantes.

En el mismo orden de ideas, Jenny Mercado comunico que una de las debilidades no tiene muchas por cierto que es una plataforma joven que tal vez no tiene los años reconocidos o ya no sería problema de la plataforma, pero la idiosincrasia del nicaragüense que no es tan joven y no está acostumbrada a las redes y a los medios digitales, que lo adultos necesitan una mayor confianza a través de las redes a través de esa plataforma; entonces, la mayoría de sus protagonistas en Nicaragua Emprende son jóvenes su público son jóvenes; entonces debería llegarle a personas con un poco más de edad de más experiencia con un poco más de sabiduría, para que ellos puedan incursionar también por qué no en el mundo digital.

En igual forma Kenner Salinas expuso que debilidades; por ejemplo, como cualquier plataforma necesita ir mejorando ciertas cosas; pero, la plataforma ha venido haciendo esfuerzos de llegar todos los rincones del país de Nicaragua probablemente existe esos lugares en los que quizás no han llegado y no han identificado estos emprendimientos; pero, siempre se está buscando la manera de estar trabajando e identificar; principalmente trabajamos la resistencia al cambio de esos emprendedores que se resisten a actualizarse por así decirlo.

En otro orden de ideas Jazmina Cano manifestó que Nicaragua Emprende es un programa de televisión que va creciendo, pero nosotros también tenemos alianzas como el ministerio de la Economía familiar y cómo nosotros estamos haciendo una sinergia con diferentes instituciones con el ministerio de economía familiar, la economía creativa; igual tenemos comunicación como Nicaragua diseña. Estos proyectos no se diseñan sólo

en Nicaragua Emprende también son proyectos de otras instituciones y hay objetivos planteados, pero se manejan a manera muy interna de la plataforma.

En secuencia con las declaraciones Humberto González indico que en el momento no podría hablar de una debilidad, el año pasado nos centramos en un evento anual, pero en este año lo sacaron del estadio, este año se comenzó a preparar diferentes modalidades antes del encuentro anual, los campamentos, las ferias, la capacitaciones, las mentorías, hoy ha habido un exceso de actividades y le permiten al emprendedor conocer otras plataformas que posiblemente no hubiesen conocido anteriormente como lo es la expo pyme, considero que no debilidades, si oportunidades y es lograr con empresas de mayor data, escuchar la voz, de un emprendedor hablarle a otro emprendedor, es sumamente válido, yo como funcionario público puedo decir misa pero no tengo un emprendimiento establecido, pero no hay nadie mejor que un emprendedor para hablarle a otro emprendedor, pero qué pasa cuando metes a un empresario que ha madurado, que ha crecido, que ha trascendido y que ha pasado por un periodo del emprendimiento, creo que Nicaragua Emprende puede abrirse a la integración de empresas grandes tanto nacionales como internacionales.

La respuesta a esta interrogante estuvo enmarcada a diferentes aspectos, uno de ellos es que se debe llegar a público adulto para que sea aprovechado el emprendimiento por todos; es decir, se explica que es necesario que no solo los jóvenes por tener más acceso a redes sociales estén informados; que también, los usuarios de edad adulta debe integrarse activamente por saber qué emprendimientos están surgiendo en el territorio nacional; otro comentario es el que hay que explotar o ir a incursionar para acompañar y divulgar los emprendimientos que están lejos de la ciudad; en comentario a esto, que se pueda aprovechar el trabajo que hay en cada uno de los departamentos.

Otra afirmación es que existen aspectos que no recaen en sí en la plataforma porque se trabaja de forma conjunta con otros espacios; pero que eso solo es algo que se maneja de forma interna.

Por último, pero un comentario muy optimista, el que la plataforma se debe abrir a la integración con empresas que sean nacionales o internacionales para que el emprendedor vea a su negocio como algo más consolidado y con más confianza como producto de esfuerzo.

13. ¿Cuál es la forma adecuada de emprender en el mundo digital desde las plataformas virtuales?

Nuestra nueva era está determinada por una cantidad de programas que han sido utilizadas por muchas empresas para mantener un contacto más cercano con su público, interconectando con muchas personas a través de conexión a la internet donde actualmente las personas acceden por su diversidad de herramientas que favorecen las estrategias del marketing en cuanto a la promoción de una marca.

Por esa razón, Jenny Mercado añade que lo primero es creer en ellos mismos, informarse totalmente a través de los sitios autorizados como son los canales adecuados y lo más importante es informarse a dónde tienen que dirigirse y qué información llevar.

Por su parte, Kenner Salinas explica que los talleres de acompañamiento que se han impartido a los protagonistas principalmente es sobre la importancia que tienen que su negocio esté presente en las redes sociales no solo que estén presentes sino cómo realizar una publicación correctamente en qué horario, qué demostrar y si no tiene esa presencia en redes sociales también se le brinda la información para posicionar y proyectar su negocio en las redes sociales.

Igualmente, Jazmina Cano planteo que la mayoría de los emprendedores no están digitalizados, lo que nos ha venido a digitalizar obligatoriamente es el hecho de la pandemia, entonces eso lo tenemos que retomar y reforzar, porque la pandemia tiene un rostro bueno y un rostro malo, entonces la pandemia de cierta forma ha venido acelerar ese proceso que tienen los emprendedores, entonces la plataforma ha potencializado y necesita digitalizarse para establecerse en el mercado.

Por ese motivo, Humberto González indicó que en primer lugar tener familiarización con las herramientas de las dinámicas digitales, es decir ¿para qué voy a utilizar qué cosa? el emprender en el mundo físico es sencillo porque conoces a tu cliente de manera física, en el mundo digital estas abriendo espacio hacia un mundo probablemente desconocido, probablemente no conoces tu segmento, no sabes quién va a consumirlo, si nosotros no conocemos cual es la lógica de la naturaleza, la dinámica con las que funcionan las herramientas digitales y para qué, es un paso decisivo y eso tiene que ver con la parte organizacional, poder ver tu capacidad comunicativa, apuntar siempre

a la innovación, apuntar siempre a la calidad total y estar presto siempre renovando en cuanto a los procesos porque el mundo digital es muy cambiante.

La palabra clave que se puede inferir en relación a los comentarios de cada especialista es: cambio; por qué, bueno por el hecho que para poder ser un emprendedor desde las plataformas virtuales expresan los entrevistados que es necesario informarse en todo momento sobre cómo deben presentar su producto en las redes sociales; ahí la plataforma apoya mucho desde el acompañamiento que les brinda; también el aspecto de aprovechar los contextos en los que se esté viviendo un especialista afirmó que con esto de la pandemia se abrió el tema de la capacitación digital para todo emprendedor; otro elemento es el de familiarizarse con las herramientas digitales para que haya una armonía en todo lo que se vaya a publicar de forma virtual. En específico, los entrevistados coinciden que el cambio de modo de operar en el mundo está ligado en lo virtual y es desde ese aspecto que también se debe ejecutar con los emprendimientos en el país.

14. ¿Por qué los emprendedores deberían de conocer las diferentes plataformas digitales?

Las plataformas digitales son la alternativa de comunicación que tiene toda persona que quiere darse a conocer como marca o como emprendedor, estas plataformas llegan a la mano de todas las personas en tan poco tiempo y en costos muy bajos, donde la aceptación y el éxito depende de la creatividad, innovación y calidad en disposición del mismo.

Conjuntamente, Jenny Mercado manifiesta que es un medio alternativo para salir adelante, creo que no solo ahora es necesario tener un establecimiento físico donde te pueda reducir a compras mínimas sino también en una plataforma digital, podés ingresar múltiples cantidades de servicios y de ofertas y de mercadería y de producto; entonces, es una plataforma abierta donde vos podés decir tengo tantas unidades en el top que no necesariamente, las tenés en un lugar físico, pero las podés crear para cierto tiempo, tiene ventajas como delivery, tienen muchas ventajas.

Ante esta pregunta Kenner Salinas opino que es un espacio para mejorar su proceso a oficializar su negocio, a registrar su marca y saber que tienen a alguien que los va a ayudar porque al final todo esto es a beneficio del país. Nicaragua Emprende viene

buscando el dinamismo para todo el país y una de las etapas principales es acompañar y fortalecer que esos pequeños negocios y emprendedores crezcan y diversifiquen y de esa manera, tengan empleo otras personas.

Del mismo modo, Jazmina Cano planteó que es fundamental que se conozcan y poder aplicar correctamente, el emprendimiento es un camino que vos debes de estar claro, de hacia donde son los objetivos tuyos en el momento, en el ahora, cuando uno está claro de los objetivos que ha tomado y conocer cuáles son esas plataformas que te llevaran a esos objetivos, porque vos no puedes pasar a una expo pyme sino has pasado por un proceso de formalización de negocio, entonces eso te permite guiar de manera acertada el camino que quiere el emprendedor para su negocio y eso te permite también saber cuál es tu abanico de oportunidades y qué faceta de tu emprendimiento vos vas a ser más asertivo con tu negocio.

De igual modo, Humberto González expuso que deben conocerla, porque quienes la han conocido y lo han aprovechado han tenido un resultado en su modelo de negocio, de estar expuesto a la crítica, a cómo estar expuesto al interés del cliente de otra manera el emprendedor no va a saber si su producto gusta o no gusta, puede mejorar o no. Debe conocer estas plataformas para poder posicionarse a una competencia que probablemente hoy esté sentada sobre sus laureles este emprendimiento cuyo producto se quiere posicionar, pueda ser una competencia muy importante; pero, además no es solo conectarse con el cliente sino con otros negocios; desde el momento que la persona conoce la plataforma y hace uso de la plataforma se conecta con un mundo directamente desconocido y esto le hace conectar con proveedores de conocer otras empresas que pueden ser alianzas otras personas que decidan hacer compras como pueden ver inversionistas es un mundo que mucha gente no conoce.

Las respuestas de los especialistas están dirigidas a que se debe conocer las diferentes plataformas digitales, porque vienen a fortalecer a su emprendimiento. Los llena de aprendizajes y les permite ejecutar de forma certera cualquier tipo de paso que deseen ejecutar. El aspecto digital es fundamental para cualquier emprendedor que está en proceso de proyectar su trabajo y es a través de las plataformas en las que puede lograr el propósito de vender y ser conocido.

15. ¿Cómo incide la comunicación digital en el impacto social de los emprendimientos?

La comunicación digital crea rumores y de esto crea un alcance que puede ser medible según estadísticas que las mismas plataformas te brinda como parte de sus herramientas, esto te indica en que está fallando tu publicación y como debes mejorarlo, los emprendedores de esta manera están más cerca de sus clientes quienes en sus mensajes les indica sus emociones sobre su servicio o producto.

Primeramente, Jenny Mercado comento que es una evolución constante, incide que el emprendimiento vaya evolucionando y llegando a muchas más personas a través de los medios digitales. Ahora no solo el nicaragüense puede comprar producto nicaragüense, sino todo el mundo, puede saber que esta persona o este Emprendimiento está vendiendo este producto nicaragüense a través de los medios digitales internacionales pueden internacionalizar su producto.

Paralelamente Kenner Salinas enunció que puede tener un impacto positivo, negativo dependiendo la perspectiva del emprendedor y el tipo de información que está recibiendo e incluso si tiene acceso a los medios digitales porque muchos emprendedores están usando estos medio principalmente las redes sociales, miramos cómo entran a los grupos de venta la Market place o quizás han visto una materia prima que ellos necesitan así que es un medio que utiliza uno para mantenerse comunicado con su cliente, ofrecer su producto o servicio encontrar su materia prima más accesible puede tener un impacto más positivo o negativo.

Ante ello, Jazmina Cano verbalizó que nos estamos encontrando con emprendimientos que además de lograr un ingreso, logran tener un repunte positivo por ejemplo en el medio ambiente en alguna solución que básicamente el emprendimiento se dedica a eso, es buscar una solución a una problemática existente, entonces cuando buscas la solución a esa problemática estás cumpliendo con la idea de negocio que es generar un ingreso.

Complementándose esta repuesta, Humberto González comunico que enormemente, tienen una herramienta de muy bajo costo o de ningún costo que le permite llegar a más personas que nunca el lograr estar en un video en una entrevista en un artículo

una fotografía que llegar a decenas de personas desconocidas que permite tener un impacto en tu modelo de negocio; pero además visibiliza que en Nicaragua es posible emprender. Si hablamos de impacto social estamos hablando de reconocimiento de gente que hoy teníamos un congreso donde se hizo un en vivo en Facebook y hubo gente que me escribió: “hasta me dio ganas de emprender” ahora imagínate que sea un discurso, una presentación de cómo han impactado las escuelas de oficio en los municipios de Nicaragua basados en los oficios tradicionales; ahora, imagínate cuando uno sale en las plataformas vende sus productos, comenta su experiencia, relata su proceso y lo ve otra persona que quiere emprender. Tiene un impacto importante de que la gente me conozca y diga: “Yo conozco a esa persona”. Hay un impacto desde la comunicación social desde la acción de emprender.

Los especialistas responden que el impacto que puede generar el trabajar con plataformas digitales está dirigido a la óptica del emprendedor; es decir, lo que se vea como positivo o negativo; pero, que de estos dos se debe aprovechar para ir avanzando en la idea y reforzando debilidades. Nunca se debe detener con alguna dificultad, sino aprovecharse y complementar con nuevas estrategias para que el emprendimiento vaya evolucionando y llegando a muchas más personas a través de los medios digitales. Estos medios, que utiliza uno para mantenerse comunicado con su cliente, ofrecer su producto o servicio, encontrar su materia prima más accesible y tener un impacto más positivo que negativo. De igual manera, se expresó que con los emprendimientos además de lograr un ingreso, logran tener un repunte positivo; por ejemplo, en el medio ambiente u otro rubro. Esto está relacionado a que siempre se encuentra la forma de ayudarse uno ayudar a otros y ayudar el entorno.

16. ¿Cuál es la manera correcta de motivar al emprendedor a utilizar los diferentes espacios de promoción digital?

La motivación de las personas depende muchas veces de la concientización y el apoyo emocional para poder continuar con los retos y dificultades que te brinda la vida, desde la psicología y la comunicación el ser humano es un ser social que llega a pertenecer a un grupo determinado según su cultura y crianza, desafiar positivamente a una persona a continuar sus metas es una de las esencias del éxito.

