



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

## **Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí**

**Emprendimientos creativos y su efecto socioeconómico en la ciudad de  
Estelí, en el año 2022**

**Trabajo de seminario de graduación para optar  
al grado de  
Licenciado en la Carrera de Economía**

**Autor**

**Carlos Ernesto Rivas Canales**

**Tutora**

**MSc. Samaria Ilú Alonso Valenzuela**

Estelí, 12 diciembre de 2022





## DEDICATORIA

Este documento está dedicado a:

Dios, que es el bien total de mí vida, cuya existencia, logros y metas son gracia de su propia sublimidad y misericordia.

A mi mamá, Lic. Karolina Canales, quien, con amor, esfuerzo y sacrificio, me ha apoyado en mi formación humana y profesional.

A todos los hombre y mujeres que trabajan día a día por la prosperidad en sus familias, y se esfuerzan por cumplir sus metas.

A los artistas que muestran su talento, creatividad, y ponen en alto la cultura y la tradición nicaragüense, manifestando las capacidades de emprendimiento y compromiso social que este pueblo posee.

## AGRADECIMIENTO

A Dios por darme sabiduría y acompañarme en mi caminar.

A mi familia, en especial a mi mamá, por su apoyo incondicional para llegar a cumplir las metas trazadas en la vida.

A las diferentes personas que de una u otra forma se involucraron durante la investigación y desarrollo, a quienes expreso mi agradecimiento.

A la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, en su facultad regional multidisciplinaria-FAREM-ESTELÍ, por brindarme la oportunidad de adquirir conocimientos que me permitan insertarme como un profesional al servicio del pueblo.

Al cuerpo docente, que durante estos años de formación han sido verdaderos e incondicionales formadores. Especialmente a la coordinadora de carrera y tutora MSc. Samaria Alonso Valenzuela.

Finalmente, a mis compañeros y amistades de curso, por todo este tiempo que hemos compartido, intercambiando conocimientos, alegrías y tristezas; gracias por formarme en la dimensión humana y social; espero que el llegar a este momento nos haga proyectarnos como grandes profesionales en nuestra área.



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN - MANAGUA

**Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí**  
**2023: “Seguiremos avanzando en victorias educativas”**

Estelí, 11 de enero de 2023

**CONSTANCIA**

Por este medio estoy manifestando que la investigación: **Emprendimientos creativos y su efecto socioeconómico en la ciudad de Estelí, en el año 2022**, cumple con los requisitos académicos de la clase de Seminario de Graduación, para optar al título de Licenciatura en Economía.

El autor de este trabajo es el estudiante: Carlos Ernesto Rivas Canales; y fue realizado en el II semestre del año 2022, en el marco de la asignatura de Seminario de Graduación, cumpliendo con los objetivos generales y específicos establecidos, que consta en el artículo 9 de la normativa, y que cumple con un total de 60 horas permanentes y 240 horas de trabajo independiente.

Considero que este estudio será de mucha utilidad para la carrera de Economía, la comunidad estudiantil y las personas interesadas en esta temática.

Atentamente,

---

MSc. Samaria Ilú Alonso Valenzuela  
ORCID No: 0000-0002-0255-2808  
FAREM-Estelí, UNAN-Managua

Cc/Archivo.

## Resumen

El tema de este documento trata sobre los emprendimientos creativos y el efecto socioeconómico que generan en la ciudad de Estelí. La característica principal de estos emprendimientos es que surgen a partir del desarrollo de las habilidades, talentos e ideas de las personas, que se transforman en bienes y servicios comerciales, cuyo valor está determinado por su propiedad intelectual. La presente investigación analiza las características, los principales indicadores socioeconómicos que estos generan en la ciudad de Estelí y el bienestar social que obtiene la familia emprendedora. La metodología utilizada es de tipo descriptiva y aplicada, de referencia literaria inductiva, a la vez que se establece un muestreo por conveniencia, según la naturaleza de los mismos. Como resultado se observa que estos emprendimientos son uno de los sectores más promisorios en el campo de la socioeconomía de ciudad, por la generación de ingresos, puestos de empleo y la estimulación del turismo, donde su centro es la cultura, tradición, el talento y la creatividad que permiten la involucración de la comunidad en el ámbito artístico y cultural de los pueblos, incentivando a las personas a la creación de nuevas ideas con aspectos y perfil emprendedor. Se concluye que los emprendimientos creativos son un campo desarrollo prominente y con gran rentabilidad, una opción que nace esencialmente para que los jóvenes puedan establecerse y vivir de su esencia, realizándose como empresarios de lo artístico, comprometidos con la sociedad.

**Palabras claves:** Emprendimientos creativos, arte, cultura, talento, ideas, creatividad, innovación, efectos socioeconómicos, bienestar social.

## Abstract

The subject of this document is creative enterprises and the socioeconomic effect they generate in the city of Estelí. The main characteristic of these entrepreneurs is their rising from the development of good ideas, people's skills and exploiting talent and that they are transformed into commercial goods and services, the value of which is determined by their intellectual property. This research analyzes the characteristics, the main socioeconomic indicators that these generate in Estelí and the social welfare that the entrepreneurial family obtains. The methodology used is descriptive and applied, of inductive literary reference, while a convenience sampling is established, according to their nature. As a result, it is observed that these enterprises are one of the most promising sectors in the field of socioeconomics of the city, due to the income, jobs creation and the stimulation of tourism, focused in culture, tradition, talent and creativity that allows the community to get involve in the artistic and cultural sphere of each towns, encouraging people to create new ideas with entrepreneurial aspects and profile. We can conclude that creative enterprises are a prominent development field with great profitability, an option that was born essentially for young people to establish themselves and live from their essence, performing as artistic entrepreneurs, committed to the society.

**Keywords:** Creative entrepreneurs, art, culture, talent, ideas, creativity, innovation, socio-economic effects, social welfare.

## Índice

1	INTRODUCCIÓN .....	1
2	Antecedentes .....	2
3	Planteamiento del problema .....	5
4	Justificación .....	7
5	OBJETIVOS .....	8
1.1.	Objetivo General .....	8
1.2.	Objetivo Específico .....	8
6	MARCO TEÓRICO.....	9
6.1	Economía Creativa.....	9
6.2	Industrias Creativas.....	9
6.3	Emprendimientos Creativos.....	13
6.3.1	Producción de las Industrias Creativas/ Emprendimientos Creativos en Nicaragua. ....	15
6.3.2	Determinantes de los Emprendimientos Creativos. ....	15
6.4	Ciudades Creativas. ....	18
6.4.1	Estelí, Ciudad Creativa.....	18
6.4.2	Principales Indicadores que hacen de Estelí una Ciudad Creativa.....	19
6.5	Condiciones Socioeconómicos .....	27
6.5.1	Indicadores Socioeconómicos.....	28
6.5.2	Sostenibilidad económica. ....	30
6.5.3	Desarrollo Humano .....	31
6.5.4	Desarrollo Sostenible. ....	32
6.6	Bienestar Social.....	34
6.6.1	Indicadores del Bienestar Social.....	35
6.7	Estrategias.....	36
6.7.1	Estrategias para la Implementación de Negocios.....	37
6.7.2	Estrategias para el Desarrollo. ....	37
6.7.3	Estrategias para la Sostenibilidad. ....	37
6.8	Marco Regulatorio.....	38
6.8.1	Ley 380. Ley de marcas y otros signos distintivos.....	38
6.8.2	Ley de patentes de invención, modelos de utilidad y diseños industriales.....	38
6.8.3	Ley 312. Ley de derecho de autor y conexos .....	39
6.8.4	Decreto 18-2012 sobre la Promoción, Fomento y Protección de los Derechos de Propiedad Intelectual del Pueblo Nicaragüense .....	39



7	Hipótesis.....	41
7.1	Hipótesis de investigación.....	41
7.1.1	Variable Independiente.....	41
7.1.2	Variable dependiente.....	41
8	Cuadro de operacionalización de variables.....	42
8	Diseño metodológico .....	46
8.1	Tipo de investigación.....	46
8.1.1	Según su Finalidad de la Investigación.....	46
8.1.2	Según alcance temporal.....	46
8.1.3	Según el carácter de medición.....	47
8.2	Área de estudio .....	47
8.2.1	Área de conocimiento (Área, sub área, líneas y sublíneas) .....	47
8.2.2	Área geográfica .....	48
8.3	Población y muestra / Sujetos participantes .....	48
8.3.1	Unidad de Análisis.....	49
8.3.2	Muestreo.....	49
8.4	Métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de datos .....	49
8.4.1	Método de análisis y síntesis.....	50
8.4.2	Técnicas e instrumentos de recolección de datos: .....	50
8.4.3	Estructura y validación de instrumentos.....	51
9	Análisis y discusión de resultados .....	55
10	Conclusiones.....	95
11	Recomendaciones .....	97
12	Bibliografía .....	97
13	Anexos.....	100
	Diseño de la Encuesta.....	100

## Índice de gráficos

Gráfico 1: Sexo de las personas encuestadas. ....	55
Gráfico 2: Edad de las personas encuestadas. ....	56
Gráfico 3: escolaridad de las personas encuestadas.....	57
Gráfico 4: Zona geográfica en la se encuentran los emprendimientos creativos.....	58
Gráfico 5: Estado Civil de los emprendedores. ....	59
Gráfico 6: Causa por la que se decidió emprender. ....	60
Gráfico 7: la idea del emprendimiento es creación propia.....	61
Gráfico 8: Fundamentos del emprendimiento.....	61
Gráfico 9: Industria creativa a la que pertenece el emprendimiento.....	62
Gráfico 10: Principales actividades que realizan en la industria de la música.....	63
Gráfico 11: Principales actividades que realizan en la industria de las artes plásticas.....	64
Gráfico 12: Principales actividades que realizan en la industria del diseño. ....	64
Gráfico 13: Principales actividades que realizan en el sector de patrimonio natural.....	65
Gráfico 14: Número de empleados.....	67
Gráfico 15: Uso de cadena de agregación de valor.....	68
Gráfico 16: Empleos indirectos. ....	69
Gráfico 17: Inversión inicial.....	70
Gráfico 18: Fuentes de financiamiento. ....	71
Gráfico 19: Ingresos mensuales del emprendimiento. ....	72
Gráfico 20: Margen de utilidad. ....	73
Gráfico 21: Promoción humana y fomento de la cultura.....	74
Gráfico 22: Promoción del desarrollo sostenible.....	75
Gráfico 23: Fomento de programas sociales.....	76
Gráfico 24: Actividades en favor de la comunidad. ....	77
Gráfico 25: Rango salarial del emprendedor. ....	78
Gráfico 26: ¿cuenta con otras fuentes de ingresos?.....	79
Gráfico 27: Capacidad para satisfacer las necesidades básicas. ....	79
Gráfico 28: Capacidad de cubrir bienes de lujo. ....	80
Gráfico 29: Estado de salud.....	81
Gráfico 30: Acceso al sistema educativo.....	82
Gráfico 31: Nivel de escolaridad que han alcanzado las familias emprendedoras.....	83
Gráfico 32: Espacios de recreación y medio ambiente en la comunidad. ....	84

Gráfico 33: Vivienda. ....	84
Gráfico 34: Estructura financiera del emprendimiento. ....	85
Gráfico 35: Implementación de plan de negocios. ....	86
Gráfico 36: Financiamiento para el crecimiento de los emprendimientos.....	87
Gráfico 37: medios de publicidad.....	87
Gráfico 38: Integración en espacios de promoción de emprendimientos creativos. ....	88
Gráfico 39: Interés en adquirir conocimientos financieros y de mercado.....	89

## 1. INTRODUCCIÓN

Las industrias creativas de la música, el arte, el diseño y las que nacen del patrimonio natural, incentivan a muchos a poder emprender desde sus habilidades, talentos, concepciones culturales y tradicionales, creando nuevos e innovadores productos y servicios que aumenta la productividad y la agregación de valor cultural y artístico. Estos componen un sector muy amplio que agrupa diversas industrias que antes no se estudiaban, porque se consideraban que no eran significativas a nivel de mediciones económicas. Hoy se comprueba que estas actividades son empresas generadoras de diversos indicadores socioeconómicos.

La ciudad de Estelí, es cuna de muchos artistas y emprendedores que han establecidos sus negocios y servicios desde la creación de ideas innovadoras que han tenido gran aceptación de la población, por su enfoque particular en el desarrollo social. Es por eso, que este estudio tiene la misión de analizar los efectos socioeconómicos que generan los emprendimientos creativos en la ciudad de Estelí en el año 2022, profundizando en las características de los emprendimientos, los principales indicadores socioeconómicos, y el bienestar social de las familias emprendedoras.

El documento está estructurado en capítulos, en el primer capítulo se encuentran los antecedentes de esta investigación, seguidamente los que abarcan: el planteamiento del problema, preguntas problemas, justificación y objetivos, luego se dispone del marco teórico con los ejes fundamentales: economía creativas, industrias creativas, Estelí ciudad creativa, socioeconomía y bienestar social; después se encuentra el cuadro de operacionalización de variables, el marco metodológico, el análisis y discusión de resultados, las conclusiones recomendaciones, datos bibliográficos y anexos.

Se espera que este texto sirva a futuros investigadores sobre este imponente sector de la economía, que pasa de lo industrial a lo creativo, proyectando la sostenibilidad de la sociedad, apostando por el capital humano, que abren camino a ecosistemas de mercado artístico y cultural.