Primeramente, Jenny Mercado relata que dándolo a conocer podemos motivarlos; haciéndolos, valga la redundancia: protagonistas. Que ellos se sientan los protagonistas de esta feria, de estas plataformas, que ellos sean los principales objetivos para que salgan adelante, ningún otro objetivo como la ganancia propia de la plataforma simplemente que ellos sean los protagonistas del emprendimiento de toda la plataforma.

En secuencia a lo anterior Kenner Salinas detalla que explicándole la importancia que estos tienen en la actualidad principalmente en el contexto actual en cómo las redes sociales tuvieron un mayor crecimiento porque las personas no querían salir de su casa. Así, que muchos emprendedores optaron por trasladarse a la parte digital; principalmente las redes sociales como Facebook, WhatsApp, etc.

Por otro lado, Jazmina Cano agrega que no hay mejor lugar que tu emprendimiento para poder comenzar a utilizar los espacios de emprendimientos y es un aspecto que nos ha costado, el nicaragüense está acostumbrado a la comercialización, hay un gran trabajo que se está realizando desde la plataforma, de lograr que el emprendedor conecte su modelo de negocio con un modelo de negocio digital.

En conclusión, Humberto González menciona que, uno le puede venir a decir misa a un emprendedor que probablemente esté divorciado de las herramientas digitales; pero, si él no ve resultados no lo va a convencer a cómo puede haber alguien que conozca casos de ejemplos que fueron relevantes. Nosotros podemos llegar a un emprendedor para despertar su interés en el uso de las herramientas digitales a través del ejemplo, a través de casos de éxitos. En la medida que nosotros promovemos no sólo del emprendimiento sino cómo el emprendimiento hace para desarrollarse, para crecer para posicionarse y si esto implica las plataformas digitales es muy seguro que la gente pregunte y dónde puedo aprender, dónde enseñan eso, cómo puedo mejorarlo, cómo hago yo sino tengo conocimiento.

Al responder esta pregunta, los especialistas comentan que es importante motivar al emprendedor desde la historia de vida de otros colegas u homólogos que han aprovechado el espacio digital y la plataforma para hacerse conocer. Otro aspecto es la motivación personal que se puede ofrecer a los emprendedores para que ellos se animen a ocupar los espacios digitales; no sólo compartir un aspecto de beneficio monetario sino

una satisfacción de que vean cómo se proyecta su idea de negocio.

17. ¿Qué tipo de actitud debería de tener un emprendedor ante una idea de negocio?

El estado de ánimo de una persona puede ser cambiante por las distintas circunstancias de la vida, pero especialistas lo detallan que mantener una mente positiva, con cualidades alegres y carismática en todo momento, es una lucha constante, es viajar siempre en contra corriente, pero es el compromiso del ser humano tomar cada situación con calma para lograr el éxito.

Completándose esta repuesta, Jenny Mercado comunica que más de igual forma dejarla aterrizar para que se crea que es una idea que se necesita resolver algo. No es algo de plantear una idea solo porque me guste, sino que es una idea que debe resolver, tiene que ser una idea realista que tenga que resolver una problemática a una necesidad y no porque me guste algo lo voy a hacer, sino que vengo a resolver con esa idea.

A la vez en este argumento, Kenner Salinas expuso que muchos emprendedores tienen miedo de dar ese paso de ir más allá de ver qué va a pasar, si lo van a apoyar si su producto realmente se va a vender se va a comercializar; pero principalmente se trabaja desde la plataforma Nicaragua Emprende cómo ayudar a ese emprendedor a vencer ese miedo que le impide quizás crecer y la resistencia al cambio.

Ante ello, Jazmina Cano verbalizo que el hecho de creer en vos mismo, el hecho que nos han compartido de nunca desistir, son palabras muy repetitivas, amar lo que haces entonces todos esos elementos que se han reunidos a través de las piezas audiovisuales, mucho de ellos con mucha repetición, nos están indicando algo, vos tenes la confianza y crees en la idea de tu negocio, vos no podes iniciar un negocio en algo que a vos no te gusta a ser, entonces la actitud debe ser siempre positiva y establecer formalmente como emprendimiento.”

Paralelamente, Humberto González enunció que debe de ser abierta, la actitud de un emprendedor depende del nivel de maduración del que esté si apenas está iniciando puede haber mucha información que más bien le cause temor y superar esa zona de miedo, le antecede que ya pasó por una zona de confort donde esa persona estaba tranquila con

lo que estaba haciendo y luego dijo: “Bueno, voy a emprender-pero- ¿Cómo lo hago? y de repente empiezan las oportunidades que pueden surgir; pero él desconoce ese mundo no tuvo un tipo de experiencia previa a eso; entonces, pasas por una zona de temor que luego llegan a tener una zona de aprendizaje que implica y esa mejora pudieran ser mejor crecimiento estabilidad, la diversificación entre otras cosas”.

Los especialistas mencionan que la actitud que debe tener el emprendedor debe ser positiva. Ese positivismo generará con razón lógica, el que haya una forma de vencer el miedo que puede causar el iniciar o mantenerse con la idea de negocio; ellos, los especialistas, explican que el emprendedor tiende a presentar cierto estamento de miedo o desconfianza cuando emprende. Pero, uno en la plataforma le explica que debe observar su emprendimiento positivamente; y considerar, que esa idea que tiene va a resolver algún problema o situación. Porque a través de amar lo que uno hace, se puede condicionar el hecho actitudinal.

18. ¿Cuáles son los factores que impiden la continuidad en la idea de un emprendedor?

Los factores que pueden desmotivar la idea de un emprendedor se categorizan en muchas, desde asuntos emocionales hasta económicos, pero todo se cierra en la actitud y el compromiso que tiene cada persona para poder trasladar un negocio a otro nivel, puede que no sea fácil, pero siempre hay alternativas y soluciones que complementen la salida de un problema.

De la misma forma, Jenny Mercado manifestó qué esa idea tal vez no sea única, que su negocio no sea único, que no haya visualizado su público meta, que no tenga definido un espacio, por lo menos una página web, que plataformas o que redes sociales puede ocupar o su mercadería, su producto, su prototipo a qué tipo de gente va referido, pueden ser muchas cosas.

En otro orden de ideas, Kenner Salinas explico que es la parte económica, un emprendedor puede manifestar un “X” proceso, pero eso implica adquirir una máquina o contratar a otro personaje la limitante principal es siempre la parte económica para iniciar, la ventaja que el gobierno ofrece bonos y con esto se pueden ayudar a que su negocio crezca significativamente.

Mientras que, Jazmina Cano que cuando estas desmotivado, de ahí empieza el factor, los factores son muchos pero de ahí desencadenas, ya no comercializas, cuando vos abandonas tu idea de negocio no estás al tanto no estás buscando cómo innovar, ya prácticamente el emprendedor está creando el atraso de su emprendimiento o bien el desaparecer esa idea de negocio porque no te fue bien, entonces ya no la voy a continuar, vos a dedicarme a otra cosa o voy a pasar de nuevo como una persona con un salario que le pagan por lo que hace.

En secuencia, Humberto González planteó que las experiencias y eso puede tener múltiples orígenes o razones, causas; a veces nosotros podemos ser muy sentimentales muy emocionales y cuando una persona ya te desmotiva, una persona te cierra las puertas, no te trata igual que otra persona y entonces ya empezamos a desmotivarnos y es donde menciona ese tema de las habilidades blandas de lograr habilidades personales de lograr fortalecer ese espíritu en función de la perseverancia y la constancia.

Con relación a las respuestas que se han enfatizado por parte de los especialistas ante esta pregunta, se llega a la conclusión, que como factor que impide la continuidad o idea de un emprendedor está variado. Por ejemplo, el hecho que se vea el negocio del emprendedor como que no es el único y que tiene mucha competencia en relación al producto que él o ella está ofreciendo; otro es el de la economía, el no verse con el dinero suficiente para continuar o que sus ingresos no son los esperados; también el de la desmotivación, cuando no hay apoyo por parte de elementos cercanos al emprendedor y se compartió de igual forma.

19. ¿Qué recomendaciones daría usted a las personas que han decidido comenzar una idea de negocio?

Posiblemente muchas personas comienzan a implementar una idea de negocio, pero no tienen una dirección, sino que la actividad económica lo ejercen de manera empírica quedando muchos de ellos estancados en un solo ciclo sin poder evolucionar, ahora bien, los especialistas mencionaran cuales son esos pasos claves basados en experiencias cercanas al tema de emprendimiento e innovación desde una economía creativa.

Por esa razón, Jenny Mercado añade que primero debe tener en cuenta que, una idea de negocio muchas veces puede fallar y que tenes que replantearse muchas veces la idea, la idea se transforma, se construye, según la necesidad que tenga el individuo y la necesidad que tenga la comunidad, que siempre pueden salir adelante según la creatividad y el afán de negocios que tengan, la perseverancia también y que no pierdan las esperanza de reinventarse.

En otras palabras, Kenner Salinas comenta que no se den por vencidos y que sepan que existe la plataforma Nicaragua Emprende a través del gobierno están dispuesto a ayudarlo, que acudan al MEFCCA solicitar acompañamiento a buscar información y que sepan que no están solos”.

En el mismo orden de ideas, Jazmina Cano comparte que deben de abocarse a las instituciones correspondiente porque hay mucha gente cuando comienzan a emprender, tienen muchas dudas, entonces recomendamos siempre, a recurrir al ministerio de la economía familiar para dar un seguimiento a estos emprendedores para que potencialicen su idea de negocio, yo lo que le recomendaría, aunque parezca tedioso sentar cabeza y comenzar a crear una idea de modelo de negocio, luego lo ejecutamos.

De igual forma, Humberto González menciona que ser persistente, ser constante; pero además avanzar rápido identificar cuáles son los pasos que deben desarrollar en función de su idea de emprendimiento, conectarse con la gente a veces se puede tener temor de expresar a otros incluso familiares una idea. La idea que creen que es ganadora pero probablemente el refuerzo de esa idea está en otra persona a la medida que se logra identificar que se logre acercar a buenas personas que pueden nutrir, que pueden mejorar esa idea de negocio, porque creen que es esa opción, creo que el lograr insertarse en un espacio en un ambiente en un grupo donde la idea pueda nutrirse es lo mejor y un espacio como ese es Nicaragua Emprende.

Los especialistas confirman a través de sus respuestas ante la interrogante que se debe ser paciente al momento de emprender, que nunca se debe dejar la perseverancia; ya que es una virtud que se logra con esa tranquilidad de saber que se le estará apoyando porque desde el apoyo que puede dar la plataforma existe la continuidad de estar progresando en el país. Una de las expresiones de los especialistas fue “que sepan que no

están solos” siempre un emprendedor deberá seguir un protocolo de pasos con el entusiasmo positivo, que generará el sentirse bien acuerpado desde esa búsqueda de información y acción que completará con éxito todo lo que ellos pretendan.

20. Usted conoce el programa televisivo Nicaragua Emprende, ¿Cuál es su contenido?

La comunidad TN8 ha brindado un espacio para abordar los diferentes temas relacionados con emprendedores y así mismo la presentación de estos con su idea de negocio rescatando el proceso y la esencia de sus productos y servicios, más a profundidad los especialistas nos detallaran esos elementos de transmisión televisiva que realiza la producción de Nicaragua Emprende.

Asimismo, Jenny Mercado declaro que es motivar al protagonista para seguir adelante, hacerle ver que él es lo más importante que tiene la plataforma, él es el único que puede ser su jefe y que puede dar a conocer una marca no solamente nacional.”

Del mismo modo, Kenner Salinas planteo que es un espacio televisivo que se le brinda a los emprendedores para que vayan a promocionar sus productos qué están haciendo. Es un espacio importante porque la televisión es algo caro y no se les cobra ni un costo y se le da la oportunidad de hacer publicidad y también sirve como un punto de motivación para que se unan otros emprendedores a través de las experiencias vividas.

Ante esta pregunta, Jazmina Cano confeso que el contenido es seguir promocionando a los emprendimientos, tenes la promoción desde que un emprendedor desea venir al programa, quiere promocionar su emprendimiento y darse a conocer, además que estamos en seguimiento y cómo evolucionan estos, porque ellos entran en una faceta inicial, pero luego de que ellos salen de acá inyectan esa energía y luego quieren generar más cosas, ampliarse, además de lograr ese seguimiento con cursos y maestrías que se están brindando para fortalecer el conocimiento del emprendedor con especialista hablando del tema financiero que es ese talón de Aquiles de los emprendedores con sus problemáticas que enfrentan en el día a día, estamos en esa temática de respuestas que surgen en el ecosistemas del emprendedor.

Por último, Humberto González manifestó que el contenido de este es las

entrevistas al emprendimiento son las visitas a su espacio del trabajo es dar a conocer lo nuevo. Yo creo que no he visto pasar dos veces a un mismo emprendimiento. Por lo tanto, se considera que el contenido que están pasando es siempre fresco; es decir se le está dando siempre a las personas la oportunidad de proyectar, de poder venderse de poder darse a conocer a través de entrevistas, colectivas individuales.

El comentario a esta interrogante se sintetiza a que la Plataforma digital de Nicaragua Emprende es un espacio televisivo que se le brinda a los emprendedores para que vayan a promocionar sus productos que están haciendo. Desde luego, se les brinda apoyo desde una producción audiovisual, mismo que no tiene costo, porque se le brinda para que se motive a crecer como emprendedor y así compartir a los demás sus experiencias. Este espacio también apoya con gestiones para que el emprendedor logre formalizar su marca.

21. Considera que la producción de este programa satisface las expectativas de su público meta y sus emprendedores ¿Por qué?

Conocer el pensamiento y la postura de los especialistas desde el análisis y la comprensión en cuanto al proyecto de Nicaragua Emprende desde el área de producción y proyección televisiva, se manejará datos que se incorporaran dentro del DAFO que aportaran un espacio en nuestro modelo de plan de comunicación integral, como muestra de la investigación detallándose lo siguiente:

En seguimiento de la pregunta, Jenny Mercado establece que Sí, satisface las expectativas porque es un hecho que ha venido creciendo no podemos obviar que es una plataforma que ha venido creciendo y esa es la mejor muestra que la plataforma está funcionando que ha aumentado los protagonistas que se han llegado a más sitios de nuestro país; entonces, esa es la mayor prueba que está funcionando que más emprendedores la están usando que más emprendedores están siendo parte de la plataforma y que la plataforma está llegando a todos los niveles.

Por otro lado, Kenner Salinas menciona que sí, porque les brinda la oportunidad a los emprendedores de ir a compartir sus experiencias y ha tenido aceptación porque igual se les explica a los emprendedores que existe un programa exactamente para ellos y que siempre está a la disposición de los emprendedores.

Asimismo, Jazmina Cano destaca que estamos muy contentos de lograr esa manifestación de felicidad en el rostro de los emprendedores, eso nos confirma que la gente está muy satisfecha al tener la oportunidad de contar con un espacio para promocionar su marca, de que la gente lo conozca, de que puedan utilizar este material para alimentar sus redes, para nosotros estamos seguro por bocas de ellos desde la aparición en el programa Nicaragua Emprende, han recibido nuevas propuestas, eso te da una respuesta de que hay un buen público que acepta muy bien el programa, pero siempre estamos buscando como lograr dar más, lograr mejorar porque sabemos que no somos perfectos, pero nosotros nos vamos acoplando en base a las necesidades del emprendedor, vamos de la mano con reinventando, escuchándolo, porque necesitamos seguir creciendo y para crecer necesitas escuchar a tu público.

En otras palabras, Humberto González añade que es bastante fresco que una producción que no es estática siempre podemos esperar cada jueves algo diferente y creo que a la medida que se fue integrando el formato de escribir en las redes de las visitas, por ejemplo, tenés la oportunidad de estar viendo las entrevistas o el video, dando la oportunidad de llegar a más público.

Cada especialista menciona que sí se está cumpliendo con las expectativas hacia los protagonistas y los consumidores; mencionan que esto se observa desde la integración y crecimiento de más emprendedores que se presentan para solicitar un espacio en la plataforma, el fortalecimiento de negocios que están ampliándose con las compras y buenas referencias que dan de los consumidores. También, el hecho de aceptar que como cualquier plataforma no hay tanta perfección y que todo se puede mejorar.

22. ¿Qué recomendaciones brindaría a los productores y los generadores de contenido de plataformas digitales?

Productores y generadores de contenido, son personas que relativamente están relacionada en cuanto a la proyección de materiales audiovisuales, estos u estas utilizan estrategias que se vinculan a la pre producción, producción y la post producción, muchas de estos sujetos promueven y comparten las ideas de emprendedores dándole un auge de reconocimiento y recomendación antes una determinada segmentación de seguidores.

Para empezar las declaraciones, Jenny Mercado establece que tal vez comenzando porque los productores deberían tener una alianza y una comunicación constante con sus emprendimientos que deben de saber que sus productos van a llegar un poco más allá de lo que ellos esperan o un ámbito internacional, tal vez y de muy buena calidad, para eso.”

Del mismo modo, Kenner Salinas expone que primeramente que eviten publicar especulaciones bien, que indaguen bien porque las redes sociales es un medio poderoso, más que todo mantener en imagen, la ética, porque hay muchas personas que andan publicando información no adecuada.

Puesto que, Jazmina Cano menciona que cada quien tiene su forma comunicativa de transmitir un mensaje en el caso de los productores, cada quien sabe cuál es el perfil que tiene su programa pero es importante de que nosotros como productores conozcamos muy bien el tipo de emprendedor que tenemos en nuestro país, y aprendamos a potencializar a través de una entrevista el o la idea de negocio, que tiene el o la emprendedora, y por la parte de los influencer es bueno hacer conciencia de que no todos somos grandes empresas, son emprendimientos y pequeños, que están comenzando a surgir y así como ellos tienen un deber con la sociedad así también lo tienen los influencer, así habilitar esa cercanía entre un influencer y un emprendedor, es fundamental no solo verlo como una cuestión de ingresos monetario, el emprendedor es una persona que tiene sus dificultades y que al igual que el que le ha costado como al que tiene renombre, recordemos que una cosa es el costo para un emprendimiento y otro es el costo para una empresa que ya es de renombre, porque a veces la cifras son desorbitantes para un emprendedor, más cuando tienes el conocimiento que es un emprendedor de verdad, un micro emprendedor que no pasa de una persona que trabaja y genera económicamente para sustentar un plato de comida en la mesa, ahí sí daría mis recomendaciones en que todos los emprendedores no son empresarios y no tienen la capacidad de poder pagar a un influencer para hacer publicidad.

Paralelamente, Humberto González sostuvo que salir de Managua hay mucho más qué documentar allá fuera encontrar la forma, los recursos, las alianzas que les permitan a ustedes conectarse más con ese ecosistema de emprendimientos que hay afuera, muchas veces la gente tiene que viajar hasta Managua y tienen que salir muy temprano, los que vienen de más lejos o dormir desde un día anterior y venir hasta aquí, mucha gente lo hace y confirma cuántos creen en la plataforma, cuántos creen en el programa, cuánta

importancia le dan a la participación de la plataforma que es bastante corto porque no cansa, te deja siempre con las expectativas creo que desde la visita que se hacen pudiesen hacerse más allá de los horizontes más inmediatos. Ir más allá de Masaya, Granada, Carazo y ustedes mismos van a darse cuenta de lo que yo mismo acabo de mencionar que en cualquier parte del país se está haciendo un sin número de cosas importantes esa visión que el emprendimiento tiene en el país; entonces creo que una de las recomendaciones podría ser establecer alianzas con las instituciones que hoy pudiesen garantizar incluso desde la pre elección, la previa identificación de los emprendimientos y ustedes pueden llegar allá a través de los locales de economía creativa se puede hacer incluso hablar sobre cómo los emprendimientos están teniendo un peso mayor en cuanto a la libre expresión.

Los especialistas dan como recomendaciones los siguientes aspectos: Que se debe ampliar fronteras a los emprendedores que ya están en el medio y que su producto se está aprovechando, darles un empuje con la presentación de dicho rubro a un ámbito internacional.

Que al momento de presentar el contenido del emprendedor se debe trabajar con la ética de no difundir información que no esté debidamente respaldada. Recordar que estamos ante un mundo que está contaminado con la información falsa y a veces se puede filtrar en algún comentario o aspecto de la entrevista. Es decir, ser muy cuidadoso al momento de la producción televisiva.

Otro aspecto a recomendar es el hecho de que el encargado de hacer la producción visual tenga la habilidad de aprovechar cada aspecto que pueda beneficiar al emprendedor, y por último, se recomendó el que se debe explorar en el país para difundir el trabajo emprendedor de pobladores que se encuentran en muchos de los municipios del territorio nacional.

CONCLUSIONES

- En la elaboración de esta investigación se logró describir a manera teórica y práctica desde las declaraciones de emprendedores, especialistas y expertos en temas de innovación y emprendimiento, como la Plataforma Digital y Televisiva “Nicaragua Emprende” como se aporta al desarrollo de nuestro país, por medio de la creación de espacios alternativos para pequeños negocios emergentes, en el municipio de Managua.
- A través de la opinión de 8 protagonistas referente a la Plataforma Digital y Televisiva “Nicaragua Emprende”, se destaca que estos espacios son sustantivos para su desarrollo como persona, y que gracias al apoyo brindado por la dirección de Nicaragua Emprende y sus alianzas estratégicas (MEFCA, Nicaragua Diseña y Nicaragua Creativa) se contribuyen fundamentalmente a la proyección de sus negocios, desde el acompañamiento directo y asesoría para la mejora de sus marcas y productos.
- Nicaragua cuenta con talento humano y espacios que promueven la economía creativa a nivel nacional, con la finalidad de contribuir al desarrollo humano integral de la nación, fortaleciendo la economía desde la creación espacios alternativos de empleos dignos y creativos.
- Nicaragua Emprende no tiene completamente fundamentada su identidad corporativa e imagen, por ende, sus protagonistas desconocen claramente la razón y el proceso de acompañamiento de sus marcas o productos a nivel nacional.
- Dentro del apartado de discusión y análisis las cuales se tomaron como muestra a cuatro especialistas y cuatro expertos en temas de innovación, emprendimiento y producción comunicacional, se destaca el manejo de información que tienen estos profesionales sobre estas temáticas, basado en su experiencia y acompañamiento de diversos procesos de emprendimientos en nuestro país.
- El Producto final de esta investigación y gracias al aporte de las y los entrevistados, se logró elaborar la propuesta de Plan de Comunicación para la Plataforma Digital y Televisiva “Nicaragua Emprende”.

RECOMENDACIONES

UNAN-Managua

- Dar continuidad a esta investigación, en algunas asignaturas enfocadas a la comunicación estratégica, la publicidad, las relaciones públicas, proyectos o investigaciones de fin de curso, enfocadas a fortalecer estas áreas sustantivas que promueven el emprendimiento y la innovación en nuestro país.

Nicaragua Emprende

- De igual modo, se debe considerar un Taller de Inducción Nicaragua Emprende con los insumos facilitados en el Plan Comunicacional, orientado a futuros protagonistas de la Plataforma Digital y Televisiva “Nicaragua Emprende”.
- Como parte de los lazos estratégicas entre la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua (UNAN-Managua) con Nicaragua Emprende, presentar este proyecto con fines de mejora.

Plan de Comunicación

- Crear un área responsable del proceso comunicacional de Nicaragua Emprende
- Valorar las estrategias proyectadas para fortalecer las diversas áreas sustantivas de Nicaragua Emprende.
- Ejecutar las actividades propuestas en este plan, que fortalecen las capacidades de sus protagonistas y quehacer de Nicaragua Emprende.
- Proyectar la identidad corporativa y su imagen, desde las diversas plataformas y espacios producto de las alianzas desarrolladas por el GRUN.
- Monitorear este Plan de Comunicación para Nicaragua Emprende desde el área de comunicacional.

- En modo de observación y por recomendación del jurado, se recomienda que la marca gráfica de Nicaragua Emprende se registre de Propiedad Intelectual del Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC).
- Generar un espacio de comunicación desde el MEFFCA que fortalezca la comunicación y las estrategias dentro de las diversas direcciones enfocadas en innovación y emprendimiento, entre ellas para fortalecer la comunicación de la plataforma digital y televisiva Nicaragua Emprende.

RESUMEN EJECUTIVO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

Es importante destacar que los resultados de la investigación por medio del Grupo Focal y Entrevistas a Expertos y Especialista brindaron los elementos necesarios de la propuesta del Plan de Comunicación para la Plataforma Digital y Televisiva “Nicaragua Emprende”.

En este Plan se muestran las estrategias dirigidas a los Públicos Internos (empleados que conforman y prestan servicio a la marca Nicaragua Emprende al igual que las alianzas) y Externos (Emprendedores de las diferentes marcas del país).

De igual modo, se desarrollan diversos planes desde la Comunicación para el Desarrollo, fortalecidos con la creatividad, la innovación, el diseño Gráfico, la Publicidad y las Relaciones Públicas.

El Plan de Comunicación a Nicaragua Emprende muestra las estrategias dirigidas a satisfacer las necesidades encontradas, entre ellos desarrollar Talleres de Inducción a los emprendedores en la pre producción, la producción y la pos producción televisiva, fortalecer la Marca Gráfica y su Identidad Corporativa, entre otros.

Asimismo, fortalecer la identidad corporativa, la imagen y uso de la Marca, desde la propuesta planteada en este documento, productos de las opiniones de expertos y especialistas en el tema, también de las sugerencias de experto en diseño gráfico, puesto que este último no es parte de nuestro perfil como profesional, sin embargo, es necesario a considerarse debido a que la comunicación es muy amplia y se apoya de esta disciplina al crear muchos productos visuales.

Finalmente, se presentan las actividades o eventos que pueden ser considerados a desarrollarse en plataforma de *Nicaragua Emprende*, y se presentan también, el presupuesto general de este proyecto.

OBJETIVO GENERAL

Presentar propuesta de Plan de Comunicación para la Plataforma
Digital y Televisiva Nicaragua Emprende.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar las principales debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de Nicaragua Emprende.
- Valorar la Planificación para fortalecer la Comunicación Interna y Comunicación Externa.
- Caracterizar las estrategias de Comunicación Interna y Comunicación Externa.
- Perfilar Plan del Trabajo Creativo desde la Comunicación.
- Diseñar Plan Identidad Corporativa e Imagen.
- Crear Manual de uso de la Marca Gráfica.
- Elaboración de spot publicitario radial, televisivo y gráfico, para las redes sociales de Nicaragua Emprende.
- Proponer Plan de actividades para la marca Nicaragua Emprende, desde el área de Comunicación de Nicaragua Emprende.
- Presentar presupuesto de la propuesta del Plan de Comunicación.

PRESENTACIÓN DEL DAFO

D	A	F	O
Nicaragua Emprende no cuenta con un eslogan, enfocado a su razón de ser.			Las y los protagonistas concuerdan que el eslogan debería de ser: <i>“Nicaragua emprende, promoviendo tus ideas”</i> ,
	Nicaragua Emprende no tiene un área de comunicación.		Desarrollar un espacio comunicación, para atender solamente aspectos comunicacionales de Nicaragua Emprende (NE).
		Talento creativos e innovador de las y los emprendedores a nivel nacional.	Desarrollar encuentros para fortalecer las capacidades de las y los protagonistas.
	Nicaragua Emprende no tiene un Plan de Comunicación Integral.		Potencializar las capacidades de Nicaragua emprende desde el Desarrollo de este Plan de Comunicación.

PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y COMUNICACIÓN EXTERNA

Para ellos se fusionó el resultado del Grupos Focal Emprendedores y Entrevistas a Especialistas y Expertos en innovación y creatividad relacionado con Nicaragua emprende.

Según, los protagonistas de Nicaragua Emprende el eslogan debería de ser *“Nicaragua emprende, promoviendo tus ideas”*, donde uno de sus mayores atributos es que impulsan el talento y la creatividad de cada emprendedores como parte de la dedicación y trato que los posiciona como un punto de proyección, a la vez que se tiene la capacidad para impulsar las diferentes marcas del país, debido a que su experiencia en el mercado lo convierte en exclusiva de las y los emprendedores previamente capacitados, para atender de la mejor forma a todos sus usuarios.