## 2. Antecedentes

Los antecedentes de la presente investigación han sido obtenidos mediante la búsqueda de fuentes de información relacionadas con la economía creativa, emprendimientos creativos y su impacto socioeconómico. Para indagar en esta temática se ha consultado la bibliografía competente expuesta en artículos científicos, páginas web, revistas y en bibliotecas; encontrando estudios relacionados con la temática a desarrollar.

### A nivel internacional:

Informe Científico realizado por Lázaro & Rodríguez (2018) Titulado: **Economía Creativa en América Latina y el Caribe Mediciones y Desafíos**. Como parte del proceso de Investigación que realiza el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). El Informe explora datos de los indicadores recientes de veinticuatro países de América Latina y el Caribe e incluye recomendaciones para el levantamiento y la importancia de una sistemática medición. Concluyendo que la economía creativa y naranja ha experimentado un crecimiento importante en América Latina y el Caribe, permitiendo avanzar en el cumplimiento de la agenda 2030, y afirma que “Hay un camino recorrido en las mediciones del sector cultura desde la perspectiva económica, pero todavía son incipientes”. (Lázaro & Rodríguez, 2018)

Estudio Monográfico de Vargas & Prada (2019) Bogotá. Titulado: **“Economía Naranja como Potencializado de Innovación en los proyectos de Emprendimiento generados al interior del programa de finanzas y comercio internacional de la Universidad de la Salle de Bogotá”**. Para optar al título de profesional en finanzas y comercio internacional. Se plantea Caracterizar los procesos de la Economía Naranja, a través de referentes teóricos y conceptos relacionados, esto con la intención de recopilar información relevante que ayude a entender más la aplicación de las industrias creativas en el desarrollo económico. Concluyendo que, de acuerdo a los resultados de la investigación, se puede ver que la economía naranja si ayudaría como potencializado de innovación y desarrollo de los proyectos de emprendimiento ya que el 62,2% de los proyectos de

emprendimiento realizados en el programa, se relacionan con la economía creativa y naranja.

Investigación Científica de Mujica Fuentes (2019) Arequipa. Con temática de investigación: **“Impacto de las industrias creativas en el desarrollo de la Región Arequipa en el año 2011”** se plantea como objetivo determinar cuál fue el impacto de las industrias creativas en el desarrollo de la región Arequipa en el año 2011. Llegando a la conclusión que la región de Arequipa en el año 2011 ha experimentado un impacto positivo por parte de las industrias creativas, reportando un alto índice de desarrollo Humano. A la vez que se determinó que los emprendimientos creativos representan 6.89% de total de empresas de la región.

Trabajo de Tesis corresponde a Alarcón & Jiménez (2021) Colombia. Titulado: **“La creatividad y el emprendimiento como fundamento de la economía naranja en el análisis curricular del programa de Arquitectura de la Universidad La Gran Colombia.”** esta investigación busca analizar la aproximación existente entre creatividad y emprendimiento como ejes estructurantes y conceptuales de la economía naranja frente al actual currículo formativo que ofrece el programa de Arquitectura de la Universidad La Gran Colombia. Llegando a la conclusión que: En el desarrollo de la economía, deben establecerse objetivos claros y precisos, alineados con los objetivos del desarrollo sostenible y las industrias creativas, en función del fortalecimiento de la economía naranja, teniendo en cuenta la articulación existente entre las políticas públicas, la oferta de educativa y el mercado laboral. (Alarcón-Leudo & Jiménez-Londoño, 2021)

### **A nivel Nacional:**

En Nicaragua se han realizados documentos con el objetivo de impulsar la economía creativa, publicados por la Comisión Nacional de Economía Creativa constituida por instituciones promotoras: Ministerio de Economía Familiar y Comunitaria (MEFCCA), Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), Instituto Nicaragüense de Fomento Municipal (INIFOM), Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC) junto a otras instituciones Académicas y Plataformas de desarrollo que promueven la innovación, la creatividad y el emprendimiento.

**“Documento Base para la Formulación de la Estrategia de Fomento de la Economía Creativa y Emprendedora”** Constituye lineamientos inmersos en el Plan Nacional de Desarrollo (PND) para la dinamización económica del país, así como su estructuración orgánica y jurídica; con el objetivo de promover y acompañar los emprendimientos creativos en Nicaragua.

Esta investigación en relación a las anteriormente expuestas difiere de la temática investigativa que se realiza ya que esta aborda específicamente los Emprendimientos Creativos y sus Efectos socioeconómicos en la Ciudad de Estelí.

Después de un proceso de recolección de referencia documental y de haber indagado en diferentes sitios web, repositorio universitario de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-MANAGUA y en Biblioteca Urania Zelaya de la Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM-ESTELÍ, No se ha encontrado estudio alguno relacionado con esta temática en Nicaragua.

### **3. Planteamiento del problema**

#### **3.1. Caracterización general del problema**

En los últimos años los países del mundo se han planteado objetivos de desarrollo humano y sostenibilidad en vías de erradicar la pobreza y las desigualdades sociales, permitiendo el progreso social y la innovación en las transformaciones productivas; en este contexto hace mayor resonancia el concepto de economía creativa y naranja como potencializado económico; partiendo de factores creativos como el talento, la cultura y el emprendimiento, que marcan un eje fundamental en las políticas de desarrollo económico ejecutadas en las naciones, particularmente en la región Latinoamérica.

Nicaragua cuenta con un conjunto de estrategias para promover las artes, la cultura, el talento, la innovación y el emprendimiento, con énfasis en los conceptos de economía creativa e industrias creativas. Ciertamente esta temática se ha desarrollado en muchas áreas prácticas estimulando de esta manera el potencial emprendedor de la población.

Pese al avance obtenido en la praxis cultural, existe un seguimiento documental abstracto, que impide estructurar y definir datos cuantificables que permitan la realización de análisis y mediciones. A la vez que no se posee una caracterización específica de los emprendimientos insertos en la creatividad y sostenibilidad que dan vida a las llamadas industrias creativas.

De seguir avanzando en la práctica de la economía creativa y no tomar en cuenta la cuantificación y cualificación de estos emprendimientos puede obstaculizar la determinación de cifras porcentuales y absolutas sobre el aporte que generan estas industrias a la economía local y nacional, al mismo tiempo que no se podrá realizar proyecciones de las dimensiones futuras de estas industrias culturales.

Es menester contar con un análisis de los fenómenos de naturaleza social y económica que generan los emprendimientos creativos ya que esto permite evidenciar y diagnosticar el impacto que traen estos emprendimientos para nación, sobre todo para las familias protagonistas y su entorno.



## **3.2. Preguntas de investigación**

### **3.2.1. Pregunta general**

¿Cuáles son los efectos socioeconómicos que generan los emprendimientos creativos en la ciudad de Estelí, durante el año 2022?

### **3.2.2. Preguntas específicas**

¿Cuáles son las principales características de los emprendimientos creativos en la ciudad de Estelí?

¿Cuáles son los principales indicadores socioeconómicos que destacan en los emprendimientos creativos de la ciudad de Estelí?

¿Qué efecto tienen los emprendimientos creativos en el bienestar social de las familias protagonistas?

¿Qué estrategias se pueden ejecutar para la implementación, desarrollo y sostenibilidad de los emprendimientos creativos en la ciudad de Estelí?

## 4. Justificación

La economía creativa y naranja es un tema de actualidad internacional, pues en este tiempo ha trascendido en los países de la región Latinoamericana ya que mediante este nuevo campo se permite una mayor expresión cultural, intelectual y creativa de los pueblos, por medio de la transformación de ideas en bienes y servicios creativos, traducidos en valor de cambio, valor funcional y valor expresivo.

Nicaragua es un país con una idiosincrasia basada en valores de trabajo, emprendimiento, innovación y creatividad; características fundamentales de sus pueblos, que la hacen una nación capaz de producir bienes y servicios a partir del conocimiento empírico, cultural, tradicional y técnico, impulsado por hombres y mujeres que transforman sus ideas en hechos tangibles de desarrollo para su entorno socioeconómico, mediante los denominados emprendimientos creativos.

Es de suma importancia destacar que Estelí se encuentra dentro de las seis ciudades creativas de Nicaragua, como un referente nacional por su creatividad; destacándose en la plástica popular en sus diferentes expresiones: muralismo, pintura, dibujo, escultura, ilustración digital. La marroquinería (trabajo del cuero) es otra representación del trabajo artístico que se realiza y genera interés a nivel nacional e internacional en países como: México, EEUU y Centroamérica (Nicaragua Creativa, 2021). También la ciudad es un exponente importante en la música, cuna de muchos artistas reconocidos por su talento, innovación, profesionalismo y tradición, todas estas actividades son parte del desarrollo económico de la localidad que permiten la generación de emprendimientos creativos basados en elementos culturales, que pueden ser altamente cohesivos y a su vez productivos en términos económicos.

El continuo crecimiento de los emprendimientos creativos en Estelí; hace enfocarse en identificar los efectos socioeconómicos que generan este tipo de actividad en la ciudad. De esta manera se busca a resaltar la importancia de los emprendimientos insertos en la economía creativa, así como su influencia en el status socioeconómico de los protagonistas e impulsar su promoción, desarrollo y sostenibilidad

## 5. OBJETIVOS

### 6.1. Objetivo General

Analizar los efectos socioeconómicos que generan los emprendimientos creativos en la ciudad de Estelí, durante el año 2022.

### 6.1. Objetivo Específico

- ✓ Caracterizar los emprendimientos creativos de la ciudad de Estelí.
- ✓ Identificar los indicadores socioeconómicos que destacan en los emprendimientos creativos de la ciudad de Estelí.
- ✓ Describir el efecto que generan los emprendimientos creativos en el bienestar social de las familias protagonistas.
- ✓ Proponer estrategias que contribuyan a la implementación, desarrollo y sostenibilidad de los emprendimientos creativos en la ciudad de Estelí

## 6. MARCO TEÓRICO

En este apartado se encuentra los ejes teóricos que se han constituido como fuente de análisis y observación, con la finalidad de enriquecer mediante la literatura los procesos investigativos, forjando los conocimientos y criterios necesarios para el desarrollo y comprensión de esta temática, mediante la deducción metódica que permite transportar al lector de lo general a lo particular.

### 6.1. Economía Creativa

La economía creativa es una temática que ha generado incertidumbre a la hora de conceptualizar, pues sus determinantes evocan una totalidad inmersa en la diversidad de los pueblos que pone en evidencia la importancia que esta tiene desde distintas áreas. Es por ello que existe una pluralidad de definiciones que la describen; entre las más destacadas tenemos:

Buitrago & Duque (2013) expresan que la economía creativa es un: “Conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual”. Otras investigaciones afirman que: “Es una fuerza transformadora en términos de generación de ingresos, creación de empleos y aumento de los ingresos en exportaciones. A la vez menciona que es generadora de “un valor no monetario que contribuye notablemente a la consecución de un desarrollo sostenible inclusivo y centrado en las personas.” (UNESCO & PNUD, Informe sobre la Economía Creativa, 2013)

“El universo naranja está compuesto por: la economía cultural y las industrias creativas, en cuya intersección se encuentran las industrias culturales convencionales; y las áreas de soporte para la creatividad”. (Buitrago & Duque, 2013)

#### 6.1.1 Industrias Creativas

“Se entiende por industrias culturales y creativas a aquellos sectores que tienen como objeto principal la creatividad, la producción o reproducción, la promoción, la difusión y la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico

o patrimonial”. (UNESCO, 2010); en la misma dirección los estudios del Banco Interamericano de Desarrollo afirman que “Las industrias creativas son aquellas actividades que tienen su origen en la creatividad, la habilidad y el talento individual, y que tienen el potencial de crear empleos y riqueza a través de la generación y la explotación de la propiedad intelectual”. (BID, 2014)

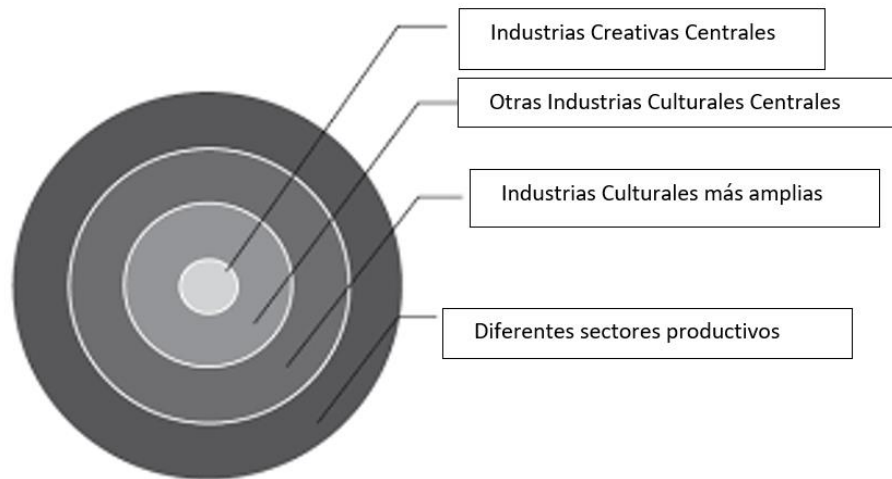
El economista David Throsby propone el modelo de “círculos concéntricos” en el que agrupa las industrias creativas según sus áreas de influencias y las relaciones que hay entre estas desde los sectores y disciplinas en las que se desarrollan.