Planificación

Basado en esta primera experiencia, desde la comunicación interna los colaboradores están aptos para convivir entre ellos, cumplen con los valores que han sido su guía durante estos 4 años, los cuales son el respeto entre ellos mismos, derecho a expresarse y mostrar su creatividad, cada uno de los colaboradores pueden o dar ideas de cómo reacomodar, pintar y manejar los asuntos internos del proyecto, esto ocasiona un mejor ambiente laboral, produce mejor fiabilidad y estabilidad del lugar para futuras colaboraciones con alianzas integrales.

El conocimiento a la agenda de actividades estos se guían mediante las fechas más importantes del año las cuales, crean y programan ferias y capacitaciones para todas las marcas. El equipo de trabajo cumple con el reglamento de horarios de 8:00 am a 5:00 pm; otro punto muy importante es que no cuentan visualmente estructurada con una visión, misión y objetivos de la empresa solo se han logrado guiar ha sido con la poca información en redes sociales y las declaraciones en expertos y especialistas.

Estructura de eventos especiales

La plataforma Nicaragua Emprende solo tiene planificación de eventos para capacitar a sus emprendedores en los ámbitos de trato con el cliente, reuniones de familiarización y creatividad entre los trabajadores y propietaria para lograr su meta mensualmente, pero no tienen capacitaciones de Redes Sociales que deberían fortalecer y aumentar conocimientos a sus colaboradores.

Los colaboradores cumplen con el estar pendiente de las necesidades de los emprendedores, para promover con efectividad sus marcas, por ellos las y los emprendedores mencionaron lo fundamental que es el apoyo en cada uno del proceso de madurez de la marca o producto, de los diferentes rubros.

Habilidades expresivas

En este apartado se logró identificar que la plataforma Nicaragua Emprende mantiene un contacto cercano con sus seguidores, sin embargo, no es visible el verdadero funcionamiento de la plataforma, no refleja con exactitud su identidad corporativa como objetivos, misión, visión y valores.

Resultados de herramientas de Comunicación Externa

Este escrito corresponde a los resultados de las entrevistas realizadas a los protagonistas de Nicaragua Emprende en cuanto a su experiencia como usuarios y la observación de la comunicación interna del lugar, desde mi experiencia como investigador y parte de la producción, durante las Prácticas de Profesionalización II.

Los emprendedores afirmaron que sus necesidades son escuchadas y desarrolladas en las plataformas digitales, así como en la televisión tanto como atención cordial, de su marca, considerando a Nicaragua Emprende, como parte de su familiar.

Sin embargo, algunos emprendedores nuevos han compartido que se les tiene un trato diferente en cuanto proyección de sus productos, como sugerencias, es importante explicar a cada emprendedor durante el desarrollo de proceso de inducción a Nicaragua Emprende.

Planificación

Los emprendedores de Nicaragua Emprende comentaron que sus horarios de televisión que son los jueves de 9:00am a 10:00 am, no son estratégico porque la mayoría de la población trabaja y consideran de un reprise para captar más audiencia en horarios donde la familia este reunida, en cuanto a la duración del programa mencionaban que es muy corta y muchos de ellos no desarrollan bien la esencia de su marca.

Estructura de eventos

Los emprendedores se sienten motivados con el evento anual que realiza la plataforma, donde las marcas más destacadas de todo el país son las que realizan su exposición en sus diferentes rubros.

Las diferentes actividades que realiza la plataforma como Rock City con alianzas estratégica, han sido muy importantes para el dinamismo de esta la vinculación con espacios como Nicaragua Emprende en sus diversas Ediciones.

Comunicación institucional y responsabilidad social

Para Nicaragua Emprende es promover, desarrollar las ideas creativas de los emprendedores desde sus valores cualitativos.

Se mostró como lo más esencial desde la atención, acompañamiento, de los especialistas y expertos para promover las marcas.

La señalización está presente en el lugar como los rótulos de salida-entrada, portar su mascarilla y la distancia de las personas, como parte del protocolo del MINSA ante la pandemia.

Habilidades expresivas

En resumen, los emprendedores clasifican o destacan que la comunicación más acertada es la presencial y virtual, porque sienten una mejor relación con los colaboradores, un mejor seguimiento a su necesidad, posibilidades de obtener mejor alcance y que sean visto desde el reconocimiento visual desde la identidad corporativa que es una de las barreras que se da.

**ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA NICARAGUA
EMPRENDER**

Plazo	Estrategia	Monitoreo de Resultados
Mediano plazo (cada 6 meses)	Desarrollar encuentros motivacional en cada semestre del año	Valoración de encuentros con los emprendedores para capacitarlos en sus negocios con expertos de la materia, que los impulsen a materializar sus ideas concretamente.
Medio Plazo (6 meses)	Organizar actividades creativas que generen comercialización de productos de los emprendedores	Determinar que proyección de los productos finales de cada emprendedor, son más viables y efectivos
Largo plazo (9 meses)	Fortalecer la confiabilidad entre los asociados de Nicaragua Emprende, forjando un lazo entre los asociados y los emprendedores que se unen para formar un solo equipo.	Nivel de confianza entre los asociados y los emprendedores se reflejará en la coordinación de las actividades estipuladas anteriormente, sintiendo un mayor acercamiento a cada emprendedor, manifestando empatía en cada uno de los que integran este proyecto de emprendimiento.

**ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA PRODUCCIÓN
DEL PROGRAMA NICARAGUA EMPRENDER**

Plazo	Estrategia	Monitoreo de resultados
Mediano plazo (cada 6 meses)	Pre producción: Expandir el rubro de los emprendedores en la Producción digital y Televisiva en la Plataforma Nicaragua emprende en los diversos eventos.	Desarrollar una agenda de emprendedores más completa en todo el rubro nacional acercando nuevos emprendedores al programa, mayormente de los departamentos.
Medio Plazo (6 meses)	Producción: Mayor dinámica en el programa de televisión.	Comunicación del público en el programa, aumentando el rating del programa para expandir la creación de los artículos de los emprendedores. Realizando dinámicas propuestas por los expertos que mostraron sus conocimientos a los emprendedores.
Largo plazo (9 meses)	Post producción: Desde el material audiovisual de los productos mostrados en el programa, se debe valorar con expertos en publicidad y en comunicación.	Expansión del material audiovisual por medio de las redes sociales, por la que conste cada emprendedor (Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, etc.) donde el material producido se adecua a la plataforma. De igual modo, medir el rating o aceptación del programa una vez producido, con fines de mejora.

**ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA PROTAGONISTAS
INNOVADORES Y EMPRENDEDORES DE NICARAGUA EMPRENDER**

Plazo	Estrategia	Monitoreo de resultados
Mediano plazo (cada 6 meses)	Mejoramiento de la producción en el mercado por medio de las estrategias que brindan los expertos de Nicaragua Emprende, a través de charlas en proyección y sostenibilidad de los rubros y marcas en el mercado.	Valorar continuamente la manera de cómo el emprendedor se mantendrá vigente en el mercado local, sin ningún decaimiento del producto, extendiendo la confiabilidad de sus artículos a la población en general.
Medio Plazo (6 meses)	Sostener la estabilidad económica por medio de talleres enfocados en el tema.	Monitorear la estabilidad y base económica de un emprendedor será quien guie su metodología de intercambio de productos en bienes económicos, manifestándose en divisas que ayuden a su familia y su negocio, para seguir surgiendo en la sociedad.
Largo plazo (9 meses)	Llegar a nuevos usuarios o clientes a nivel nacional, por medio de estrategias de promoción del rubro o la marca.	Caracterizar a los clientes según los diferentes rubros, desde esa lógica motivar los usuarios y los clientes con pequeños incentivos establecidos por los mismos emprendedores.

**ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA PROTAGONISTAS
EN PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA NICARAGUA EMPRENDER**

Plazo	Estrategia	Monitoreo de resultados
Mediano plazo (cada 6 meses)	Capacitación de emprendedores en temas de comunicación asertiva, desde la presentación en vivo y entrevistas.	En el momento de la presentación de productos en el programa con los emprendedores, es necesario que se preparen muy bien, para poder presentar su producto de una manera más asertiva.
Medio Plazo (6 meses)	Organización del set	Fortalecer la organización de los productos en el set, cómo el emprendedor mostrará sus artículos a la población en general, y la forma de exaltar la confección y dedicación que tiene la mercancía del emprendedor.

PLAN DEL TRABAJO CREATIVO DESDE LA COMUNICACIÓN

La marca de “Nicaragua Emprende” ha desarrollado 4 Ediciones en nuestro país, manteniéndose en estos años consecutivo por sus estrategias comunicacionales y los espacios que esta ofrece a la comunidad emprendedora, para impulsar las diferentes ideas logrando resultados aceptables en el público. Foto. 19 Digital.



De igual modo, Nicaragua Emprende da acompañamiento desde la dirección y equipo de esta plataforma siendo una de las cualidades más representativas de esta plataforma en Nicaragua, que mantienen a la vez alianzas con otras instancias en Nicaragua orientadas al emprendimiento y la innovación:

Es importante detallar que se tiene como objetivo estratégico fomentar la creatividad, la innovación y el talento de las y los nicaragüenses en los modelos de negocios y emprendimientos, puesto que Nicaragua Emprende se acompaña del Ministerio de la Economía Familiar (MEFCCA) quien es el encargado de coordinar e implementar políticas programas y estrategias, fomentando las capacidades para el desarrollo de la economía familiar.

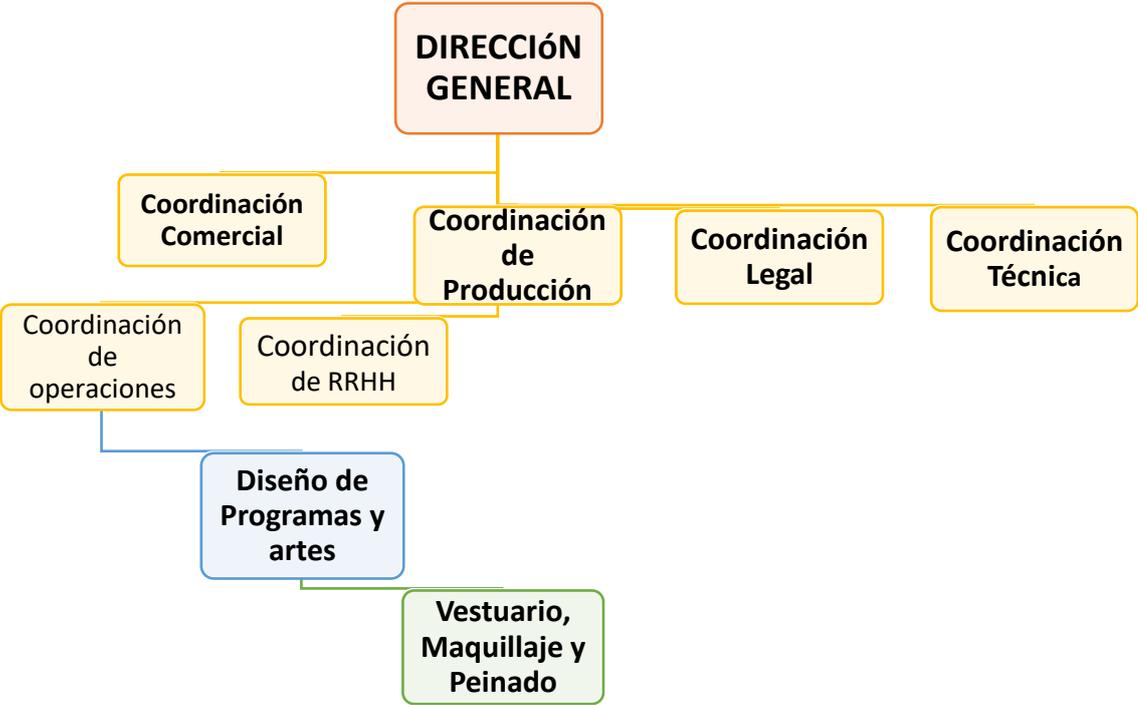
De igual modo, cuenta con otros espacios de impacto como es Nicaragua Diseña y Nicaragua Creativa que tiene como método impulsar, promover y fomentar una economía creativa y emprendedora a través de diseño, arte y moda, por ese motivo, todos estos espacios tienen un común denominador desarrollar la creativa basado en el talento nicaragüense de sus emprendedores, brindándoles un servicio gratuito y de fácil acceso a las y los nicaragüenses.

Por ese motivo, la plataforma Nicaragua Emprende está posicionada en las mentes de los emprendedores, en el segmento geográfico, en pocas palabras las personas prefieren el espacio de “NE”, gracias al acompañamiento que se les brinda a los emprendedores y el impulso publicitario facilitado en los diferentes puntos estratégicos de proyección visual.

La marca Nicaragua Emprende se posiciona demográficamente, por medio de sus canales de comunicación, entre ellos:

- Edición anual organizada por las Alianzas integrales gubernamentales, para la promoción de emprendedores.
- Plataforma televisiva transmitida a través del medio de comunicación TN8.
- Spot publicitario para la integración de nuevos emprendedores, tanto televisivos como digital.
- Impulso de proyectos por medio de ferias y otras alianzas, para el reconocimiento de la plataforma y de los emprendedores.
- Tienen una línea fija destinada a whatsApp, para entender de manera más ordenada a sus clientes.
- También cuentan con redes sociales como Instagram y Facebook

Organigrama



Beneficios

Por otro lado, el segmento de beneficios de Nicaragua Emprende, está ubicada en el segmento de emprendedurismo nicaragüense, siendo los principales beneficios:



Por otro lado, la publicidad en internet es la que más le conviene fomentar a Nicaragua Emprende, este es el medio con mayor crecimiento, puesto que las Redes Sociales además de estar al alcance de la mayoría de los usuarios, son de bajo costo y mayor impacto mundial., y aunque estas plataformas tienen su programa en Canal 8, es necesario considerar la producción de este programa televisivo desde los departamentos.

Nicaragua Emprende está dirigida a las personas que tienen una idea de negocios y quieren proyectarla, para un avance de reconocimiento de los diferentes usuarios y posibles compradores, también se dirige a la población de hombres y mujeres en las edades de 18 a 25 con la finalidad que estas personas se desarrollen con su marca y puedan generar un valor económico y reconocimientos, al llegar a más públicos.

Objetivo de Nicaragua Emprende

En Nicaragua Emprende tenemos como objetivo que las y los emprendedores interactúen y se proyecten con la plataforma a nivel nacional, manteniendo la sostenibilidad de sus marcas-servicios-producto, por medio de los diversos espacios que brinda nuestro Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional.

Publico Meta

Público Interno	Público Externo
Productores y Generadores de Contenido.	Emprendedores Alianzas

Pensamiento o sentimiento a proyectarse:

- Nicaragua emprende es un servicio para todo el público que quiere y desea desarrollar su creatividad, y a la vez fortalecer su economía.
- Nicaragua Emprende te ofrece proyectar las marcas de emprendedores desde lo digital y la televisión, a nivel nacional.
- Nicaragua Emprende es un espacio estratégico que llega a los diversos sectores del país, y cuenta con alianzas serías y reconocidas internacionalmente.
- Nicaragua Emprende es una marca exclusiva para la comunidad emprendedora en nuestro país.

Pensamiento o sentimiento que debe ser minimizado:

- Nicaragua Emprende no limita los ingresos de los emprendedores, para ser proyectados en la plataforma.
- Nicaragua emprende es una marca solo para mayores de 18 a 24 años.

En conclusión, el mayor beneficio de Nicaragua Emprende es la accesibilidad y efectividad a la marcas y rubro del emprendedor, reconociendo a la vez a este protagonista con las demás personas que forman parte de esta plataforma, conllevándolo a un ambiente de confianza, amabilidad y acompañamiento asistido, para mayores resultados.

PLAN DE IDENTIDAD CORPORATIVA E IMAGEN NICARAGUA EMPRENDE

MISIÓN

Proyectar a las y los protagonistas de emprendimientos nacionales a través de medios del Poder Ciudadano y medios digitales alternativos con producciones audiovisuales enfocados en negocios factibles y atractivos a las familias nicaragüenses.

VISIÓN

Ser la mejor vía de proyección de emprendimientos nicaragüenses con alianzas integrales impulsadas por nuestro Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional que fortalezcan el desarrollo humano de manera integral en nuestro país.

OBJETIVOS

- Motivar, promover y acompañar a las y los protagonistas emprendedores en nuestro país.
- Desarrollar espacios de proyección y publicidad a bajos costos de los emprendedores nicaragüenses
- Fomentar la importancia del consumo del servicio y producto hecho a mano de los nicaragüenses.
- Mejorar la economía y proyección de las marcas o rubros de los emprendedores desde esta plataforma.

VALORES

- Liderazgo
- Trabajo en Equipo
- Compromiso
- Seguridad
- Solidaridad

LOGOS



ESLOGAN DE LA CAMPAÑA

“Nicaragua Emprende, promoviendo tus Ideas”

Razón de ser del Eslogan

El eslogan afirma el compromiso de Nicaragua Emprende con la sociedad nicaragüenses al impulsar la creatividad de sus habitantes, resaltando el potencial nacional, en pos del Desarrollo Humano de nuestro país.

La meta de este eslogan es entrelazar el bien común que se manifiesta en la sociedad, siendo una plataforma creativa para poder exponer productos de diversas maneras, los cuales ayudarán a un beneficio económico a cada familia nicaragüense, maximizando el esfuerzo de cada ciudadano por emprender un negocio para su propia sostenibilidad.

El desarrollo de la creatividad se manifiesta en la mayor parte de los emprendedores a nivel nacional, teniendo una visión más exacta de la actualidad que viven y las necesidades que ellos mismos observan a su alrededor, buscando como solventar cada una de estas necesidades.

MANUAL DE USO DE LA MARCA GRÁFICA

1. Orientaciones Básicas

Este manual recoge los elementos constitutivos de la identidad visual de la marca Nicaragua Emprende, como elementos constitutivos establecen las pautas de construcción, el uso de tipografía y las aplicaciones cromáticas de la marca.

La estabilización de la imagen de la marca necesita una atención especial a las normas expuestas en este manual, como documento que garantiza una unidad de criterios de la comunicación y difusión pública.

El manual es una representación viva y consiente en todas las aplicaciones de la imagen corporativa de la marca, cuyas orientaciones plasmadas en este documento no tratan de limitar la creatividad, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades ingeniosas de comunicar su propia esencia.

2.2 La marca



2.2 Construcción y modulación

Se clasificaron las medidas por red social.

Facebook:

- Publicaciones de enlace: 1200 x 628 px
- Publicaciones de imagen: 1200 x 630 px
- Imagen de portada: 820 x 312 px
- Perfil de imagen: 170 x 170 px

Instagram:

- Publicaciones comunes: 1080 x 1080 px

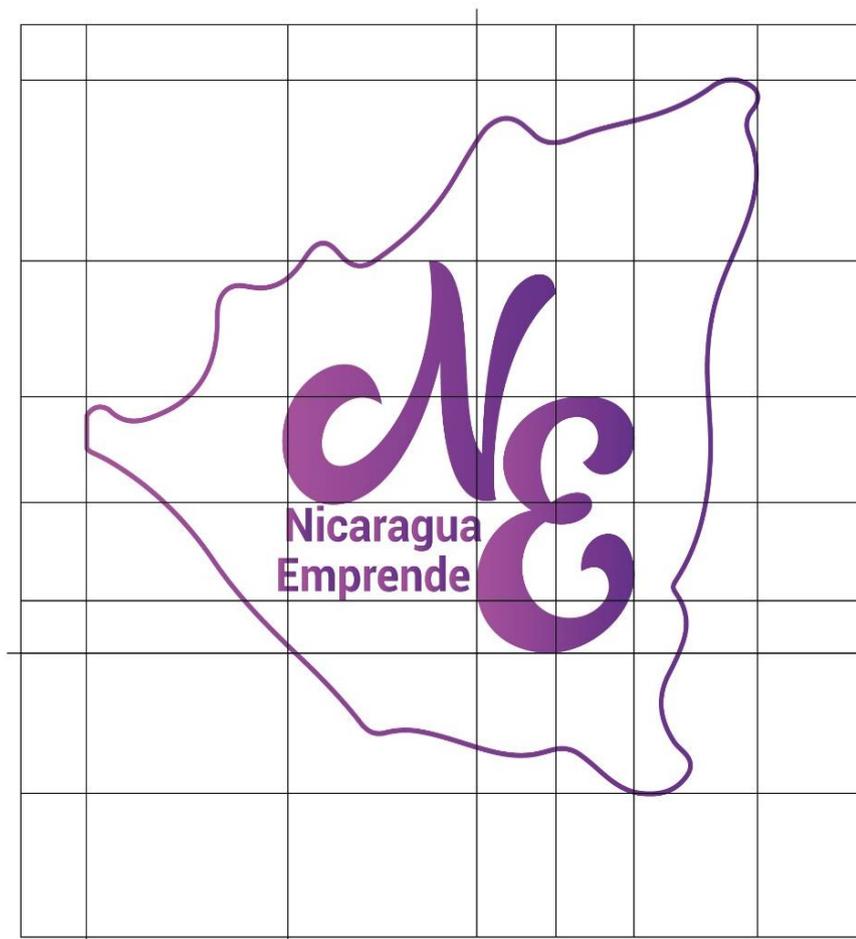
- Perfil de imagen: 110 x 110 px

Medidas para diseño horizontal

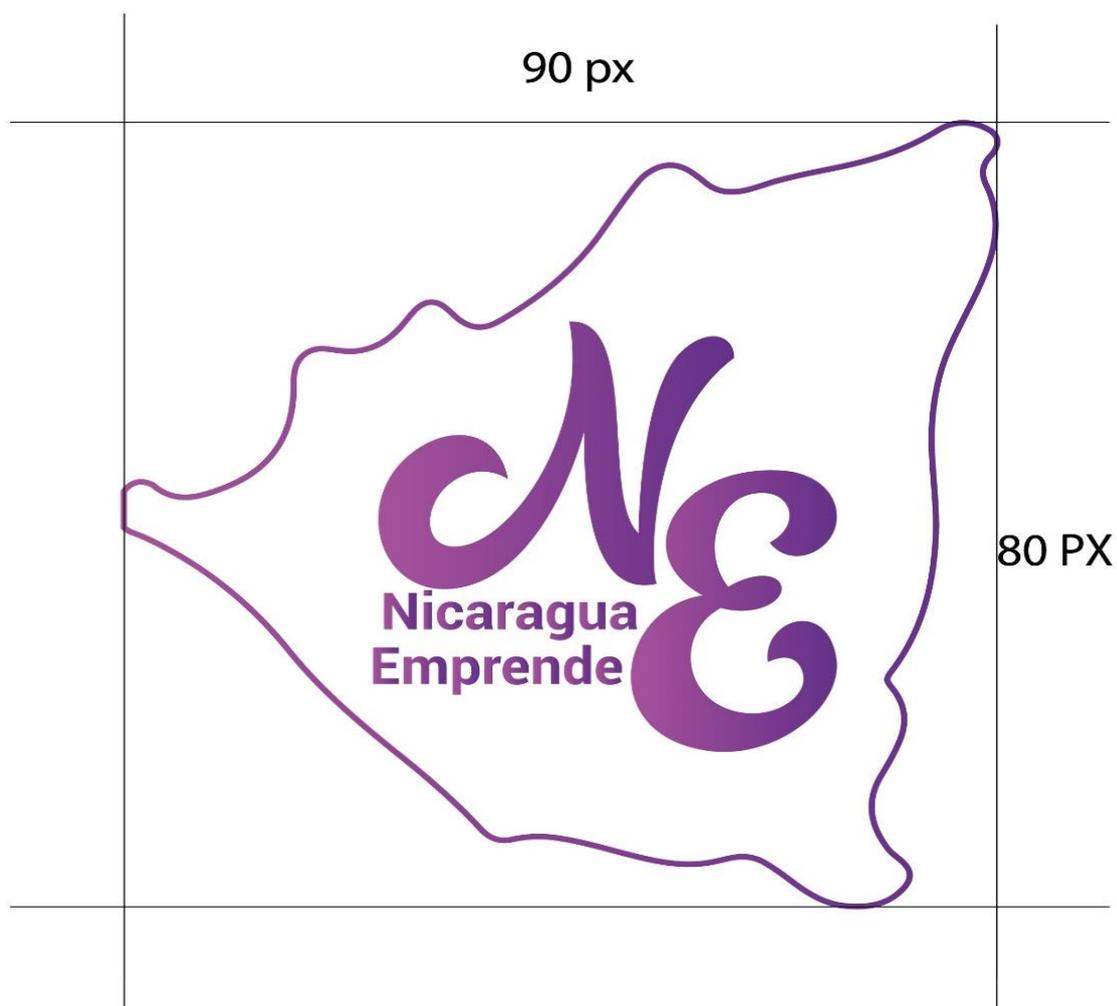
- 250 px x 150 px
- 350 px x 75 px
- 400 px x 100 px

Medidas para diseño vertical (cuadrado)

- 160 px x 160 px

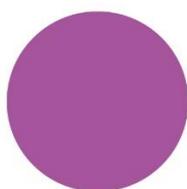


AREA DE PROTECCIÓN



Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo, esta área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en la percepción y lectura de la marca. La construcción del área de respeto. Siempre que sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio separando el logotipo del resto de elementos de la página (textos e imágenes)

2.3 Color



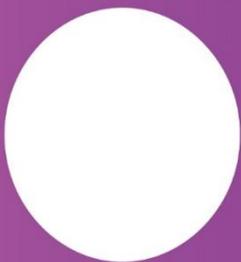
Color Hexadecimal

CMYK: C: 41% M:77% Y:0% K:0%
RGB:: R:166 G:82 B:154
HTML: A6529A



Color Hexadecimal

CMYK: C: 76% M:91% Y:0% K:0%
RGB:: R:100 G:50 B:138
HTML: 64328A



Color Hexadecimal

CMYK: C: 0% M:0% Y:0% K:0%

RGB:: R:255 G:255 B:255

HTML: FFFFFFFF

2.4 Positivo /negativo

Positivos



Negativos



2.5 Tamaños

Desde un tamaño máximo ilimitado, se establecen unos tamaños mínimos de producción impresa y digital.

Impresión

OFFSET/SERIGRAFÍA



Máximo 30 mm



Mínimo 20 mm

Digital

WEB/VIDEO



Máximo 160 px



Mínimo 100 px

2.6 Tipografía



Para la elaboración del logotipo se utilizó la tipografía *Catchland*, por ser un tipo de letra innovador y de acceso gratuito.

Ab	Condensand
Ab	<i>Condensand Italic</i>
Ab	<i>Condensand Italic</i>
Ab	Thin
Ab	Light
Ab	Black
Ab	Bold

Se sugiere como fuente adicional la tipografía Roboto, por tener una amplia familia de fuente ideal para diseños.

Ambos tipo de letras pueden ser encontradas en la pagina <https://www.dafont.com/es/> cuyo acceso y descarga es gratuita.

3. VARIANTES Y OTROS USOS

(Uso en fondos de color e imágenes)



Fondo de color claro no corporativo.



Imagen o fotografía con predominio oscuro.



Imagen o fotografía con dominante clara.

Uso sin denominación



4. USOS NO CORRECTOS

Aquí se muestran algunos ejemplos de aplicación incorrecta de la marca. El mal uso desvirtúa y perjudica la notoriedad de la misma. Estas recomendaciones son extensivas a todas las variantes de la marca.