Throsby propone las siguientes cuatro dimensiones:

- Industrias creativas centrales (dentro de las cuales están la literatura, la música, las artes escénicas y las artes visuales).
- Otras Industrias Culturales Centrales (dentro de las cuales estarían el cine, museos, galerías, bibliotecas y actividades de fotografía).
- Industrias Culturales más amplias (dentro de las que estarían los servicios del patrimonio, edición y medios impresos, televisión y radio, grabaciones de audio y videojuegos).
- Otros Sectores Productivos (conformados por la publicidad, arquitectura, diseño y moda).

En el mundo existen cinco modelos que pretenden demostrar la relación que sostienen entre los sectores de la economía creativa. Los círculos concéntricos es el modelo adoptado en la región latinoamericana de manera que los países de esta región en su esquematización de las industrias creativas tienen su Genesis en el modelo de Throsby. Permitiendo la realización de instrumento de control y registro como el mapeo por sector, la determinación del emprendimiento por grado cultural, de innovación y de utilidad.

Figura 1: Modelo Círculos Concéntricos de las industrias creativas.



Fuente: (Aspillaga, 2015)

A partir de este modelo el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), por medio de la investigación de Buitrago & Duque en (2013) han realizado un mapeo en el que se esquematiza las industrias culturales y creativas junto a sus respectivas actividades denominado Universo Naranja.

Figura 2: Universo Naranja.

Universo Naranja			
Arte y Patrimonio			
Artes Visuales	Artes escénicas y espectáculos	Turismo y patrimonio cultural material e inmaterial	Educación artística y cultural
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pintura</li> <li>• Escultura</li> <li>• Instalaciones</li> <li>• Arte en movimiento y videoarte</li> <li>• Fotografía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teatro, danza, marionetas.</li> <li>• Orquestas, ópera y zarzuela</li> <li>• Conciertos</li> <li>• Circos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Artesanías, antigüedades, laudaría y productos típicos.</li> <li>• Gastronomía</li> <li>• Museos,</li> </ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Moda - alta costura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Improvisaciones organizadas</li> <li>• Moda-pasarela</li> </ul>	galerías, archivos y bibliotecas. Arquitectura y restauración. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Parques naturales y ecoturismo.</li> </ul> Monumentos, sitios arqueológicos, centros históricos, etc. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimientos tradicionales, festival.</li> </ul>	Educación artística y cultural.	
Industrias Culturales Convencionales				
Editorial	Audiovisual	Fonografía		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Libros, periódicos y revistas.</li> <li>• Industria gráfica (impresión).</li> <li>• Edición.</li> <li>• Literatura.</li> <li>• Librerías.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cine, televisión y video.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Radio y música grabada.</li> </ul>		
Creaciones funcionales, nuevos medios y software				
Diseño	Software de contenidos	Agencias de noticias y otros	Publicidad	Moda-prêt-à-porter

		servicios de información		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interiores</li> <li>• Artes gráficas e ilustración</li> <li>• Joyería</li> <li>• Juguetes</li> <li>• Industrial (productos)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Videojuegos</li> <li>• Otros contenidos interactivos audiovisuales</li> <li>• Medios de soporte para contenidos digitales</li> </ul>	Agencias de noticias y otros servicios de información	Publicidad.	Moda-prêt-à-porter

Fuente: (Luzardo, De Jesús, & Pérez, 2017)

Estas actividades incluyen a las industrias culturales, donde están la música, el libro y el audiovisual, más toda la producción artística y cultural, ya sean espectáculos o bienes producidos individual y colectivamente, y que incluye principalmente las artes escénicas, las artes visuales, la fotografía y la artesanía. Son aquellas en las que el producto o servicio contiene un elemento artístico o creativo sustancial e incluye sectores de servicios como la arquitectura, el diseño y la publicidad. (UNESCO, 2006)

### 6.1.2 Emprendimientos Creativos.

Un emprendedor es un individuo que identifica oportunidades en el mercado, asigna recursos y crea valor. El emprendimiento, el acto de ser emprendedor, implica la capacidad y la voluntad de emprender la concepción, organización y gestión de una nueva empresa productiva, aceptando todos los riesgos que conlleva, y buscando beneficios y ganancias como recompensa.

En economía, el emprendimiento a veces se considera un factor de producción, igual que la tierra, la mano de obra, los recursos naturales y el capital (UNCTAD, 2010, p. 302).



El emprendimiento cultural, es entendido por la como: una iniciativa o proyecto cultural y creativo con un plan de viabilidad que lo hace económicamente sostenible o en vías de serlo en una institución o empresa cultural (Unesco, 2010, p. 20).

Teniendo en cuenta a Kuratko & Hodgetts (2004), un emprendimiento es un “proceso dinámico de visión, cambio y creación. Requiere la aplicación de energía y pasión hacia la creación e implementación de nuevas ideas y soluciones creativas”. A la vez que destacan como factores importantes del emprendimiento la capacidad de asumir riesgos y contar con las habilidades necesarias para desarrollar el mismo, por eso aluden que es necesario poseer “habilidad de formular un equipo efectivo; la habilidad de reunir recursos de forma creativa; la habilidad fundamental de construir un plan de negocio sólido y, finalmente, la visión necesaria para reconocer las oportunidades donde otros ven caos, contradicciones y confusión” ( Hodgetts & Kuratko , 2004)

A juicio de Gutiérrez P. (2018) “es considerado por el BID como uno de los sectores transversales de la economía, ya que los emprendedores creativos se han adaptado y transformado a las necesidades actuales”. Esto es la búsqueda constante de respuestas a los requerimientos de la población, mediante la concepción, discernimiento, evaluación y ejecución de una idea que puede surgir de la espontaneidad y mediante una maduración acertada se convierte en un instrumento tangible y factible. En este mismo sentido el autor señala que “Dentro de las categorías del universo naranja, existen empresas o ideas innovadoras que varios años atrás no se consideraban posibles”. (Gutiérrez, 2018)

En Nicaragua, la economía creativa la dinamizan los hombres y mujeres que trabajan diariamente con las ideas y la creatividad, y que constituyen y dan vida a las industrias culturales y creativas, las ciudades y las comunidades creativas, considerados protagonistas que han sido adecuadamente integrados a las actividades socio-productivas. (Nicaragua Creativa, 2021)

Los emprendimientos denominados creativos en Nicaragua por su descripción se pueden asumir que tienen su origen en la idiosincrasia popular, ya que en sus distintos ámbitos se ve muy resaltado los valores, la cultura y tradición nicaragüense que permiten la generación de productos o servicios únicos e identificados con el pueblo.

### **6.1.2.1 Producción de las Industrias Creativas/ Emprendimientos Creativos en Nicaragua.**

Teniendo en cuenta el estudio realizado por Lázaro & Rodríguez (2018). La producción total de las industrias creativas de Nicaragua correspondió al 65,4% en servicios de publicidad, 21,3% en servicios de cine, radio, televisión y espectáculos, mientras que 7,3% es de los servicios de agencias de noticias, bibliotecas, archivos, museos y otros. (Lázaro & Rodríguez, 2018)

Por otra parte, destacan que el 6.1% fue en servicios de esparcimiento asociados al sector creativo. El turismo cultural en su actividad económica en el año 2015 alcanzó el 11% según el Banco Central de Nicaragua. (BCN)

Un indicador importante a destacar dentro de estas industrias son las exportaciones de bienes creativos que para el año 2013 ascendieron a 2,64 millones de dólares, expuesto por la conferencia de las naciones unidas sobre el comercio y desarrollo UNCTAD en 2016.

### **6.1.2.2 Determinantes de los Emprendimientos Creativos.**

Dentro de las industrias culturales y creativas destacan elementos que hacen de estos emprendimientos un sector innovador, con potencial económico derivado de su connotación social.

#### **6.1.2.2.1 Creatividad**

Throsby (2013) señala que: “La creatividad se considera una cualidad, algunos psicólogos cuestionan el hecho de que esta sea una característica de los seres humanos o un proceso para la resolución de problemas de forma novedosa”. Es por eso que Luzardo, Jesús y Pérez (2017), Manifiesta que “la creatividad no tiene una única definición”.

A demás, la clasifican en (Luzardo, De Jesús, & Pérez, 2017):

Creatividad artística: involucra imaginación y capacidad para crear ideas originales y novedosas.

Creatividad científica: se activa desde la curiosidad por la observación de fenómenos y la disposición para experimentar y crear nuevas formas para resolver los problemas.

Creatividad económica: se trata de un proceso dinámico que apunta a la innovación en tecnologías de producción, prácticas comerciales y mercadeo.

La definición de cultura crea conflicto entre los autores ya que la misma ha venido evolucionando en el tiempo. Dentro de los lineamientos generales se dice que: “La cultura es el conjunto de conocimientos y rasgos característicos que distinguen una sociedad, una determinada época o un grupo social.

La UNESCO considera que la cultura “es todo lo que constituye nuestro ser y configura nuestra identidad”. A la vez que afirma que funge como un factor de progreso social expresando que: “Hacer de la cultura un elemento central de las políticas de desarrollo es el único medio de garantizar que éste se centre en el ser humano y sea inclusivo y equitativo”. (UNESCO, 2010)

Tras repasar de manera general los primeros usos del concepto de cultura y sus cambios, adopta dos de funciones: una que es la que la describe como un conjunto de actitudes, creencias, convicciones, costumbres y prácticas compartidas por un grupo social; la otra se refiere a ciertas actividades que se relacionan con aspectos artísticos o intelectuales de las actividades humanas.

Desde el punto de vista de Throsby la cultura, en su dimensión económica, debe ser en tendida como todos aquellos bienes y servicios que suponen creatividad, que en su producción incorporen cierto grado de propiedad intelectual y que trasmitan un significado simbólico. (Cordera Campos, 2009)

#### **6.1.2.2.2 Tradición.**

La tradición es el conjunto de bienes culturales que se transmite de generación en generación dentro de una comunidad. Se trata de aquellas costumbres y manifestaciones que cada sociedad considera valiosas y las mantiene para que sean aprendidas por las nuevas generaciones, como parte indispensable del legado cultural.

La tradición, por lo tanto, es algo que se hereda y que forma parte de la identidad. El arte característico de un grupo social, con su música, sus danzas y sus cuentos, forma parte de lo tradicional, al igual que la gastronomía y otras cuestiones.

El folklore y aquello que se considera como parte de la sabiduría popular también pertenecen al campo de la tradición. Es importante destacar que, muchas veces, la tradición se asocia a una visión conservadora, ya que implica mantener intactos ciertos valores a lo largo del tiempo. En este sentido, las creencias de quienes no se interesan por las tradiciones de su tierra o que intentan cambiarlas suelen ser vistas como rupturistas.

#### **6.1.2.2.3 Talento.**

La noción de talento está vinculada a la aptitud o la inteligencia. Se trata de la capacidad para ejercer una cierta ocupación o para desempeñar una actividad. El talento suele estar asociado a la habilidad innata y a la creación, aunque también puede desarrollarse con la práctica y el entrenamiento.

El talento desde el punto de vista creativo productivo se pone de manifiesto en los logros que toman años o meses para alcanzarlos, requiere de altos niveles de autoconcepto y de compromiso con la tarea, se puede medir por las contribuciones que haga un sujeto a un área del conocimiento. La naturaleza de esas contribuciones está en el descubrimiento, la creatividad es necesaria y la edad típica en que ha investigado es la adultez. Este tipo de talento está orientado a la solución de problemas reales. (Lorenzo García, 2006)

#### **6.1.2.2.4 Propiedad Intelectual.**

La propiedad intelectual (PI) se refiere a las creaciones del intelecto: desde las obras de arte hasta las invenciones, los programas informáticos, las marcas y otros signos comerciales.

La legislación protege la PI, por ejemplo, mediante las patentes, derechos de autor y las marcas, que permiten tener reconocimiento o ganancias por las invenciones o creaciones. Al equilibrar el interés de los innovadores y el interés del público, el

sistema de PI procura fomentar un entorno propicio para que prosperen la creatividad y la innovación. (OMPI, 2020)

#### **6.1.2.2.5 Ciudades Creativas.**

Las Ciudades Creativas son aquellas que resalta en el territorio nacional e internacional por su creatividad, cultura, costumbres y tradiciones que subrayan el talento en sus habitantes, y dan paso al desarrollo intelectual y social, permitiendo traducirlo en un potencial económico.

La Comisión Nacional de Economía Creativa en Nicaragua añade que “en sus espacios se promueve el talento innovador de los protagonistas, se fortalecen sus capacidades creativas a través del arte, diseño, artesanía, música, moda, literatura, y gastronomía” (Nicaragua Creativa, 2021) incentivando a sus habitantes a despertar el sentido cultural y emprendedor que muestran su ingenio y originalidad al mundo.

En Nicaragua existe una Red Nacional de Ciudades Creativas que se denominan como: “conjunto de ciudades que se destacan por el posicionamiento y desarrollo de sus industrias culturales y creativas, y establece entre las prioridades de sus planes de desarrollo local la realización del individuo, la familia y la comunidad” (Nicaragua Creativa, 2021).

#### **6.1.2.2.6 Estelí, Ciudad Creativa.**

Estelí es una ciudad ubicada al norte de Nicaragua, por su posición geográfica es una ciudad muy fértil destacada por su alta actividad económica, deriva de su industrialización y desarrollo, así como de la producción agrícola y el crecimiento constante de los emprendimientos.

El Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) la describe de la siguiente manera: “La ciudad de Estelí, Cabecera Departamental del mismo nombre, se localiza a 150 kilómetros de Managua, es la puerta de Las Segovia como se conoce a los departamentos de Nueva Segovia, Madriz, Estelí y la parte norte de Honduras, lo que potencia su posición como principal centro de actividades agro turística y comercial.”

Desde la herencia cultural la Comisión Nacional de Economía Creativa revela su significado etimológico “Estelí, río de Sangre o Piedra Roja” y la caracteriza expresando que es un pueblo “ donde el quehacer artístico se lleva ancestralmente, este se manifiesta en su música, poesía y pintura; herencia de ancestros chorotegas, que desarrollaron facultades mito-poéticas y fueron plasmadas en piedras con expresiones pictóricas y petrograbados”. (Nicaragua Creativa, 2021)

Después de un estudio sistemático, elaborando instrumentos y herramientas metodológicas de diagnóstico el Instituto Nicaragüense de Fomento Municipal (MIFIC) ha analizado los parámetros que se establecen para pertenecer a la Red Internacional de Ciudades Creativas de la UNESCO, en 5 ciudades de Nicaragua; identificando en Estelí potencialidades en los 7 ámbitos creativos: Artesanía Arte Popular, Literatura, Música, Gastronomía, Diseño, Arte Digital, Cinematografía, que permiten desarrollarse y establecerse como Ciudad Creativa a la vez que esto sirve de como un primer diagnóstico de Economía Creativa.

#### **6.1.2.2.7 Principales Indicadores que hacen de Estelí una Ciudad Creativa.**

Al realizar un diagnóstico en la ciudad de Estelí, siguiendo los parámetros correspondientes de los siete ámbitos establecidos por la UNESCO, el Instituto Nicaragüense de Fomento Municipal (INIFOM), reporta que los indicadores con mayor fortaleza son:

Gastronomía 26 %, Música 87.63 % Artesanía y Arte Popular 76.88 %, Literatura 22.6 %, Diseño 39 %, Arte Digital 19.2%, Cinematografía 28%. (INIFOM, 2020)

Figura 3: Resultado Ámbitos Creativos- Estelí



Fuente: (INIFOM, 2020)

Estos resultados muestran el potencial creativo de la ciudad, con esto se evidencia que existe un núcleo para desarrollarse la economía creativa, pues al exponer las industrias culturales presentes reflejan un indicio de la diversificación del pensamiento del pueblo estiliano, así como apropiación de la cultura y tradición.

### **Artesanía y Arte Popular.**

Estelí es un referente nacional que nos representa con su arte popular y artesanía en sus diferentes expresiones.

Declarada ciudad del muralismo, por su trayectoria artística en la producción de más de 200 murales con la participación activa de niñas, niños, adolescentes y jóvenes, en la producción de estos murales se destaca la fundación de apoyo a el arte creador infantil FUNARTE, y el Colectivo de Muralistas David Alfaro Siqueiros, Dirigido por El Pintor, Muralista y educador social Julio Cesar Moreno Aguirre, y otros artistas independientes. Cabe destacar que el arte urbano ha tenido su aporte en la producción de algunos murales pintados en lugares públicos.

En esta ciudad se vive una cultura colectiva en la creación de obras que expresan diferentes temáticas, locales, nacionales e internacionales, los numerosos murales ya

cuentan con un amplio reconocimiento local, nacional e internacional, ubicándonos en uno de los destinos turísticos artísticos de referencia.

### **Artesanía Mosaicos**

El arte en esta expresión es una de las formas más creativas de transformar la tusa en un elemento para ser integrado de manera integral dentro de una composición gráfica, por manos de mujeres y hombres laboriosas/os dirigido por su creador pintor y artista estiliano Juan Carlos Moreno.

Desde el año 2003 se ha dedicado a promover esta nueva expresión, convirtiéndola en artesanía local que nos distingue de otros departamentos.

Los diferentes procesos que se realizan para la elaboración de cuadros de Mosaicos en tusa requieren una estrecha relación en todos los procesos de selección y procesamiento antes de ser usados.

Tomando una cantidad de más de 50 motivos diferentes diseños, representando la idiosincrasia de nuestro país como: el ave nacional guardabarranco, el folklor nicaragüense, los Músicos Estilianos, entre otros, siendo esta artesanía única y original, con un mercado establecido en Masaya, Granada, Managua, León y Estelí.

### **La Artesanía de cuero**

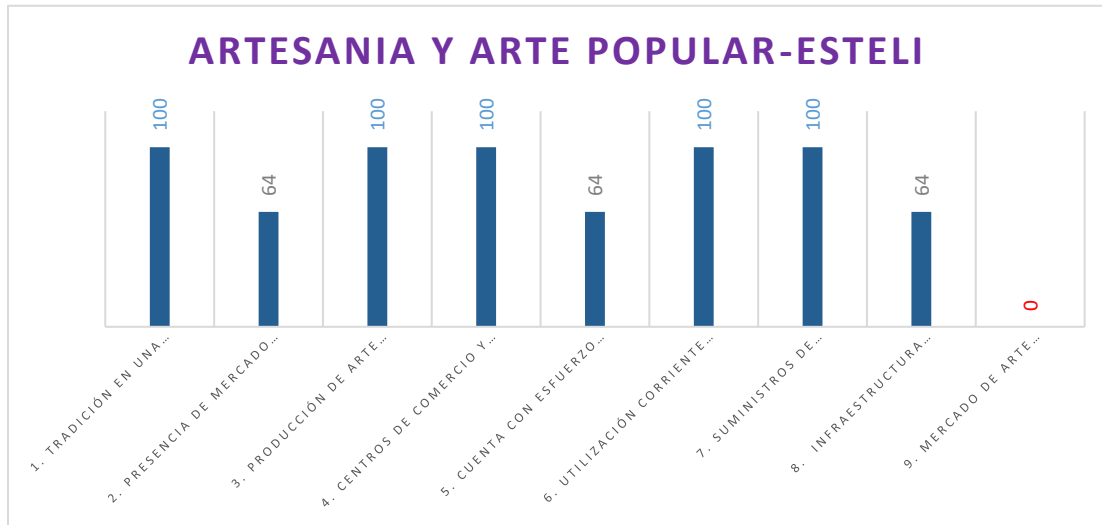
Nuestro municipio muy demandado en todo el país trabajándose: Albardas, Monturas, botas, zapatillas, fajas, llaveros, cuadros, Carteras, billeteras, bolsos, bisutería en cuero, Muebles en cuero y accesorios y suvenires etc., estos productos tienen un alcance internacional México, EEUU Y Centro América muy cotizado.

La materia prima es producida en el departamento de Estelí, municipio de Condega, la cadena de producción peletería, curtiembres, Artesanos en madera (quienes elaboran las hormas para zapatería, base de muebles) área de herrería (elaboran accesorios para monturas) Talabartería (producto terminado listo para el comercio.



El ámbito de Artesanía y Arte Popular, según el análisis valorativo, alcanza un promedio nivel de desarrollo del ámbito de 76.88% tomando en cuenta los 9 criterios establecidos en el análisis.

Figura 4: Nivel de desarrollo de la Artesanía y el arte popular



Fuente: (INIFOM, 2020)

### 6.1.2.3 Música

La música y sus creadores nos llena de orgullo e identidad, recopiladores como don Felipe Urrutia Delgadillo que ha dejado un legado grande en nuestro país con sus Polkas, Mazurcas, Valses, Jamaquelllos y música de compositores como: Doroteo Flores (Tellito), don Noel Pérez Urbina con canciones como Estelí declarada el himno de nuestro municipio. Destacando la naturaleza, historia, idiosincrasia de nuestro pueblo.

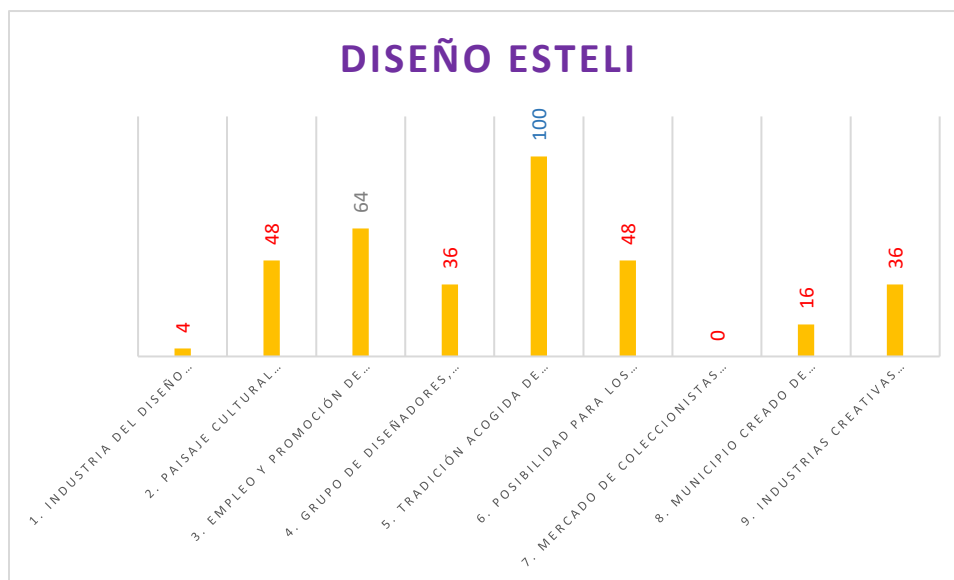
Nuestros Interpretes como: Andrés Ramos Cuevas, Marvin Rodríguez, Jairo Blanco, Madhavier, Anabel Ruiz, Ramón Lozano, Francisca Ruiz, Noel Pérez Urbina, Alfredo Quintero entre otros

Centros de creación musical, Festivales y eventos musicales, Industria de la Música, Conservatorios y escuelas de música, Lugar de nacimiento de músicos, Escena musical que promueve tradición, Espacios culturales para el disfrute y practica musical. (INIFOM, 2020)

### 6.1.2.4 Diseño

El ámbito de Diseño, según el análisis valorativo, alcanza un promedio del nivel de desarrollo del ámbito de 39 % tomando en cuenta los 9 criterios establecidos en el análisis.

Figura 5: Criterios de diseño.



Fuente: (INIFOM, 2020)

Los talleres de artesanía funcionan con horario regular; tales como: zapaterías, sastrerías, talabarterías, talleres de cajas para empacar puros, mueblerías y ebanisterías de tal manera que con previos acuerdos se pueden visitar para conocer el proceso de elaboración de los productos.

### 6.1.2.5 Patrimonio Natural.

Identificación de bienes y servicios eco sistémicos

Estelí tiene un inmenso potencial turístico y cultural, su patrimonio natural ligado a la historia hacen un complemento único y original, entre los lugares más destacados tenemos:

<b>Bienes y Servicios Eco sistémicos</b>		
<b>Patrimonio Natural</b>	<b>Características</b>	<b>Servicio</b>
Reserva Natural El Tisey - La Estanzuela	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicada a 3 kilómetros de la ciudad de Estelí, con su mirador natural paisajístico y su espléndida obra de arte de altos y bajos relieve en sus bosques de pino y robledales.</li> <li>• Su nombre proviene de dos de sus sitios naturales más famosos: el cerro El Tisey que mide 1,550 msnm, y el río La Estanzuela que tiene una importante y muy conocida cascada con el mismo nombre.</li> <li>• Por su atractivo paisajístico y fresca natural es visitada frecuentemente por turistas nacionales e internacionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Senderismo</li> <li>• Caminatas a pie y a caballo</li> <li>• Gastronomía tradicional.</li> </ul>
Galería de piedra El Jalacate	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Señor Alberto Gutiérrez Jirón “El Ermitaño”, el único escultor natural en paredes de piedras de la región.</li> <li>• su galería artística al aire libre es considerada un templo de cultura en piedras.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Senderismo</li> </ul>
Reserva Natural Miraflor	<ul style="list-style-type: none"> <li>• se localiza a unos 30 kilómetros al noreste del municipio de Estelí.</li> <li>• Es una zona montañosa de enormes pendientes, con alturas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alojamientos (Hoteles, hospedajes, Posadas)</li> <li>• Alimentación.</li> </ul>

	<p>máximas de 1,450 metros sobre el nivel del mar,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuenta con alrededor de 200 especies de orquídeas y 307 especies de pájaros, así como arañas y monos congós.</li> <li>• En la Reserva Miraflores, se concentran los bosques de La Perla-Los Apantes, Los Volcancitos y El Paraíso - Robledal. También algunos puntos geológicos como las Cuevas de Apaguis, Tierra Agria, el Cerro Tres Coronas, El Salto la Chorrera y la laguna Miraflores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guías turísticos.</li> </ul>
<p>Reserva Natural el Quiabú - Las Brisas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La Reserva está ubicada en su mayor parte en el departamento de Estelí, en territorio de los municipios de Estelí y San Juan de Limay, y en menor extensión en el departamento de León, en los municipios del Sauce y Achuapa.</li> <li>• En esta Reserva se encuentra el Cerro la Fila, que es el más elevado dentro de la Reserva, con 1608 msnm, seguido del Cerro Las Brisas con 1,603.8msnm.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Senderismo.</li> <li>• disfrutar de sus vistas panorámicas.</li> <li>• fincas eco turísticas</li> <li>• alojamiento</li> <li>• acampada</li> <li>• senderismo.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>En esta reserva se encuentran tigrillos, venados y coyotes, así como monos, garrobos y mapachines, los que en su mayoría están en peligro de extinción.</li> </ul>				
Las cuevas del cerro Tomabú		<ul style="list-style-type: none"> <li>Está situada en el kilómetro 137 de la carretera panamericana, en la comunidad de Santa Cruz, al suroeste de la ciudad de Estelí</li> <li>Durante la noche, desde sus alturas la vista es increíble, se puede visibilizar la ciudad de Estelí, el Volcán Momotombo y el Valle de Sébaco.</li> <li>Con respecto a la fauna, el grupo de vertebrados más diversos son las aves.</li> <li>Sus principales alturas son el Cerro El Picacho (1,445msnm), el Cerro Las Cuevas (1,437msnm), forma parte de este cerro la altura conocida como “Peña Blanca” (1,331msnm),</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Senderismo.</li> <li>Acampar.</li> </ul>			
Otros	<table border="1"> <tr> <td>Poza Los Quesos</td> <td rowspan="2">.</td> </tr> <tr> <td>Poza El Tular</td> </tr> </table>	Poza Los Quesos	.	Poza El Tular		Actividades que se realizan entre las actividades que realizan estos sitios es
Poza Los Quesos	.					
Poza El Tular						

	Poza La Sirena		el turismo comunitario, senderismo, como lugar de esparcimiento familiar.
	Poza El Dorado		
	Poza Las Naranjitas		

Figura 5: Patrimonio Natural de Estelí. (INIFOM, 2020)

## 6.2. Condiciones Socioeconómicas

La socioeconomía se compone de dos dimensiones: una inmersa en el ámbito social y otra en el económico. Para los sociólogos es importante identificar su jerarquización, pues defienden que el comportamiento humano es prácticamente predecible, lo que conlleva a que el desplazamiento de la economía sea de la misma forma.