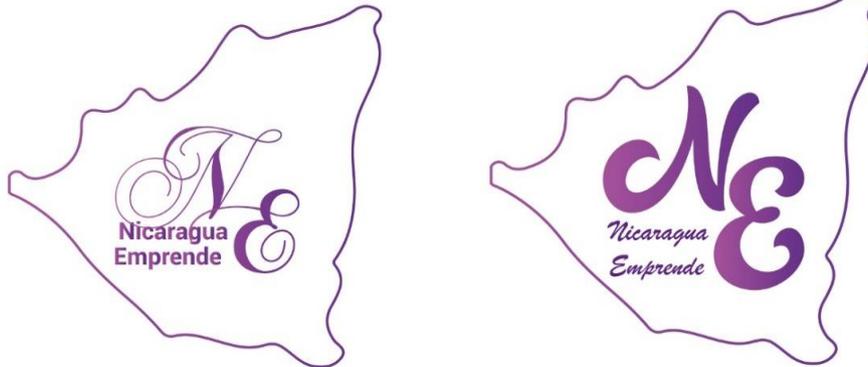
- Mal uso o modificación de los colores corporativos



- Cambios en la distribución o eliminación de los elementos



- Cambio de tipografía



- Distorsión de las proporciones horizontal y vertical



- Uso en baja resolución



5. APLICACIONES



SPOT PUBLICITARIO RADIAL, TELEVISIVO Y GRÁFICO

- **Guion de spot publicitario, para redes sociales de la marca Nicaragua Emprende**

Efectos	Recursos	Música	Tiempo	Planos
Se utiliza la transición por defecto o mejor dicho disolución clisada en el segundo 4 para pasar al 5.	Forrado de actividades que hace Nicaragua Emprende.	Iniciamos con una música motivadora.	00:04 sg	General– medio
Se utiliza la transición cruzada de nuevo en el segundo (00:18 para pasar al 00:19)	Presentador explica detalles de la importancia de las actividades de Nicaragua emprende.	Aquí la música tiene un toque más bajo con evolución a emocionante.	05:18 sg	Plano americano
Transición cruzada, para sincronizar las tomas en el (20:21 sg)	En la siguiente toma el emprendedor tiene en la mano una camisa de su marca y las observa con cara de emocionado.	Sigue en tono alto.	19:20 sg	Medio corto
			21:30 sg	Medio medio

La transición cruzada para finalizar y coordinar con la siguiente toma en el (31:32 sg)	Emprendedor aborda su punto de vista.	La música baja un poco regresa con un poco de suavidad.		
Transición cruzada en el segundo (52:53 sg)	Imágenes de los emprendimientos en acción girándose la toma en continuidad del ambiente.	Aquí la música sube un poco más Porque ya casi finalizamos.	32:52sg	Primer plano
Transición cruzada para finalizar el video (59:01 minuto)	Logo de Nicaragua Emprende con el cintillo para videos.	La música finaliza emotivamente.	56:01 minuto	Plano entero

- **Guion radial del spot publicitario, para redes sociales de la marca Nicaragua Emprende**

Locutor	Texto	Tiempo	Recursos
	Intro música	01 al 05 sg	Upbeat Ukulele
Locutor #1	Hola amiga, como estas?	05 al 16 sg	En tono más bajo dejamos la música Upbeat Ukulele.
Locutor #2	Me siento triste amiga, ¡mi negocio no crece!	17 al 25 sg	Sigue la misma pista de música.
Locutor #1	Tu idea de negocio es fabulosa, ¡animo! te recomiendo que acudas con Nicaragua Emprende y todo el mundo sabrá de ti.	26 al 38 sg	La pista sigue igual solo se utilizarán el efecto de me gusta o clic para cuando la locutora mencione las redes sociales.

Locutor #2	Y como me contacto con ellos?	39 al 45 sg	Se mantiene la música en baja modulación.
Locutor #1	En redes de Facebook o Instagram, búscalo como Nicaragua Emprende, ellos te contestaran al instante.	45 al 50 sg	Se utilizan el efecto de me gusta o clic para cuando la locutora mencione las redes sociales
Locutor #1 y #2	Recuerda que: <i>“Nicaragua emprende, promoviendo tus ideas”</i>	50 al 53 seg	Se finaliza el material aumentando el sonido de la música.

- **Publicidad visual**



PLAN DE ACTIVIDADES PARA LA MARCA NICARAGUA EMPRENDE (NE)

Para la creación de estas actividades tomamos en cuenta, la importancia del valor de motivación en los emprendedores, se puede divulgar a través de las diferentes redes sociales, Spots en el espacio televisivo y el mayor fuerte el cara a cara, realizando dos encuentros al año para el empoderamiento de las diferentes marcas emprendedoras, estas pueden desarrollar en el I Semestre y II semestre.

I Semestre (febrero)

Temática del mes: Impulso Emprendedor

Fecha del encuentro: 12 de febrero.

Esta actividad tendrá como objetivo alimentar el conocimiento y el valor de emprender en Nicaragua con charlas motivacionales, por parte de expertos que compartan estrategias claves, para que sean aplicadas por las y los protagonistas.

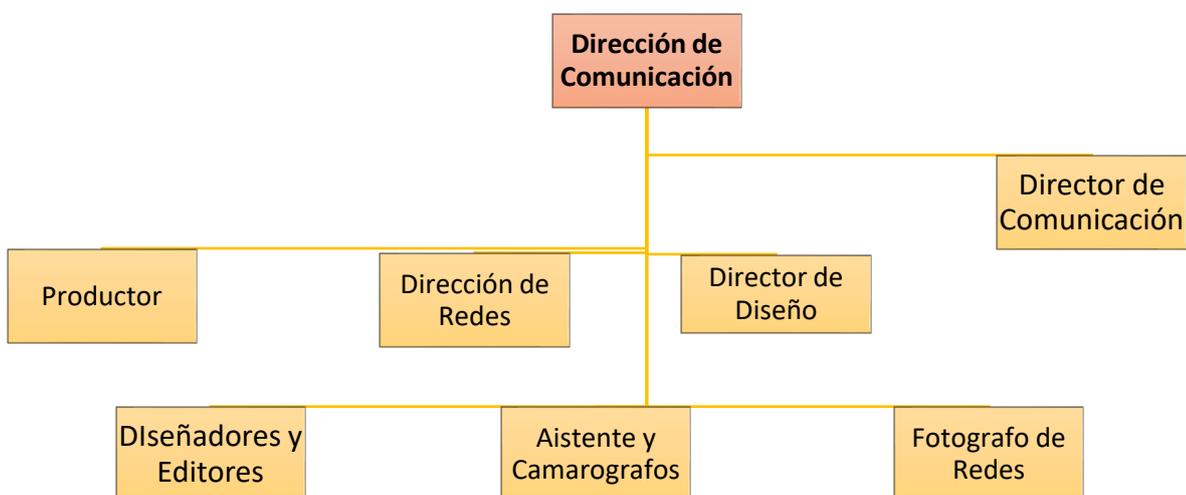
II Semestre (agosto)

Temática del mes: La cosecha emprendedora.

Fecha del encuentro: 12 de agosto.

Esta actividad tiene como función de desarrollar la continuidad de la primera charla analizando las estrategias desarrolladas y dando respuesta a las y los emprendedores de ver crecer y proyectar su marca, se pretende excelentes resultados que servirán como testimonio para empoderar a otras marcas.

Organigrama de una Dirección de Comunicación para la producción



Normas Generales de la Dirección de Comunicación, para el desarrollo de actividades en Nicaragua Emprende:

1. Diseños, elaboración de plan de redes sociales, capacitación de redes, manejo de redes, materiales audiovisuales.
2. Elaborar invitaciones digitales, enviarlas a los medios de comunicación, ruedas de prensa o en vivos masivos que colabores con las redes de la marca.
3. Organización de eventos públicos, colaboraciones con influencer que tengan relación con la marca.
4. Creación de material audiovisual, fotografías, videos, spot publicitario de radio, televisión y redes sociales.
5. Monitorear los avances de las estrategias de comunicación desde corto, mediano y largo plazo.
6. Manejo completo de las redes sociales de la empresa.
7. Capacitar asesoramientos en redes, comunicación interna y los que sean necesarios en la institución.
8. Manejo de los componentes de información y difusión de las redes sociales.
9. Aprobar el material de información que se difunde y relaciones públicas utilizadas.
10. Analizar y consensuar toda información relacionada a Nicaragua Emprende con la Dirección previa a ser remitida a los medios de comunicación, redes o web.
11. Dar a conocer los actos y/o eventos públicos donde miembros de Nicaragua emprende que han participado, dándolas a conocer a los colaboradores que se integren a NE.
12. La Dirección de Nicaragua Emprende es la única que puede emitir Juicio y defensa en los temas relacionados a la imagen institucional y cooperativa de la empresa, velará por el manejo correcto, mediante las reglas de orden del manual cooperativo.

Procedimiento para la organización de eventos institucionales

Responsable	No. De paso	Actividades
Departamento superior o dirección de comunicación de NE	1	Solicita actividades, indica fecha, hora según el formulario de eventos. (12 de febrero y 15 de agosto)
DCI	2	Desarrolla actividades con fines estructurados del proyecto.
	3	Enviar la solicitud al área de bienes y servicios para el evento próximo (refrigerio para todos, arreglos, limpieza del evento, pantalla y accesorios)
Área de compras	4	Se comprará refrigerio para el día del evento (presentación del resumen ejecutivo)
DCI	5	Solicita el listado, de miembros de la mesa principal, expositores del resumen de la actividad.
	6	Solicita la asistencia de la dirección general de la empresa (Xiomara Blandino)
	7	Elaboración de Resumen Ejecutivo para dirección general.
	8	Elaboración de invitación de convocatoria.
	9	Verificación de la organización del evento, que todo esté completamente impecable para llevarlo a cabo.

	10	Elaboración de la mesa, limpieza y pantalla para los spots.
	11	Recibe a los expositores de la mesa y aliados del proyecto.
	12	Proporcionar el documento a exponer a los aliados del proyecto.
	13	Documenta el evento, con fotografías, videos, audios y un saludo en redes sociales del evento.
	14	Edita las fotografías y videos previamente tomados para guardar en archivos.
	15	Monitorea las redes y respuestas del evento. Nicaragua Emprende.

Cronograma para desarrollar ambos eventos

ENERO						
D	L	M	M	J	V	S
						1
2	3	4 Reunión de grupo (decidir y discutir la selección de los emprendedores 1:00pm a 2:30pm.	5 Visitar a la directora de Nicaragua Emprende para conversar se acordó de ambas partes llevar a cabo este plan de RRPP.	6 Propuesta de misión, visión y objetivos a la marca.	7 Entrevistar a la directora y a la productora del programa 2:00pm a 4:00pm.	8
9	10 Carta de acuerdo, correo, propuesta de cronograma.	11	12 Inicio de aplicación de encuestas a los colaboradores.	13	14 Seguimiento de las aplicaciones de instrumento y visita a Nicaragua Emprende.	15
16	17 Seguimiento de aplicación de los instrumentos a los emprendedores, expertos y especialista en innovación y emprendimiento	18	19 Revisión completa de los instrumentos realización de análisis.	20 Reunión de grupo para revisión del análisis y realización de FODA.	21	22
23	24	25 Entrega de análisis de las aplicaciones de instrumentos.	26	27	28	29
30	31					

JULIO						
D	L	M	M	J	V	S
				1	2	3
4	5	6 Reunión de grupo de emprendedores para proceder con el plan creativo.	7	8	9 Conversación con la directora para un mejor análisis en nuestro plan creativo.	10 Revisión completa del plan creativo con todo el grupo, por video llamada.
11	12 Entrega del plan creativo.	13 Reunión del grupo, iniciando a con la creación del resumen de Nicaragua emprende.	14	15 Video llamada de grupo con finalidad de incrementar, la lluvia de ideas para presentarles una propuesta del plan de imagen e identidad de NE	16	17 Propuesta enviada a los especiales y expertos del plan de imagen.
16 Creación del plan de actividades y las estrategias de comunicación interna y externa en NE	18 Reunión del grupo, con expertos, especialistas para el análisis y creación de los tipos de mercado para las nuevas marcas	19 Creación de los borradores de viñetas, guion radias y guion del spot para redes sociales.	20	21 Reunión del grupo de 9:00 am a 2:00 pm para la revisión completa del borrador del resumen Nicaragua Emprende.	22	23
25	26	27	28	29	30	

PRESUPUESTO

N°	Concepto	Valor	%De incidencia
1	Informe analítico.	\$200	40%
2	Planificación para fortalecer la Comunicación Interna y Comunicación Externa.	\$80	17%
3	Estrategias de Comunicación Interna y Comunicación Externa.	\$40	6%
4	Plan del Trabajo Creativo desde la Comunicación.	\$60	6%
5	Diseñar Plan Identidad Corporativa e Imagen.	\$40	8%
6	Crear Manual de uso de la Marca Gráfica.	\$100	10%
7	Elaboración de spot publicitario radial, televisivo y gráfico, para las redes sociales de Nicaragua Emprende.	\$35	2%
8	Proponer Plan de actividades para la marca Nicaragua Emprende, desde el área de Comunicación de Nicaragua Emprende.	\$80	9%
9	Monitoreo del proyecto desde el cronograma.	\$20	2%
Total:		\$655	100%

GLOSARIO

- **Comunicación Alternativa**

Es la que se emplea que sustituye el habla tradicional y transmite una información a través de otros medios que se encargan de difundir información de manera masiva.

- **Corporativa**

Es aquella entidad que maneja un organismo administrativo desde el enfoque empresarial que cumplen una política y una imagen comunicacional.

- **Emprendedurismo**

El emprendedurismo es considerado uno de los actos más importantes para el desarrollo económico de un país. Lo cual conlleva a la creación de empresas que tengan un progreso en el ámbito de innovación y tecnología.

- **Factibilidad**

Son las condiciones que presenta un ambiente en el desarrollo de un proyecto que estimulen los recursos con los que se cuentan para su realización en función del éxito.

- **Feedback**

Es la interacción que se tiene con una determinada audiencia en cuanto a las respuestas de un estímulo provocado por una acción emitida por una entidad corporativa.

- **Invención**

Es la acción de crear o construir algo diferente que resuelva una problemática social.

- **Innovaciones**

Es el núcleo emprendedor es la transformación que se le da a un producto o servicio de una marca determinada como parte de las estrategias de reconocimiento en un mercado.

- **Nicaragua Emprende**

Es la plataforma digital y televisiva más reconocida en Nicaragua por proyectar e impulsar a los diferentes emprendedores que manejan una marca creativa e innovadora en las diferentes partes del país.

- **Plataforma Digital**

Son los medios de comunicación y estratégicos del internet que contienen funciones diferentes según sea su política, utilizado como herramienta del marketing en la nueva era digital.

- **Protagonista**

Se le considera protagonista en esta investigación a los actores claves que promueven una idea de negocio en las diferentes arcos del país.