Es por eso que al analizar las condiciones propias de una población o grupo de persona nos conduce a identificar su estatus socioeconómico en el que se desarrolla.

Teniendo en cuenta a CEPAL & PNUD (2014-2015) nos dice que “Las condiciones socioeconómicas de una población, región o país se establecen a través de indicadores diversos como: ingresos y gastos de hogares; consumo de la población; el peso de la deuda pública y el gasto social en el país; los programas y sus resultados de lucha contra la pobreza.” Por medio de la evaluación del avance que ha tenido en el cumplimiento de los objetivos del milenio y mediante el índice de desarrollo humano.

La economía creativa se ha posicionado como una opción estratégica dentro del desarrollo sostenible permitiendo a los países crear un motor para “la evaluación de los indicadores relativos a los objetivos del milenio y del índice de desarrollo humano; la socioeconomía del medio ambiente y el impulso a las energías limpias; los estrangulamientos sectoriales (como transporte, educación, salud, organización

institucional y regional) y su repercusión; la lucha contra la corrupción; el mejoramiento de la gobernabilidad y el diseño de políticas fiscales robustas y equitativas; el análisis y difusión de temas relacionados con el libre comercio; la productividad; y el cooperativismo y asociación empresarial (CEPAL, 2014a; 2014b y PNUD, 2015).

### **6.2.1. Indicadores Socioeconómicos.**

Según Gonzalo Ramírez define los indicadores socioeconómicos como instrumentos que sirven a fuerzas sociales concretas para conocer (u ocultar...) aquellos aspectos de la realidad que les interesa en la sociedad (Ramírez) .

Los indicadores socioeconómicos definen la jerarquía que tiene una persona o un grupo con respecto al resto. Usualmente se mide por el ingreso como individuo y/o como grupo, y otros factores como ser equipamiento del hogar, condiciones generales en las que vive, nivel educativo, etc. (Linares, 2009, pág. 177).

### **6.2.2. Empleo como factor de crecimiento.**

La definición de la fuerza de trabajo en una sociedad y la necesidad de medirla dependen de su grado de desarrollo.

En una economía de subsistencia en donde predomina el autoconsumo y la producción de los bienes y servicios se realiza dentro de unidades de producción familiares con la participación de todos los miembros que la forman, no existe en realidad un mercado de trabajo, puesto que virtualmente todas las personas trabajan.

Uno de los instrumentos para tasar la economía de un país es la medición de la generación de empleo por cada uno de los sectores económicos del país.

Las unidades de producción familiares y de empresas altamente tecnificadas, con una gama de situaciones intermedias, dificulta la demarcación clara de los límites de la fuerza de trabajo. Existe un importante volumen de población cuya participación en el mercado de trabajo es de tipo marginal, para la cual aún la delimitación del tiempo destinado a trabajar presenta dificultades

En esta categoría se cuentan las personas que siendo parte de la PEA, durante un periodo de referencia se encontraban trabajando efectivamente o sin trabajar pero con la seguridad de retornar a sus actividades posteriormente aquí se pueden considerar a las personas que se encuentren de vacaciones o con permisos especiales, que retornaran a su fuente de trabajo posteriormente, estos pueden estar en calidad de trabajadores asalariados o por cuenta propia , para el presente estudio interesa la segunda condición.

Existe además una clasificación que distingue el empleo entre formal e informal, dentro la primera categoría se contemplan aquellas actividades que se desarrollan conforme la normativa legal, es decir que cumplen con los requisitos mínimos de horario y beneficios sociales, nótese que en esta categoría pueden ingresar tanto asalariados como trabajadores por cuenta propia. Por su parte empleo informal se define como aquel que no garantiza al trabajador ni el cumplimiento de los derechos laborales ni la previsión social, por su parte la teoría en materia laboral, asume condiciones adicionales como la conformidad del trabajador y el ambiente de trabajo adecuado

#### **6.2.2.1. Empleo en las Industrias Creativas y Culturales en Centroamérica y Nicaragua**

Sobre el empleo, dos cifras internacionales difieren en el caso de Nicaragua. Por una parte, el Instituto de Estadística de la Unesco cifra en 19.635,1 por millón de habitantes las personas en empleos culturales. Otro estudio de la Cepal plantea, sobre la base del 2009, que el empleo cultural era de 15,7 mil personas (0,7%); el empleo cultural y actividades auxiliares de la cultura: 19,3 mil personas (0,9%) y el empleo de las actividades relacionadas con la cultura, 19,2 mil de personas (0,9 %) (Cepal/OEI, 2014: 105).

En el ámbito del mercado laboral, la generación de empleos asociados al sector ronda los 144 millones de personas a nivel mundial, al menos 3.2 veces mayor a la población total de Centroamérica.



### **6.2.3. Sostenibilidad económica.**

Evidentemente, el desarrollo económico sostenible puede lograrse, por ejemplo, cuando las empresas o personas, con un criterio rentable, hacen posible que sus proyectos sean financieramente exitosos (lograr en el tiempo que los ingresos sean mayores que sus costos); sin importar que al mismo tiempo abran su capital financiero a muchos socios, tengan un trato digno con los trabajadores y sus clientes e inclusive, paguen buenos salarios a la comunidad. Un ejemplo de ello, son algunas de las empresas cuya razón social se relaciona con la responsabilidad social.

Cabe destacar que la sostenibilidad económica implica un contexto social en el que exista el bienestar y un crecimiento económico que beneficie a toda la comunidad y que le ofrezca la oportunidad de ser feliz.

Lo importante no es solo la productividad y la competitividad. Aunque es evidente que los gobiernos deben preparar el terreno para que las empresas puedan desarrollarse, también hace falta que apoyen e inviertan en aquellos sectores que no son rentables para las empresas privadas (por ejemplo, algunos sectores energéticos) y que son necesarios para la sociedad, de forma que se cree un equilibrio.

#### **6.2.3.1. Instrumentos de Sostenibilidad Económica.**

##### **6.2.3.1.1. Eficiencia.**

Aprovechar al máximo los recursos que tenemos y cuidar los recursos escasos logra cumplir con otro de los pilares de la sostenibilidad económica, que es la eficiencia. Por ejemplo, usar con precaución los recursos naturales escasos como el agua nos permitirá garantizar un futuro para estos.

##### **6.2.3.1.2. Innovación.**

La tecnología debe ir de la mano de la innovación para crear soluciones que sean sostenibles desde diferentes niveles: sociales, medioambientales y económicos.

### **6.2.3.1.3. Recursos.**

Los recursos renovables no deben utilizarse a un ritmo superior a su generación, lo que nos lleva a una limitación en el consumo: los recursos no renovables deben ser sustituidos paulatinamente por recursos renovables. (CEPAL, 2019)

### **6.2.3.1.4. Diferencia entre crecimiento y desarrollo.**

El crecimiento supone un aumento cuantitativo, sin embargo, el desarrollo supone la mejora de las cualidades. Ese desarrollo, además, debe ser sostenible en el tiempo desde un punto de vista económico, social y ambiental.

De igual manera, se señala que es sostenibilidad económica un procedimiento que trata de satisfacer las necesidades humanas, pero de manera que se mantengan los recursos naturales y el medio ambiente para las generaciones futuras. Una economía funciona en un ecosistema; no puede existir sin él. De esta forma, el ecosistema proporciona los factores de producción que sustentan el crecimiento económico: tierra, recursos naturales, trabajo, capital y la sostenibilidad económica gestiona estos recursos para que no se agoten y permanezcan disponibles para las generaciones futuras (CEPAL, 2019).

## **6.2.4. Desarrollo Humano**

El PNUD (1990) define el desarrollo humano como un proceso mediante el cual se amplían las oportunidades de las personas; estas oportunidades son diversas y pueden cambiar en el tiempo, pero las más esenciales para cualquier nivel de desarrollo son: una vida prolongada y saludable, el acceso a la educación y disponer de los recursos para disfrutar de un nivel de vida decente; otras oportunidades que valoran los individuos son las libertades políticas, económicas y sociales, el respeto de los derechos humanos, la posibilidad de ser creativo y productivo, el respeto a sí mismo, entre otras (Rosales , 2017).

### **6.2.4.1. Promoción Humana**

Capacitar, desarrollar y promover a las personas para que con su trabajo logren su autosuficiencia y dignificación como seres humanos

América Latina y el Caribe tienen, en promedio, un nivel de desarrollo humano alto, solo por detrás de Europa y Asia Central. Sin embargo, cuando se ajusta por la desigualdad, el IDH de la región se reduce un 21,8% debido a la distribución desigual de los avances, en particular de los ingresos. La región tiene la menor brecha entre hombres y mujeres en el IDH con un 2%, por debajo del promedio mundial del 6%. Sin embargo, tiene la segunda tasa de natalidad entre adolescentes más alta y el índice de participación en el mercado laboral de las mujeres es considerablemente menor que el de los hombres (51,6 frente al 77,5%).

#### **6.2.4.2. Fomento cultural**

La UNESCO en su informe sobre Desarrollo y Cultura, expone una serie de pruebas que reflejan las experiencias, las acciones y los recursos de comunidades y actores locales de todo el mundo en desarrollo que contribuyen a una diversidad de expresiones culturales, el patrimonio cultural tangible e intangible, la planificación urbana y la arquitectura que propician el desarrollo social y económico. (UNESCO, 2006)

#### **6.2.4.3. Desarrollo Sostenible.**

“El proceso capaz de satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas.” Este concepto ha llevado a realizar un análisis de las implicaciones que este posee en términos de su aplicabilidad y de ser capaz de responder a las condiciones actuales tanto económicas, ecológicas y sociales (CEPAL, 2019).

Por otra parte, si se observa al concepto con una visión menos simplista en la medida que solo considera la interacción de componentes y la multiplicidad de estos, el desarrollo sostenible, tiene una connotación política, social, económica y ecológica que establece la interacción de los mismos de manera tal que dicha interacción se dé de manera equilibrada.

#### **6.2.4.4. Programas Sociales**

Los Programas sociales son las acciones de la Administración que promueven el cumplimiento de los Derechos Económicos, Sociales y Culturales y que, por su naturaleza, pueden dividirse en: programas de transferencias monetarias o

materiales, de prestación de servicios, de construcción, mejoramiento u operación de la infraestructura social y otorgamiento de subsidios directos e indirectos.

#### **6.2.4.5. Programas sociales ejecutados en Nicaragua desde la Economía Creativa.**

El Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional a través de la comisión interinstitucional de Economía Creativa han desarrollado programas sociales con el objetivo del incentivar al emprendedor y brindarle medios y técnicas de empoderamiento en los diversos sectores del emprendimiento en Nicaragua.

##### **6.2.4.5.1. PROSPERA.**

El 06 de agosto de 2020, el Gobierno de Nicaragua a través de la Comisión Nacional de Economía Creativa realizo el lanzamiento del Programa de Incubación y Aceleración de Negocios “PROSPERA”, a través del cual los emprendedores y mipymes tienen la oportunidad de fortalecer, acelerar y desarrollar sus modelos de negocios a través de mentorías y la oportunidad de aplicar a financiamiento.

El programa PROSPERA, por sus características, es un programa estratégico para apoyar ideas, emprendimientos y modelos de negocios, desde aquellos que se encuentran en fase de definición hasta los que ya han salido al mercado y cuyo horizonte temporal promedio es de cinco años.

Emprendimientos y modelos de negocios que pertenezcan a las industrias culturales y creativas, que promueven y dinamizan a las ciudades creativas, desde el turismo cultural, turismo creativo, distritos creativos, infraestructura asociada. (Nicaragua Creativa, 2021)

##### **6.2.4.5.2. RECERA.**

La Red de Emprendimientos Circulares, estará conformada por emprendimientos creativos, empresas privadas y organizaciones dedicadas a transformar y promover en sus procesos productivos, el uso eficiente y manejo adecuado de los recursos de manera sostenible.