REFERENCIAS

Acosta Preciado, P. R., & Bernal, D. R. (2006). Publicidad en las redes sociales de las empresas. Quito: Pontifica Universidad Católica de Ecuador.

Aguirre Hernández, SM y Chévez González, KN (2019). *Experiencias de emprendedurismo como oportunidad de desarrollo profesional en Estudiantes de Comunicación para el Desarrollo de V Año matutino de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua durante el I semestre 2019, caso de proyectos de emprendimiento; Fitografía, Chanfaina Tv, Yaru Make up y Pétalos Nails Nicaragua* (Tesis doctoral, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua).

Aguirre Jiménez, S., & León López, P. (2015). La importancia de la comunicación externa en las universidades ante los nuevos desafíos de la educación superior en Ecuador. *Atlante Cuadernos de Educación y Desarrollo*, (marzo).

Aguirre, S. y Chevez, K. (2019) *Experiencias de emprendedurismo como oportunidad de desarrollo profesional en estudiantes de Comunicación para el Desarrollo de V año matutino de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua durante el I semestre 2019, caso de proyectos de emprendimiento; Fitografía, Chanfaina Tv, Yaru Make up y Pétalos Nails Nicaragua*. [TESIS MONOGRAFÍA DE GRADUACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADO (A) EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO. <https://repositorio.unan.edu.ni/14116/1/14116.pdf>

Amabile, TM (1996). Creatividad e innovación en las organizaciones. *Escuela de negocios de Harvard*, 305-S11.

Amador, RV (2017). Modelo de producción de vídeos didácticos para la modalidad presencial de la enseñanza universitaria. *Revista de la SEECI*, (43), 69-97.

Aragno, V. (2017, 20 de Junio). *Comunicación para la incidencia*. [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=W3uZPD_432k

Aragón, S. (2021, 07 de Junio). *Capítulo 8: Comunicación para la incidencia*. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ijqiRsaDbmQ>

Auletta, N. y Puente Castro, R. (2010). ¿Qué hace un emprendedor innovador ?. *Debates IESA, Vol. XV, No. 2 de abril de 2010*, 15, 28-32.

Bruhn Jensen, K. (2012) *La comunicación y los Medios, metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa*. Fondo de cultura económica. Mexico.D.F. https://books.google.com.ni/books?hl=en&lr=&id=6nb_DAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT9&dq=+comunicacion+2015&ots=NPYUueKJKN&sig=0x29XsrCAMrkD-mxLxjRADGH4tM&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Cerda Urbina, G. M. (2017). *Análisis del comportamiento del emprendimiento y su importancia para el desarrollo socioeconómico de Nicaragua* (Doctoral dissertation, Universidad Centroamericana).

Cisneros, J. (2002). El concepto de la comunicación El cristal con que se mira. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (7-8).

Clase Siete. (28 de mayo 2019). *Qué hace un PRODUCTOR de TV - Gerardo Brandy - Parte 1 - CLASE SIETE* [Archivo de Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=2Mp3CSaJF3w>

Contín, I., Larraza, M., & Mas, I. (2007). Características distintivas de los emprendedores y los empresarios establecidos: evidencia a partir de los datos REM de Navarra. *Revista de empresa*, 20(10).

Correa, D. J., Valladolid, C. A., & Rivas, G. S. (2017). La participación del Prosumidor en la nueva era de la comunicación. *Innova research journal*, 2(11), 179-185.

Danta, R. (2009). TV y capitalización del tiempo de ocio. La programación como medio de producción. *Revista Latina de Comunicación Social*, 12(64), 572-584.

de León, D. D., & Cancino, C. A. (2014). De emprendimientos por necesidad a emprendimientos por oportunidad: Casos rurales exitosos. *Multidisciplinary Business Review*, 7(1), 48-56.

De Pablos, J.M., Colás, M.P., López Gracia, A. y García-Lázaro, I. (2019). Los usos de las plataformas digitales en la enseñanza universitaria. Perspectivas desde la investigación educativa. REDU. *Revista de Docencia Universitaria*, 17(1), 59-72. URL

Espacios Business Media (2017, 21 de Febrero). *Qué es una Plataforma Digital para Empresas*. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=hIQM78SbF1k>

Facebook (2016) servicio de ayuda.
<https://www.facebook.com/heip/285625061456389>

Ferrer, M. (2017). Presente y futuro de las plataformas digitales. Jóvenes: nuevos hábitos de consumo, volumen (119). http://www.injuve.es/sites/default/files/2018/41/publicaciones/4.-_presente_y_futuro_de_las_plataformas_digitales.pdf

Flores, R., Hidalgo, C., Mendoza, D., Merino, F., & Mossone, J. C. (2009). EDUCACION Y REDES SOCIALES. Universidad de Lima, Lima-Perú.

García, L. W. F. (2020). *Plataformas digitales 2020*. Ediciones Fiscales ISEF.

González, M., Pirela, M., & Salazar, C. (2014). Conflictos organizacionales en la producción televisiva. *CICAG: Revista del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales*, 11(2), 47-54.

Gutiérrez, M. (2003). Manual de producción de televisión. México. Editorial Trillas.

Hernández Alfonso, E. A., Paz Enrique, L. E., & Alonso Freire, J. (2019). PARTv: guía metodológica para diagnosticar la participación en la producción televisiva.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación. Ciudad de México: Mc Graw Hill.

Hidalgo, J. (2017). Idea, producto y negocio. *Tres pasos en la creación de productos y servicios digitales innovadores*. Barcelona: Libros de cabecera.

Informatica hoy. (2012) ¿Qué es Whatsapp? Recuperado el 30 de noviembre de 2015, de <http://www.informatica-hoy.com.ar/aprender-informatica/Que-es-Whatsapp.php>.

Informe sobre la comunicación en el mundo editado por de la UNESCO en 1988 (Citado en Lewis. 1995: 12).

Lamarca Lapuente, M. J. (2009). from http://www.agetec.org/ageteca/redes_sociales.htm

Leal Gutiérrez, J. (2011). La Autonomía del Sujeto Investigador y la Metodología de Investigación. Venezuela, 3ra Edición.

Lewis P. (1995) Medios de Comunicación alternativos: La conexión de lo mundial con lo local. Francia: UNESCO.

Louffat, E. (2012). Fundamentos del proceso administrativo. *CENGAGE LEARNING. CUARTA EDICIÓN*.

Macías, MEU y Lastra, JFR (2013). *Emprendimiento y emprendimiento. Diferencias, conceptos, cultura emprendedora, idea y proyecto de empresa*. Ediciones de la U.

Madroño, G., & Capriotti, P. (2018). La etapa de la Estrategia de Comunicación en el proceso de planificación de la comunicación y las relaciones públicas/The stage of Communication Strategy in the planning process of communication and public relations. *Revista internacional de relaciones públicas*, 8(16), 171-186.

Melgar, J. (septiembre de 2016). Usuarios y uso de Facebook en Nicaragua. Obtenido de I LIFEBELT: <http://ilifebelt.com/usuarios-uso-redes-sociales-nicaragua/2016/09/>

Migration Account. (29 de octubre de 2020). Programa de TV Nicaragua Emprende llega a su primer aniversario. *TN8 Nacionales*. <https://tn8.tv/nacionales/523592-programa-tv-nicaragua-emprende-primer-aniversario/>

Morduchowicz, A. (2010). Los adolescentes y las redes. Recuperado el 19 de octubre de 2021, de megob.arescuelamediosmaterialredes.pdf.PDF.

Moreira, P. y Urriolagoitia, L. (2011). El emprendimiento social. *Revista española del tercer sector*, (17), 17-40.

Muñiz, H. (2021-07-16). Lanzamiento de la IV Expo Anual Nicaragua Emprende. *NotiMEFFCA*. <https://www.economiafamiliar.gob.ni/websitemefcca-mvc/noticia-lanzamiento-expo-anual-nicaragua-emprende/113>

Navas, JSG y González, JS (2017). Comunicación integral en construcción de marcas ciudad: aportes, tensiones y desafíos. *Revista Prisma Social* , (19), 368-387.

Nicaragua Emprende. (s.f.). *Plataforma Nicaragua Emprende*. Ministerio de Economía Familiar Comunitaria Cooperativa y Asociativa <https://www.nicaraguacreativa.com/nicaragua-emprende/>

No, A. M. S. O. P., Caso, A., No, V. L. V. P., & de Alba, P. HABILIDADES BÁSICAS DE EMPRENDEDORES.

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

Ordóñez, M. (2014). *Nueva comunicación interna en la empresa* . Madrid: Estudio de Comunicación SA.

Ospitia, S. (s.f). 8 tipos de emprendedores y sus características. *Stratus Media Solution*. <https://www.stratusmedia.io/blog/internet-y-negocios/tipos-de-emprendedores-caracteristicas/>

Pachón, L. Á. S., & Chinarro, E. P. (2015). Las entidades de economía social como protagonistas de un nuevo modelo de emprendimiento y medidas legales de apoyo al emprendimiento. *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, (84), 35-62.

Ramos, CG, Campillo, AM y Gago, RF (2010). Características del emprendedor influyentes en el proceso de creación empresarial y en el éxito esperado. *Revista europea de dirección y economía de la empresa* , 19 (2), 31-47.

Real Academia Española. (s.f.). Incidencia. En Diccionario de la lengua española. Recuperado en 16 de octubre de 2021, de <https://dle.rae.es/incidencia>

Ricoy, MC, Feliz, T. y Sevillano, ML (2010). Competencias para la utilización de las herramientas digitales en la sociedad de la información. *Educación XXI* , 13 (1).

Ríos Quiñonez, J. (2016). La innovación y su impacto económico en las empresas de Nicaragua. *Recuperado de http://repositorio.ucc.edu.co/mango/ucc/10036*.

Rodríguez, A. A., González, F. P., Sueiro, J. C., Valcarce, R. L., Nartallo, C. M., & Cruz, F. P. (2007). *Comunicaciones digitales*. Pearson Educación/Prentice Hall.

Rodríguez, C. “La experiencia de nuestros medios”. La iniciativa de la comunicación. [En línea]. 2003. Recuperado el 16 de octubre del 2021, de: <http://www.comminit.com/en/node/150483/37>

Rubira, F. (2013). ¿Qué es instagram y para que sirve? Recuperado el 03 de Diciembre de 2015, de http://www.elconfidencialdigital.com/opinion/tribuna_libre/Instagram-sirve_0_2076992284.html.

SABINO, Carlos (2000). El proceso de investigación. 4ª Edición. Bogotá: Panamericana.

Salmeron, A., & Lopez, V. (2020). HABILIDADES BÁSICAS DE EMPRENDEDORES. <http://www.prepa9.unam.mx/materialdocente/material/EL%20EMPRENDEDOR%201%20AGOSTO%202018.pdf>

Saló, G. (2021). *¿Qué es eso del formato?: cómo nace y se desarrolla un programa de televisión* (Vol. 501018). Editorial GEDISA.

Sánchez Torres, DE (2012). *Análisis del emprendedor y del emprendimiento de éxito en el Ecuador para incentivar la creación de una red de Inversionistas Ángeles en Quito* (Tesis de Licenciatura, QUITO / PUCE / 2012).

Sandino N (2018). Nicaragua Emprende, un espacio de creatividad, innovación y talento.19 Digital. <https://www.el19digital.com/articulos/ver/titulo:84325-nicaragua-emprende-un-espacio-de-creatividad-innovacion-y-talento>

Sandino, N. (sábado 5 de junio 2021). Festival Rock City llegó a Granada. *El 19 Digital*. <https://www.el19digital.com/articulos/ver/titulo:116834-festival-rock-city-llego-a-granada>

Sastre, RF (2013). La motivación emprendedora y los factores que mejoran con el éxito del emprendimiento. *Ciencias administrativas* , (1), 1-10.

Sequera Díaz, R. (2013). Televisión y Redes Sociales: nuevo paradigma en la promoción de contenidos televisivos. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, 22(1-16).

Sevilla, A. (2016, 24 de Enero). *Concepto de comunicación y lenguaje - Parte 1/2* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=euOjfJEwBDw>

Somarriba. S (17 abr 2020). *Influencia e importancia de la tecnología y las plataformas digitales en el periodismo*. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=56bMQbYK388>

Somarriba. S [Mundo YarSo] (17 abr 2020). *Influencia e importancia de la tecnología y las plataformas digitales en el periodismo* [Video]. YouTube. <https://w8ww.youtube.com/watch?v=56bMQbYK388>

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

Vaynerchuk, G. (2016, 4 jul). Las redes sociales en los negocios actuales- la economía de la gratitud. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=d0-AqPLvQ7s>

Vega, P. M. VALORES E IDENTIDAD CORPORATIVA.

Vicens, L., & Grullón, S. (2011). Innovación y emprendimiento: Un modelo basado en el desarrollo del emprendedor. *V Foro de Competitividad de las Américas para el Banco Interamericano de Desarrollo y el Compete Caribbea*.



PROTOCOLO DE LOS GRUPOS FOCALES

Tema

Plan comunicacional desde el análisis de la Plataforma Digital y Televisiva “Nicaragua Emprende” como herramienta de Comunicación Integral que impulsa negocios emergentes e innovadores, durante el I y II Semestre del año 2021, en la ciudad de Managua-Nicaragua.

Planteamiento del problema

Primeramente, con este grupo focal se pretendió profundizar en la opinión de especialistas sobre las percepciones que se tiene ante el funcionamiento de la plataforma Nicaragua Emprende durante el primero y segundo semestre de la ciudad de Managua en el año 2021. Puesto que, se prevé tomar en cuenta dicho elementos discursivos y dar como respuesta a un plan comunicacional.

Objetivo General

Profundizar en la opinión de especialistas sobre las percepciones que se tiene ante el funcionamiento de la plataforma Nicaragua Emprende durante el primero y segundo semestre de la ciudad de Managua en el año 2021.

Objetivos Específicos

Profundizar en las percepciones sobre comunicación alternativa ante la comunicación digital.

Determinar la incidencia de la comunicación digital en el impacto social de los emprendimientos en Nicaragua.

Facilitar un espacio para la exposición de pensamientos ante el trabajo la Plataforma Digital y Televisiva “Nicaragua Emprende”

Evaluar las acciones comunicativas de la Plataforma Digital y Televisiva “Nicaragua Emprende”, para la promoción de trabajos de nuevos protagonistas.