Los emprendimientos circulares promueven el modelo de economía creativa a través de productos, servicios y/o modelos de negocio innovadores, con propuestas que reducen la huella ecológica del ser humano, y la presión de los residuos sólidos sobre los ecosistemas (Nicaragua Creativa, 2021).

### **6.3. Bienestar Social.**

Bienestar social. Es el conjunto de factores que es necesario para una persona, que le permita disfrutar de buena calidad de vida. Conllevando ello a gozar de una existencia en estado de satisfacción.

Según Tucker (2002), el crecimiento económico es el aumento de magnitudes, mediante el cual se mide el comportamiento global de la economía: ingreso nacional, producto nacional bruto, etc. Es un componente esencial del desarrollo económico. Desempleo. Condición de las personas en edad y disposición de trabajar que buscan activamente un puesto de trabajo, sin encontrarlo. También se denomina desempleo abierto (OIT, 2015).

Visto de otro modo, el bienestar económico es aquel donde se maximiza el bienestar social a través del crecimiento económico. Así, la mayoría de las personas del país cuentan con un empleo, hasta alcanzarse el desempleo estructural (aproximadamente entre el 4% y 5%). Además, existe una distribución de la renta efectiva, es decir, apenas hay desigualdad económica y todos los ciudadanos acceden las mismas oportunidades.

Nivel socioeconómico. Jerarquía que tiene una persona o un grupo con respecto al resto. Usualmente se mide por el ingreso como individuo y/o como grupo, y otros factores como ser equipamiento del hogar, condiciones generales en las que vive, nivel educativo, etc. (Linares, 2009, pág. 177).

Producción. Es cualquier tipo de actividad destinada a la fabricación, elaboración u obtención de bienes y servicios. Productividad: Es la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados. En un enfoque

sistemático se conceptúa como que algo o alguien es productivo con una cantidad de recursos (Insumos) en un periodo de tiempo dado se obtiene el máximo de productos.

Sectores económicos. Conjunto de actividades económicas que realizan las empresas al producir los bienes y servicios que posteriormente van al mercado, según su grado de homogeneidad productiva (Nicaragua Creativa, 2021)

### **6.3.1. Indicadores del Bienestar Social.**

El indicador de Población y familia: El tamaño y crecimiento de la población, este mide el número de habitantes (edad, sexo) de cada una de las familias. La tasa de feminidad la cual se obtiene dividiendo el número de mujeres por cada 100 hombres. Las tasas demográficas de natalidad y mortalidad, el número de nacidos vivos por cada mil habitantes y el número de personas fallecidas también por cada mil habitantes. En este indicador también se evalúa el movimiento migratorio, es decir, las variaciones residenciales dentro y fuera de un territorio dado.

En este mismo indicador de población y familia se evalúa la Juventud, envejecimiento de la población, el cual mide la edad poblacional y la esperanza de vida de las personas y los índices de infancia, juventud o de dependencia. Otro aspecto que mide es la formación y disolución de familias es decir las tasas demográficas de nupcialidad y divorcio, edades medias en las cuales las personas se casan, y el tamaño medio del hogar, el número de personas que componen un hogar.

Otro indicador a evaluar es el de educación, cultura y ocio: este mide el número de alumnos por niveles educativos, las tasas de escolaridad por niveles educativos, es decir, indica el número de estudiantes matriculados en un determinado nivel educativo. La tasa de alfabetización de adultos que poseen el nivel básico de educación, número medio de años de educación calculado por el número de años que corresponden en teoría a lo que se requiere para obtener un nivel educativo. Por otra parte, está la dotación y uso de instalaciones culturales, los museos, bibliotecas, o cines que se encuentran alrededor, y evalúa también la audiencia de medios de comunicación y los indicadores de la penetración de la sociedad de la información, es decir la tecnología (ONU, 2015)

El indicador de trabajo: este mide la tasa de empleo registrado la cual proporciona la cifra de los registros de oficinas de empleo, también mide las tasas de actividad y empleo, estas se obtienen a partir de los números estimados de activos, empleados, y desempleados, que está determinada por la mínima de edad permitida para trabajar. También se evalúa los salarios de los trabajadores y los accidentes laborales.

Continuando con otro indicador social se tiene el de la vivienda: este indicador evalúa y mide la dotación de las viviendas esto quiere decir el número determinado de tipo de electrodomésticos, prestaciones de vivienda y el número de actividades comerciales.

Estos son los indicadores normalmente más utilizados, pero es importante mencionar que existen muchos más, a continuación se presentarán los indicadores propuestos por la ONU como parte del programa de trabajo sobre Indicadores de Desarrollo Sustentable, adoptado por la Comisión sobre Desarrollo Sustentable (CDS) en 1995, se generó una lista de 134 indicadores tanto sociales, económicos, ambientales como institucionales y se sugirieron metodologías de estimación para que fuesen probadas y mejoradas a nivel nacional y mundial (ONU, 2015).

#### **6.4. Estrategias.**

«Las estrategias son programas generales de acción que llevan consigo compromisos de énfasis y recursos para poner en práctica una misión básica. Son patrones de objetivos, los cuales se han concebido e iniciado de tal manera, con el propósito de darle a la organización una dirección unificada». H. Koontz.

Son los métodos generales para lograr un objetivo .su objetivo general es reducir la desigualdad mediante el aumento del combate a la pobreza, la reducción del gasto y el incremento de la inversión en los sectores sociales y la infraestructura rural.

Por otro lado, Galbraith y Nathanson (1978) afirman que la estrategia es una acción específica, que normalmente va acompañada de la correspondiente asignación de recursos, para alcanzar un objetivo decidido sobre un plan estratégico.

De acuerdo con Schendel y Hofer (1978), la estrategia es el modelo fundamental de despliegue de los recursos presentes y futuros y las interacciones con el entorno que

indican cómo la organización alcanzará sus objetivos. En este aspecto, estos autores avanzan en su concepto en cuanto a que la organización debe pensar en el futuro y cómo afrontarlo

#### **6.4.1. Estrategias para la Implementación de Negocios.**

Lo importante es que la estrategia se convierte en el inicio del proceso de planeación que todo administrador debe conocer y que, luego de implementarla, es necesario evaluarla para determinar si se encuentra funcionando o cumple con lo que se ha esperado. Desde el ángulo que se quiera mirarla, la estrategia en cualquier organización es fundamental y requiere tener bien claros todos aquellos aspectos que contribuirán a definir lo que se desea ser, cómo se va a lograr llegar a ello y en qué tiempo lo va a obtener.

#### **6.4.2. Estrategias para la Desarrollo.**

El desarrollo de las empresas en un mercado altamente competitivo, como es el actual, permite que los administradores pongan en juego todas esas series de estrategias que en el transcurso del tiempo se han venido construyendo, basándose en lo que otros han estudiado y puesto en práctica además de sus propias experiencias, conjugando procesos para medir sus posibilidades y tratar de posicionar sus productos o servicios. Para el autor de este artículo, la estrategia es el fundamento que utiliza el administrador para poder establecer qué quiere de la empresa y cómo quiere conseguirlo, aplicando recursos con el fin de ubicarla en una posición sostenible que le permita continuar en el mercado y dispuesta a cambiar en el momento en que este lo requiera.

#### **6.4.3. Estrategias para la Sostenibilidad.**

Desde el punto de vista de la sostenibilidad de las organizaciones, Bonn y Fisher (2011) afirman que a nivel institucional la estrategia tiene que ver con el alcance global de una organización y cómo el valor se añadirá a sus diferentes unidades de negocio. Mientras que a nivel corporativo implica tomar decisiones acerca de la diversidad de producto/mercado, la cobertura geográfica y la búsqueda de posibles adquisiciones y alianzas estratégicas. Explican, además, que, si la sostenibilidad es un valor



fundamental para la organización, el alcance de la cartera corporativa de la organización tendrá que incluir estrategias para hacer frente a los problemas del consumo excesivo y el despilfarro en el mundo desarrollado.

Esto implica la creación de empresas que desarrollen y promuevan productos duraderos que se elaboren y se consuman con un impacto ambiental mínimo. Un aporte importante a este campo lo hace Cameron (2011) cuando explica cómo el medio ambiente o sostenibilidad, o cualquier frase que desee utilizar, si es bien asimilada, influirá en la estrategia y con toda probabilidad en el plan de negocio. Se requiere un cambio en la cultura corporativa si se quieren lograr cambios reales y positivos. Lo que está claro es que recursos humanos y la formación de profesionales en el negocio son las áreas que más van a necesitar crear la estrategia y determinar el mensaje correcto.

## **6.5. Marco Regulatorio.**

### **6.5.1. Ley 380. Ley de marcas y otros signos distintivos**

Esta ley establece las disposiciones que regulan la protección de las marcas y otros signos distintivos, los procedimientos de registro de marca; la duración, renovación y modificación del registro; el contenido del derecho conferido por el registro; transferencia y licencia para usar la marca; tipos de marcas; expresiones o señales de publicidad comercial y nombres comerciales (Nicaragua Creativa, 2021) .

### **6.5.2. Ley de patentes de invención, modelos de utilidad y diseños industriales**

La ley establece las disposiciones jurídicas para la protección de las invenciones; los dibujos y modelos de utilidad, los diseños industriales, los secretos empresariales y la prevención de actos que constituyan competencia desleal. El MIFIC, mediante el Registro de la Propiedad Intelectual (RPI), es la entidad encargada de la aplicación de esta ley (Nicaragua Creativa, 2021).

Con la ley se dispone la protección de las invenciones y derechos a la patente; los procedimientos de concesión, duración, modificaciones, alcance, limitaciones y extinción de la patente; licencias obligatorias; modelos de utilidad; protección y normas de registro del diseño industrial; acciones principales por infracción de derechos;

medidas precautorias; regulación de la competencia desleal y sanciones penales por infracciones (Nicaragua Creativa, 2021) .

### **6.5.3. Ley 312. Ley de derecho de autor y conexos**

Esta ley regula los derechos de autor sobre las obras literarias, artesanales, artísticas o científicas y los derechos conexos de los artistas, intérpretes o ejecutantes, de los productores de fonogramas y de las empresas de difusión.

El derecho de autor sobre las obras corresponde al autor por el sólo hecho de su creación, mismos que comprenden los derechos morales y patrimoniales; reconociendo entre los derechos morales la paternidad, integridad, divulgación, retiro y modificación de las obras y como derechos patrimoniales la exclusividad de autorizar o prohibir la explotación de su obra en cualquier forma. Así como el establecimiento de diferentes sanciones por incumplimiento a lo dispuesto en la ley.

Otro aspecto importante es la creación de la Oficina Nacional de Derecho de Autor y derechos conexos, con facultades administrativas para tramitar solicitudes, cobrar tarifas, promover arbitrajes en casos de controversia y todo lo relativo al registro e inscripción de obras, producciones y las correspondientes a la cesión u otra forma de constitución de derechos, de acuerdo al manual de Procedimientos elaborado por esta instancia reguladora. Contempla las facultades de las sociedades de gestión colectiva en materias de representación de autores y cobro de regalías, estando en proceso de constitución la primera sociedad de gestión en nuestro país (Nicaragua Creativa, 2021).

### **6.5.4. Decreto 18-2012 sobre la Promoción, Fomento y Protección de los Derechos de Propiedad Intelectual del Pueblo Nicaragüense**

Este decreto promueve la celebración a nivel nacional el 26 de abril de cada año el Día Mundial de la Propiedad Intelectual por medio de ferias, congresos, conferencias, entre otras actividades que promuevan la cultura de los derechos de la propiedad intelectual en todos los sectores de la sociedad en especial en la educación primaria, secundaria y terciaria, micro, pequeñas y medianas empresas.

El decreto también insta a todos los órganos del Poder Ejecutivo a velar por identificar el patrimonio intelectual, protegerlo mediante el registro y hacer uso de los derechos de propiedad intelectual conforme a la legislación vigente, con el objetivo de proteger los bienes inmateriales de la nación. También se indica que el Registro de la Propiedad Intelectual dependencia del Ministerio de Fomento, Industria y Comercio sea quien vele por todo lo mencionado anteriormente. (Nicaragua Creativa, 2021)

## **7. Hipótesis**

### **7.2. Hipótesis de investigación**

Los emprendimientos creativos tienen un efecto positivo en las condiciones socioeconómica de las familias en la ciudad de Estelí.

#### **7.2.1. Variable Independiente**

Emprendimientos Creativos.

#### **7.2.2. Variable dependiente.**

- Efectos socioeconómicos.
- Bienestar familiar.

### 8. Cuadro de operacionalización de variables

Objetivo	Variable	Concepto	Sub-Variable	Indicadores	Instrumentos	Fuentes
Caracterizar los emprendimientos creativos de la ciudad de Estelí	Emprendimientos creativos	Industrias que tiene su origen en la creatividad individual, las habilidades y el talento, y que buscan el bienestar y creación de trabajos a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual.	Creatividad	Capacidad de producir ideas	Encuesta	Protagonistas de emprendimientos creativos
				Industria creativa		
			Talento	Artesanía y Arte		
				Música		
				Diseño		
			Cultura	Patrimonio natural		
Tradicición						
Identificar los indicadores socioeconómicos que	Indicador socioeconómico	Las condiciones económicas socio de una población, región o país ,se establecen a	Empleo	Directo	Encuesta	Protagonista de emprendimientos creativos de Estelí
				Indirecto		
			Sostenibilidad Económica	Ingresos	Entrevista	
				Costos		
				Rentabilidad		

Objetivo	Variable	Concepto	Sub-Variable	Indicadores	Instrumentos	Fuentes
destacan en los emprendimientos creativos de la ciudad de Estelí		través de diversos como: ingresos y gastos de hogares; consumo de la población, el peso de la deuda pública y el gasto social en el país los programas y los resultados de la lucha contra la pobreza ;la evaluación de los indicadores relativos a los "objetivos del milenio y el índice de desarrollo humano"; la socio-economía del medio ambiente y el impulso a las energías limpias; los estrangulamientos	Desarrollo humano	Promoción Humana Fomento cultural		Comisión de Economía Creativa de Estelí.
			Desarrollo sostenible	Cantidad de materiales usados, reutilizados y reciclados Salud Ambiental		
			Programas Sociales	Talleres		
				festivales/Ferias		

Objetivo	Variable	Concepto	Sub-Variable	Indicadores	Instrumentos	Fuentes
		os sectoriales (como transporte, educación, salud, seguridad social, organización institucional y regional).				
Describir el efecto que generan los emprendimientos creativos en el bienestar social de las familias protagonistas.	Bienestar Social de las Familias Protagonistas.	El bienestar social es la satisfacción conjunta de una serie de factores, que responden a la calidad de vida del ser humano en sociedad.	Nivel de Salud	Integridad Física Integridad Psíquica	Encuesta	Protagonistas de emprendimientos creativos de Estelí
			Nivel de Educación	Escolaridad		
			Empleo	Estabilidad Laboral.		
			Ingreso	Salario.		
			Bienes de consumo	Cobertura de bienes de necesidad		
				Cobertura de bienes de lujo		
			Entorno ambiental.	Espacios de esparcimientos saludables		
			Vivienda	Vivienda Digna		

Objetivo	Variable	Concepto	Sub-Variable	Indicadores	Instrumentos	Fuentes
Proponer estrategias que contribuyan a la implementación, desarrollo y sostenibilidad de los emprendimientos creativos en la ciudad de Estelí	Estrategias	Arte y ciencia de formular, implantar y evaluar decisiones interfuncionales que permitan a la organización llevar a cabo sus objetivos.	Implementación	Promoción de emprendimientos creativos	Encuesta/ Entrevista	Protagonistas Población de Estelí Comisión de Economía Creativa de la Ciudad de Estelí.
			Desarrollo	Acompañamiento técnico.		
				Apertura Financiera		
			Sostenibilidad	Integración Social		
				Innovación		
				Calidad Bien o Servicio.		



## **9. Diseño metodológico**

En este apartado se describe el diseño metodológico de investigación, empleando un conjunto de procedimientos y pasos desarrollados estratégicamente que permiten dar respuesta a la pregunta de investigación, asimismo dar paso a la comprobación de la hipótesis y alcanzar los objetivos definidos.

### **9.2. Tipo de investigación**

Se trata de una Investigación de tipo descriptiva, ya que sus objetivos analizan de manera minuciosa las características, determinantes y efectos que generan los emprendimientos creativos en la ciudad de Estelí o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

#### **9.2.1. Según su Finalidad de la Investigación.**

Según la finalidad es aplicada, ya que la recolección de datos y la dimensión investigativa fue directamente con los protagonistas de los emprendimientos creativos de la ciudad de Estelí, que ha proporcionado la información necesaria para dar respuesta al problema de investigación.

Explica Murillo (2008), que la investigación aplicada recibe el nombre de “investigación práctica o empírica”, que se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros, después de implementar y sistematizar la práctica basada en investigación.

#### **9.2.2. Según alcance temporal.**

Por el alcance temporal la investigación es de corte transversal, ya que se da en un tiempo determinado. Concretamente en el año 2022.

El estudio transversal se define como un tipo de investigación observacional que analiza datos de variables recopiladas en un periodo de tiempo sobre una población muestra o subconjunto predefinido. Este tipo de estudio también se conoce como estudio de corte transversal, estudio transversal y estudio de prevalencia (Navarro, Sánchez, & Martín, 2004).

### **9.2.3. Según el carácter de medición.**

Se trata de una investigación Mixta, ya que integra elementos cuantitativos y cualitativos que permiten profundizar en las particularidades de los emprendimientos creativos, a la vez introducir en elementos socioeconómicos. Esta investigación es cualitativa porque consiste en describir las características que tienen los emprendimientos creativos, sus principales indicadores socioeconómicos. Y tiene un enfoque cuantitativo ya que se basa en el estudio y análisis de la realidad a través de diferentes procedimientos basados en la medición.

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández Sampieri y Mendoza, 2008 ).

## **9.3. Área de estudio**

### **9.3.1. Área de conocimiento**

El área de conocimiento puede abarcar una o varias líneas de investigación afines, por tal, se presentan las líneas y sub líneas de investigación propuestas, por el área de conocimiento de Ciencias Económicas y Administrativas de la UNAN-Managua, en concordancia para la carrera de Economía la cuales corresponden a:

#### **Línea de Investigación**

##### **Línea CEC-1: Desarrollo socio productivo, Emprendimiento y Bienestar**

Desarrollo socio productivo, emprendimiento y bienestar: Esta línea se centra en la generación del conocimiento científico aplicado a las necesidades de desarrollo socio productivo y el fortalecimiento de la capacidad adaptativa de las áreas económicas primarias que requieren de la generación de valor agregado, que contribuyan a mejorar su competitividad en el mundo globalizado, al fortalecimiento de la industria, el comercio y los servicios, siendo el emprendimiento e innovación el enfoque que buscará encontrar nuevas soluciones a los problemas actuales y futuros. Las propuestas de productos científicos aplicados será su fin inmediato,

enfocándose a la resolución de los problemas de desarrollo productivo endógeno desde lo local, territorial, regional y nacional, mediante la aplicación de procesos de investigación inter-multi-transdisciplinario, desde los enfoques económicos, sociales, ambientales y políticos, que contribuyan al bienestar social. (UNAN, 2021)

### **Sub línea de investigación**

#### **Sub línea CEC-1.1: Comportamiento de las unidades económicas.**

Su propósito se centra en la generación del conocimiento aplicado a las necesidades de desarrollo socio productivos de las Mipymes, grandes empresas, explotación agrícola (EA), trabajadores cuenta propia, economía familiar y creativa, comunitaria y cooperativa. Autogestionaria con proyectos de innovación y emprendimiento, para resolver problemas que contribuyan al bienestar socioeconómico del país. (Facultad Regional Multidisciplinaria, Estelí, 2020).

#### **9.3.2. Área geográfica**

Se analizaron los emprendimientos creativos de la ubicados en la zona urbana de la ciudad de Estelí, Nicaragua.

#### **9.4. Población y muestra / Sujetos participantes**

Para este estudio se utilizó un muestreo por conveniencia, debido a que la recolección de datos fue mediante una encuesta y entrevista aplicada a protagonistas de emprendimientos creativos, seleccionados según las características definidas.

La muestra por conveniencia es el procedimiento que consiste en la selección de las unidades de la muestra en forma arbitraria, las unidades de la muestra se autoseleccionan o se eligen de acuerdo a su fácil disponibilidad, no se especifica claramente el universo del cual se toma la muestra, por consiguiente, la representatividad estructural es nula, no se consideran variables que definen la composición estructural del objeto de estudio. (Scriban, 2007)

Las muestras no probabilísticas, también llamadas muestras dirigidas, suponen un procedimiento de selección informal. Se utilizan en diversas investigaciones cuantitativas y cualitativas, en las muestras de este tipo, la elección de los casos no depende de que todos tengan la misma probabilidad de ser elegidos, sino de la decisión de un investigador o grupo de personas que recolectan los datos. (Sampieri)

#### **9.4.1. Unidad de Análisis**

Para la recolección de información y por el análisis de los emprendimientos creativos y sus efectos socioeconómicos en la ciudad de Estelí, es necesario aplicar un instrumento de recolección de datos a las familias protagonistas y emprendedores creativos de la ciudad de Estelí.

#### **9.4.2. Muestreo**

El muestreo es una herramienta de la investigación científica, cuya función básica es determinar que parte de una realidad en estudio (población o muestra) debe examinarse, con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población (Muestreo).

En esta investigación utilizaremos el muestro no probabilístico, por conveniencia, no aleatorio. El muestreo de conveniencia es también llamado fortuito o accidental. Consiste, simplemente, en que el investigador selecciona los casos que están más disponibles (A. Alaminos Chica & J.L. Castejón Costa, 2006), es decir, que los encuestados serán escogidos según los intereses del investigador.

Para esta investigación se han tomado 40 emprendimientos de 4 industrias creativas de la ciudad de Estelí. En este caso se trata de emprendedores creativos y familias protagonista de los emprendimientos en la ciudad de Estelí.

Se ha elegido este tipo de muestreo ya que se trata de un primer estudio donde no se cuenta con la debida caracterización ni cuantificación de emprendimientos.

#### **9.5. Métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de datos**

Dentro de los procedimientos investigativos se ha optado por la elección de metodologías que permitan dar respuestas satisfactorias a la problemática que

acompaña este estudio, facultando un horizonte que guie los procedimientos, estrategias, técnicas y herramientas que resultan imprescindible para el alcance de los objetivos.

#### **9.5.1. Método de análisis y síntesis.**

“El método analítico-sintético tiene gran utilidad para la búsqueda y el procesamiento de la información empírica, teórica y metodológica. El análisis de la información posibilita descomponerla en busca de lo que es esencial en relación con el objeto de estudio, mientras que la síntesis puede llevar a generalizaciones que van contribuyendo paso a paso a la solución del problema científico como parte de la red de indagaciones necesarias” (Quezada Somano, 2020).

Se emplea este método porque permite examinar y observar cuidadosamente el fenómeno de estudio. Un factor importante es que facilita una comprensión profunda de la realidad paralelamente a su procesamiento, aportando así conocimiento e información, que se traducen en significados y argumentos que se unen para realizar una síntesis investigativa creando un vínculo lógico entre la variable independiente y la variable dependiente.

#### **9.4.2 Método Hipotético deductivo**

Es un proceso iterativo continuo en el que una hipótesis hecha sobre la base de datos extraídos de principios teóricos se analiza constantemente para llegar a la investigación actual, llegar a una nueva conclusión y a las predicciones, a su vez, son verificables.

Esta investigación se vale de dicha metodología ya que para dar respuesta a los objetivos planteados es necesario un estudio deductivo de la temática investigada para alcanzar resultados de particulares extraídos de lo universal.

#### **9.5.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:**

Para la recolección de datos se utilizó:

**Encuesta:** La encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número de

personas, así, por ejemplo, permite explorar la opinión pública y los valores vigentes de una sociedad, temas de significación científica y de importancia en sociedades democráticas (Grasso, 2013).

Entrevista: La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar. Es un instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo coloquial (Díaz Bravo, Torruco García, Martínez Hernández, & Varela Ruíz, 2013) .

### **9.5.3. Estructura y validación de instrumentos.**

La estructuración de los instrumentos empleados se ha diseñado según el orden consecutivo en el que se requiere la información; cabe desatacar que según el carácter de medición de la investigación se trata de un análisis mixto que comprende elementos cualitativos y cuantitativos, por lo que se es menester del auxilio de técnicas de recolección de datos como la encuesta y la entrevista.

La estructura de la encuesta utilizada en esta investigación, consta de cinco secciones, las cuales corresponden en primera instancia a datos generales del emprendedor, donde se solicita información que permite visualizar elementos sociodemográficos; continua el apartado “características de los emprendimientos creativos”, donde se consultan los diversos rasgos que propician la creatividad de los mismos; así como la industria creativa a la que pertenecen y las actividades económicas y culturales que realizan según su enfoque (bien o servicio). Seguidamente se da paso a la consulta sobre los efectos socioeconómicos que tienen los emprendimientos creativos en la ciudad de Estelí, en el que se cuestiona sobre la capacidad de creación de empleo, la sostenibilidad económica del emprendimiento en la parte financiera, así mismo se resalta aspectos de promoción social y transmisión del talento y la cultura a la comunidad.

En el cuarto punto se interroga sobre el bienestar social de las familias emprendedoras con el fin de reflejar ingresos que se obtienen y si estos cubren las necesidades de dichas familias, teniendo una visión sobre el nivel de vida, que

engloba el grado de bienestar o de riqueza, principalmente material y social, por último tenemos la sección donde se pregunta a los emprendedores sobre la implementación de herramientas financieras de manera que estas respuestas ayuden a formular las estrategias.

La entrevista cuenta con tres cinco secciones la primera es la presentación, seguidamente de un conversatorio sobre la labor de la institución a la que se dirige la entrevista, como tercer punto se tiene el primer bloque de preguntas sobre proyectos que se ejecuten el propósito de incentivar la implementación de emprendimientos creativos, luego tenemos estrategias que se realizan para el desarrollo de los emprendimientos establecidos, y por último como visualiza la sostenibilidad de estos desde la comisión de economía creativa.

En la etapa de validación, los instrumentos fueron sometidos a un proceso de examinación minuciosa, por especialistas en economía, de la Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM-Estelí, quienes implementaron todos sus conocimientos para determinar si cumplía con los requerimientos necesarios para su aprobación, y a la vez se permitiese ser aplicados, en tal caso la encuesta y entrevista a los emprendedores y a los miembros de la comisión de economía creativa respectivamente.