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN

Moderador (a):

Observador (a):

Relator (a):

Guía de preguntas (protagonista)

Alguna vez pensó ser un emprendedor, coméntenos

¿Qué saben ustedes sobre emprendimiento?

¿Qué es Nicaragua Emprende?

Considera que es importante promover una idea emprendedora, para el dinamismo económico del país, sí o no ¿Por qué?

¿Cómo se manifiestan los diversos espacios de emprendimiento en el país?
¿Qué iniciativa de la plataforma Nicaragua Emprende lo motivo a ser parte de esta gran familia de emprendedores?
¿Cuál son los requisitos para ser parte de la plataforma Nicaragua Emprende?
¿Cómo es su experiencia con la plataforma Nicaragua Emprende?
¿Qué impacto se proyecta desde plataforma Nicaragua Emprende, con la participación de emprendedores como usted?
Desde su punto de vista ¿Cuáles son los factores que desmotivan a un emprendedor?
Sobre la base de su experiencia ¿Cuál sería la debilidad de la Plataforma Nicaragua Emprende?
Según usted, ¿Cómo funcionan los proyectos que ejecuta Nicaragua Emprende?
¿Cuáles son los beneficios que ofrece Nicaragua Emprende a los protagonistas de marcas emergentes?
¿Cómo se prepara usted para ser parte de la producción televisiva de Nicaragua Emprende que se transmite en Canal 8?
Coméntenos si ha recibido por parte de la productora orientación informativa y comunicacional de cómo desarrollarse en televisión si o no ¿Por qué?
Me puede decir ¿Qué tipo de acompañamiento recibe antes de la preproducción, producción y postproducción?
Considera importante recibir técnica de producción audiovisual desde la presentación en televisión ¿Por qué?
Considera usted que este programa cumple sus expectativas Justifique si o no ¿Porque?
Desde su experiencia que tiene más alcance, la plataforma digital o el programa televisivo ¿Por qué?
Desde sus experiencias me puede brindar tres ideas dinámicas en televisión para un programa en vivo.
Conoce usted ¿Cuál es la misión y visión de Nicaragua Emprende? Justifique
Según su criterio ¿Cuál es la misión y visión de Nicaragua Emprende?
¿Qué recomendaciones brinda usted a los responsables de la producción del programa Nicaragua Emprende, que se transmite en Canal 8?
¿Qué sugerencias brinda a los administradores de la plataforma digital Nicaragua Emprende?

Guía de roles de investigador, moderador(a) y participantes

Se ubicará frente al grupo, dará la bienvenida a las(os) participantes, presentará el preámbulo y dará instrucciones generales, ubicando mentalmente al grupo en el debate.

Formulará la primera pregunta e invitará a participar. En caso de no haber participación, podrá hacer “respuestas anticipadas”, contestando las preguntas con posibles alternativas.

Durante el debate: guiará prudentemente el debate, sin expresiones intimidatorias, sometimientos y presiones, para que los/as propias/os participantes elaboren mentalmente las propias respuestas del grupo.

Prestará atención al debate, en el desarrollo del contenido, las actitudes y detalles del debate.

Distribuirá convenientemente la palabra alentadora a tímidos/as o remisos/as.

Observará y manifestará – si es conveniente- las inhibiciones o dificultades.
No entrará al debate, sólo conducirá, guiará y estimulará el debate, hacia ideas correctas y valiosas.
Mantendrá una actitud cordial, serena y segura en todo momento.
Generará una relación activa entre el equipo investigador y los/as participantes.
Crearé un ambiente de participación entre los/as participantes, que les permita hablar entre sí, hacer preguntas expresar y opiniones.
Mantendrá el hilo conductor de la temática, para que la elaboración conceptual y operativa no sea desbordado.
Debe tener habilidades de comunicación y calidades personales, como saber escuchar, asociado a tener una capacidad de adaptación y sentido común, lo que facilitará un diálogo abierto y confidente al interior del grupo.
Despertar- estimular el interés de los/as participantes en el tema.
Admitirá todas las opiniones, ningún participante debe sentirse rechazado/a, burlado/a o despreciado.
Confrontará un/a o varios/as de los/as participantes para explorar sobre cierto tipo de información o discutir en el grupo las posiciones de personas ajenas pero que tiene cierta representatividad o cuyas opiniones son dignas de tomar en cuenta.
Explorará la experiencia subjetiva de las/os participantes con relación a las hipótesis investigadas.
Si siente que no se ha agotado el tópico, entonces retornará nuevamente una y otra vez ya que interesa captar en profundidad los diversos puntos.



PROTOCOLO DE LAS ENTREVISTAS A EXPERTOS

Introducción

Es importante destacar que el resultado de las entrevistas a expertos, permite la comprensión situacional de la economía del país a través del emprendimiento. Cabe señalar, que para esta muestra se tomó en cuenta la opinión de expertos: Directora de Nicaragua Emprende (NE), Productora de NE y Director de economía creativa y naranja. De igual modo, se determina por medio de los expertos, las estrategias de la Plataforma Digital y Televisiva “Nicaragua Emprende”, para la promoción de trabajos de nuevos protagonistas, y la opinión referente a la plataforma como herramienta de comunicación integral que impulsa negocios emergentes e innovadores.

Esto a la vez, facilita profundizar en el enfoque para propuesta de Plan de Comunicación a la Plataforma Digital y Televisiva “Nicaragua Emprende”.

Tema

Plan comunicacional desde el análisis de la **Plataforma Digital y Televisiva** “Nicaragua Emprende” como herramienta de *Comunicación Integral* que impulsa negocios **emergentes** e innovadores, durante el I y II Semestre del año 2021, en la ciudad de Managua-Nicaragua.

Objetivo general:

Profundizar en la opinión de expertos (productor y directores) sobre las percepciones que se tiene ante el funcionamiento de la plataforma Nicaragua Emprende durante el primero y segundo semestre de la ciudad de Managua en el año 2021.

Objetivos específicos:

Profundizar en las percepciones sobre comunicación alternativa ante la comunicación digital.

Determinar la incidencia de la comunicación digital en el impacto social de los emprendimientos.

Facilitar un espacio para la exposición de pensamientos ante el trabajo la Plataforma Digital y Televisiva “Nicaragua Emprende”

Evaluar las acciones comunicativas de la Plataforma Digital y Televisiva “Nicaragua Emprende”, para la promoción de trabajos de nuevos protagonistas.

Método: Entrevista.

Técnica: Entrevista centrada en un problema.

Fecha:

Hora:

Lugar:

Duración:

Datos del Entrevistado

Nombre y Apellido: _____

Cargo: _____

Profesión: _____

Guía de preguntas (Experto)

Defina con sus palabras ¿Que es Nicaragua Emprende?

Según su criterio ¿Cuál es la misión de Nicaragua Emprende

Con base en su conocimiento ¿Cuál es la Visión de Nicaragua Emprende?

¿Qué valores promueve Nicaragua Emprende?

5. ¿Qué entiende usted por Comunicación Alternativa ante la Comunicación Digital?

6. ¿Qué recomendaciones daría usted a las personas que han decidido comenzar una idea de negocio?

7. ¿Cómo incide la comunicación digital en el impacto social de los emprendimientos?

8. ¿Por qué los emprendedores deberían de conocer las diferentes plataformas digitales?

9. ¿Cuál es la forma adecuada de incluir a un emprendedor en el mundo digital?

10. ¿Cuál es la manera correcta de motivar al emprendedor a utilizar los diferentes espacios de promoción digital?

11. Desde el punto de vista de producción comunicacional ¿Qué aspectos son importantes al momento de desarrollar un programa en vivo sobre emprendimiento?

12. ¿Qué tipo de acompañamiento se les brinda a los protagonistas que participan, durante la grabación en vivo del programa Nicaragua Emprende?

13. Considera necesario la preparación de profesionales de la comunicación en el tema de innovación y emprendimiento ¿Por qué?

14. ¿Cuál es el seguimiento que se da al emprendedor cuando inicia su idea de negocio?

15. ¿Cuáles son los factores que impiden la continuidad en la idea de un emprendedor?

16. Considera usted importante un plan comunicacional para un mejor desempeño en cuanto a la asistencia de los nuevos emprendedores ¿Por qué?

17. Ante esto ¿Cuál es la actitud que deben tener los colaboradores de Nicaragua Emprende ante un plan comunicacional para un mejor desempeño en cuanto a la asistencia de los nuevos emprendedores?

18. ¿Qué opina usted sobre la idea de realizar un plan comunicacional en el proyecto Nicaragua Emprende como un proceso de apoyo para nuevos emprendedor?

19. Creé usted que los facilitadores de la plataforma Nicaragua Emprende deberían de capacitarse, para un plan de trabajo comunicacional integral. Justifique ¿Por qué?

20. ¿Cuál sería el resultado ante la ejecución de un nuevo plan comunicacional?



PROTOCOLO DE LAS ENTREVISTAS A ESPECIALISTAS

Introducción

Es importante destacar, que el resultado de las entrevistas a especialistas, permite la comprensión situacional de la economía del país a través del emprendimiento; cabe señalar, que para esta muestra se tomó en cuenta la opinión de: Docentes universitarios que brindan teoría para proyectos comunicacional, presentadores y locutores que promueven las diferentes ideas emprendedoras.

De igual modo, se determina por medio de los especialistas las estrategias de la Plataforma Digital y Televisiva “Nicaragua Emprende”, para la promoción de trabajos de nuevos protagonistas. y la opinión referente a esta Plataforma como herramienta de comunicación integral que impulsa negocios emergentes e innovadores.

Esto a la vez facilita profundizar en el enfoque para propuesta de Plan de Comunicación de la Plataforma Digital y Televisiva “Nicaragua Emprende”.

Tema

Plan comunicacional desde el análisis de la **Plataforma Digital y Televisiva “Nicaragua Emprende”** como herramienta de *Comunicación Integral* que impulsa negocios **emergentes** e innovadores, durante el I y II Semestre del año 2021, en la ciudad de Managua-Nicaragua.

Objetivo general:

Profundizar en la opinión de especialistas (productor y directores) sobre las percepciones que se tiene ante el funcionamiento de la plataforma Nicaragua Emprende durante el primero y segundo semestre de la ciudad de Managua en el año 2021.

Objetivos específicos:

Profundizar en las percepciones sobre comunicación alternativa ante la comunicación digital.

Determinar la incidencia de la comunicación digital en el impacto social de los emprendimientos.

Facilitar un espacio para la exposición de pensamientos ante el trabajo la Plataforma Digital y Televisiva “Nicaragua Emprende”

Evaluar las acciones comunicativas de la Plataforma Digital y Televisiva “Nicaragua Emprende”, para la promoción de trabajos de nuevos protagonistas.

Profundizar en la opinión de especialistas sobre las percepciones que se tiene ante el funcionamiento de la plataforma Nicaragua Emprende durante el primero y segundo semestre de la ciudad de Managua en el año 2021.

Objetivos específicos:

Profundizar en las percepciones sobre comunicación alternativa ante la comunicación digital.

Determinar la incidencia de la comunicación digital en el impacto social de los emprendimientos.

Facilitar un espacio para la exposición de pensamientos ante el trabajo la Plataforma Digital y Televisiva “Nicaragua Emprende”

Evaluar las acciones comunicativas de la Plataforma Digital y Televisiva “Nicaragua Emprende”, para la promoción de trabajos de nuevos protagonistas.

Método: Entrevista.

Técnica: Entrevista centrada en un problema.

Fecha:

Hora:

Lugar:

Duración:

Datos del Entrevistado

Nombre y Apellido: _____

Cargo: _____

Profesión: _____

Guía de preguntas a Especialista

Defina con sus palabras que es Nicaragua Emprende

Según criterio ¿Cuál es la misión de Nicaragua Emprende

Con base en su conocimiento ¿Cuál es la Visión de Nicaragua Emprende?

¿Qué valores promueven Nicaragua Emprende?

¿Qué es un emprendedor?

¿Qué es emprender?

¿Por qué la plataforma Nicaragua Emprende es considerada el sitio de promoción para los protagonistas de las diferentes marcas en el país?

¿Qué lugares de Nicaragua considera que son focos, para que se desarrollen las personas con su idea emprendedora? Justifique

¿Qué entiende usted por Comunicación Alternativa antes la Comunicación Digital?

Considera necesario la preparación de profesionales de la comunicación en el tema de innovación y emprendimiento ¿por qué?

¿Qué servicios ofrece la plataforma digital Nicaragua Emprende?

Con base en su experiencia ¿Qué debilidades presenta la plataforma Nicaragua Emprende?

¿Cuál es la forma adecuada de emprender en el mundo digital desde las plataformas virtuales?

¿Por qué los emprendedores deberían de conocer las diferentes plataformas digitales?

¿Cómo incide la comunicación digital en el impacto social de los emprendimientos?

¿Cuál es la manera correcta de motivar al emprendedor a utilizar los diferentes espacios de promoción digital?

¿Qué tipo de actitud debería de tener un emprendedor ante una idea de negocio?

¿Cuáles son los factores que impiden la continuidad en la idea de un emprendedor?

¿Qué recomendaciones daría usted a las personas que han decidido comenzar una idea de negocio?

Usted conoce el programa televisivo Nicaragua Emprende, ¿Cuál es su contenido?

Considera que la producción de este programa satisface las expectativas de su público meta y sus emprendedores ¿Por qué?

¿Qué recomendaciones brindaría a los productores y los generadores de contenido de plataformas digitales?

MARCAS PRESENTES EN EL GRUPO FOCAL









Salvador **MUA**
MAKE UP ARTISTIC



Gisa Decoraciones



INVITACIÓN AL GRUPO FOCAL

FORO
NICARAGUA
EMPRENDE

// 25 DE SEP 03:00
PM //

ALTAMIRA, DE DONDE FUE LA VICKY
1C. AL OESTE, 1 1/2C AL SUR. M/I
AMÉRICA, MANAGUA, NICARAGUA

Tu opinión es
importante

**Recuerda
utilizar
Mascarilla**

 Punto de
encuentro: BeautyColorsColective

EXPERIENCIA EN NICARAGUA EMPRENDE (NE)