## **9.5 Etapas de la investigación**

### **ETAPA I: Revisión Documental.**

Antes de realizar la investigación, fue necesario verificar estudios relacionados con el tema elegido, para asegurarse que no se realizó ninguna investigación previa. Después de constatar este punto, se procedió a consultar una serie de fuentes de información existentes como: libros, internet, sitios web, tesis; Esto ha contribuido al desarrollo teórico que proporciona la base para una escritura consistente y precisa, organizando con determinación las herramientas necesarias.

### **ETAPA II: Elaboración de Instrumentos.**

En esta etapa se realizó la estructura del cuestionario de la encuesta y la entrevista, que fue aplicada a emprendedores y familias protagonistas de Emprendimientos

Creativos en la ciudad de Estelí, así mismo a la comisión de Economía Creativa de Estelí, durante el segundo semestre del año 2022, con el objetivo de recopilar información necesaria para el cumplimiento de la investigación.

**Encuesta:** La encuesta es un instrumento para recoger información cualitativa y/o cuantitativa de una población estadística. Por medio de un cuestionario previamente diseñado para la recopilación de datos específicos, este es aplicada a los emprendedores creativos de la Ciudad de Estelí, de manera interactiva auxiliándonos de la comunicación directa con el protagonista e implementando métodos de interacción digital.

**Entrevista:** La entrevista, es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el problema propuesto. Realizándose a miembros de la comisión de Economía Creativa de la Ciudad de Estelí.

#### **Procesamiento de la Información:**

Por la naturaleza de la información obtenida se procesó haciendo uso de instrumentos estadísticos informáticos como: Google formulario y Microsoft Excel, Así como la descripción y caracterización de elementos cualitativos que brindan herramientas necesarias para llegar a la conclusión.

#### **ETAPA III: Trabajo de Campo.**

En esta etapa se procedió a la recolección de información para analizar los emprendimientos creativos y su efecto socioeconómico en la ciudad de Estelí, por medio de la aplicación de encuesta y entrevista a los emprendedores y comisión de Economía Creativa de Estelí.

#### **ETAPA IV: Elaboración de Informe Final.**

En esta parte de la investigación se destinó el procesamiento de la información obtenida con la aplicación de la encuesta a los emprendedores creativos y la entrevista a la comisión de Economía Creativa de la ciudad de Estelí. Logrando diseñar y



describir los gráficos para la presentación de análisis de resultados, conclusiones y recomendaciones finales.

## 10. Análisis y discusión de resultados

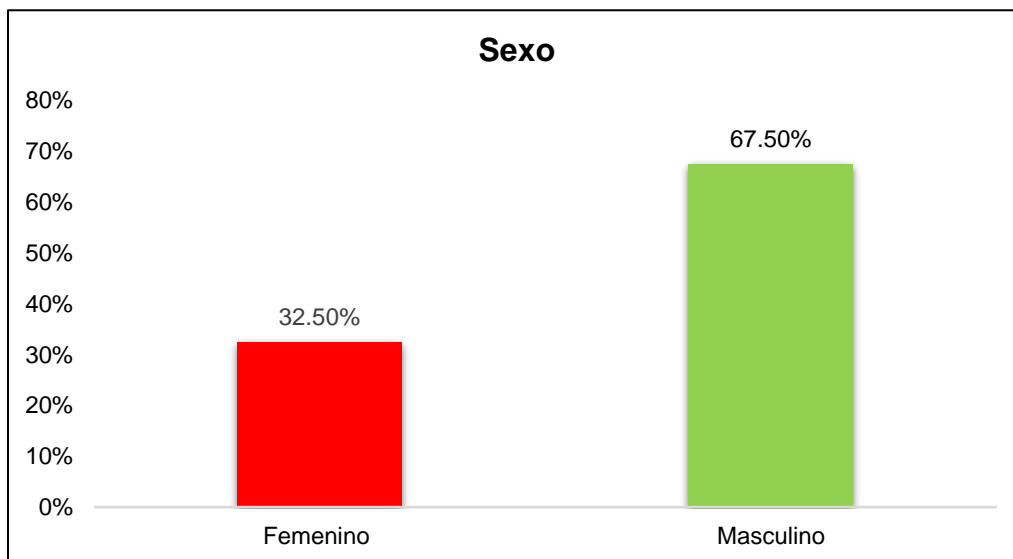
En este capítulo se presentan los resultados obtenidos como respuesta a la aplicación de instrumentos, como es la encuesta aplicada a los emprendedores creativos de la ciudad de Estelí, y la entrevista dirigida a miembros de la comisión de economía creativa del municipio de Estelí. La aplicación de este instrumento permitió analizar las dimensiones establecidas en los objetivos que se presentan sobre los emprendimientos creativos, que se encuentran en esta ciudad.

Una vez recopilada la información y siendo debidamente procesada mediante Google formulario y el programa de Excel, se da paso al análisis de los indicadores que dan respuesta a todas las interrogantes planteadas en esta investigación, logrando así fundamentar de manera aplicada esta tesis.

De esta manera se contribuye a la investigación científica y actualizada brindando datos relevantes para el estudio de fenómenos sociales y económicos que existen en el entorno.

### 10.2. Datos generales de los emprendedores encuestado.

**Gráfico 1: Sexo de las personas encuestadas.**

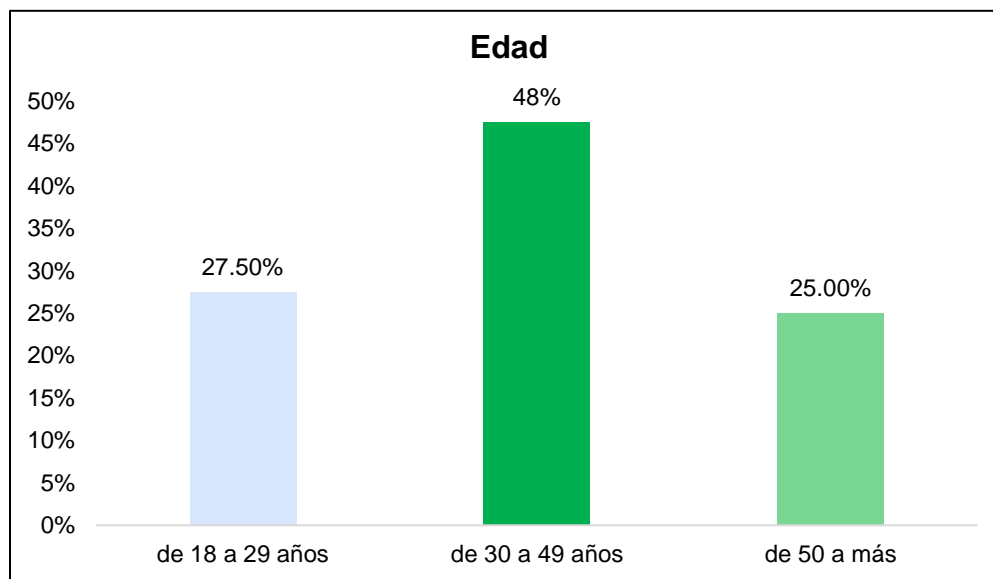


**Fuente: Elaboración propia.**

Según el gráfico No 1, los datos nos demuestran que en relación a los emprendedores consultados el 32.50% está compuesto por personas del sexo femenino y el 67.50% restante corresponden a personas del sexo masculino.

Estos términos porcentuales indican la integración de hombres y mujeres con habilidades y destrezas desarrolladas, capaces de emprender y generar un impacto social y económico distinto a las industrias convencionales. Es importante señalar que la economía creativa en la que están insertos los emprendedores encuestados, se plantea el desarrollo del emprendedor en el sentido humano; la involucración tanto de mujeres como de hombres demuestra la pluralidad y la universalidad de las ideas, comportamientos y respuesta que este sector brinda a la sociedad.

**Gráfico 2: Edad de las personas encuestadas.**



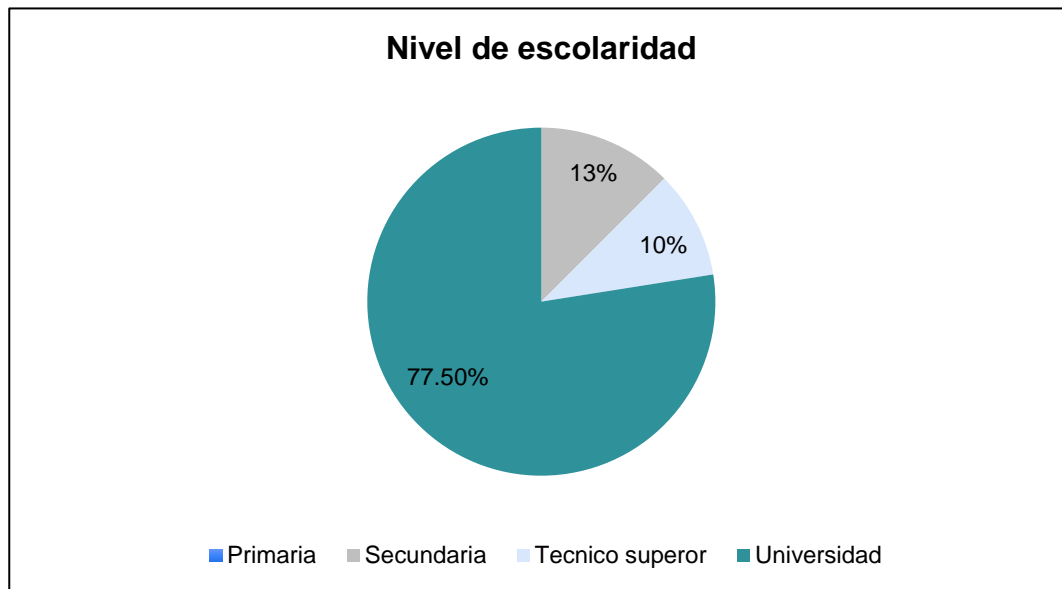
**Fuente:** *Elaboración propia.*

Este gráfico No 2, evidencia los rangos de edad de los emprendedores encuestados, brindando el siguiente resultado: el 27.50% está compuesto por emprendedores jóvenes en edades comprendidas entre los 18 a 29 años, el 48% lo comprenden adultos jóvenes, cuya edad se encuentra entre 30 a 49 años, y el 25% restante lo conforman adultos de 50 años a más.

Resulta significativo que la mayoría de los emprendedores sean personas jóvenes, pues en estos porcentajes representa el capital humano y emprendedor en vista a la evolución de mercado creativo e innovador.

Los emprendedores en las industrias creativas pueden desarrollar sus conocimientos, ideas y talentos convirtiéndolas en proyectos de vida, de forma que se establezca la realización de la persona, la convivencia social y productividad económica.

**Gráfico 3: Escolaridad de las personas encuestadas.**

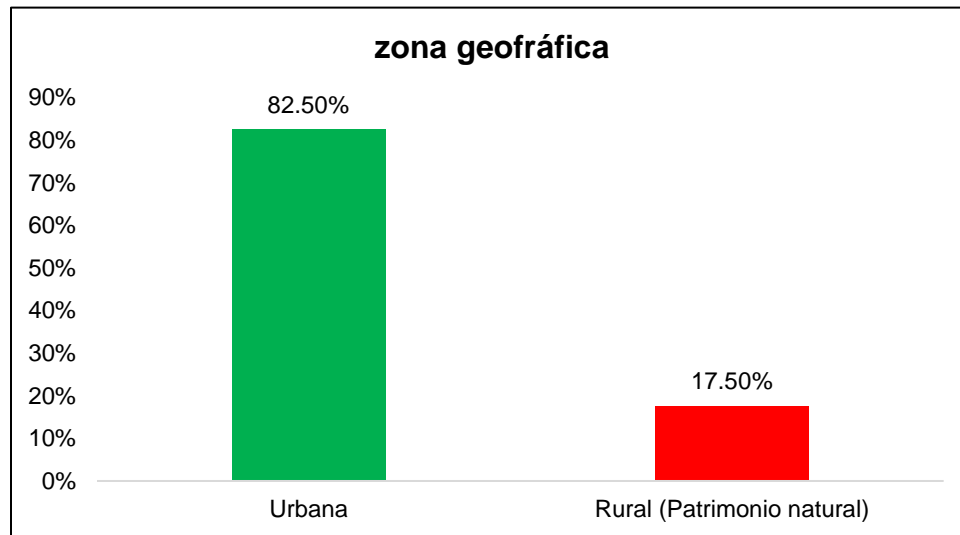


**Fuente:** *Elaboración propia.*

Estos datos estadísticos informan sobre el nivel de educación que han alcanzado los emprendedores que forman parte de esta investigación. Según los datos, la mayoría representada porcentualmente con un 77.50% han logrado culminar sus estudios universitarios, el 10% de ellos han alcanzado un nivel educativo de técnico superior y el 13% ha culminado satisfactoriamente la educación secundaria.

Es válido resaltar que 100% de los emprendedores han tenido acceso a la educación en sus distintas etapas formativas, ya que permite la estimulación de la creatividad y la innovación, la apropiación de herramientas que ejercitan la imaginación y lo cognitivo. así como la adquisición del conocimiento necesario para la ejecución y desarrollo de proyectos que van desde lo cultural y artístico hasta la creación de plataformas digitales.

**Gráfico 4: Zona geográfica en la se encuentran los emprendimientos creativos.**



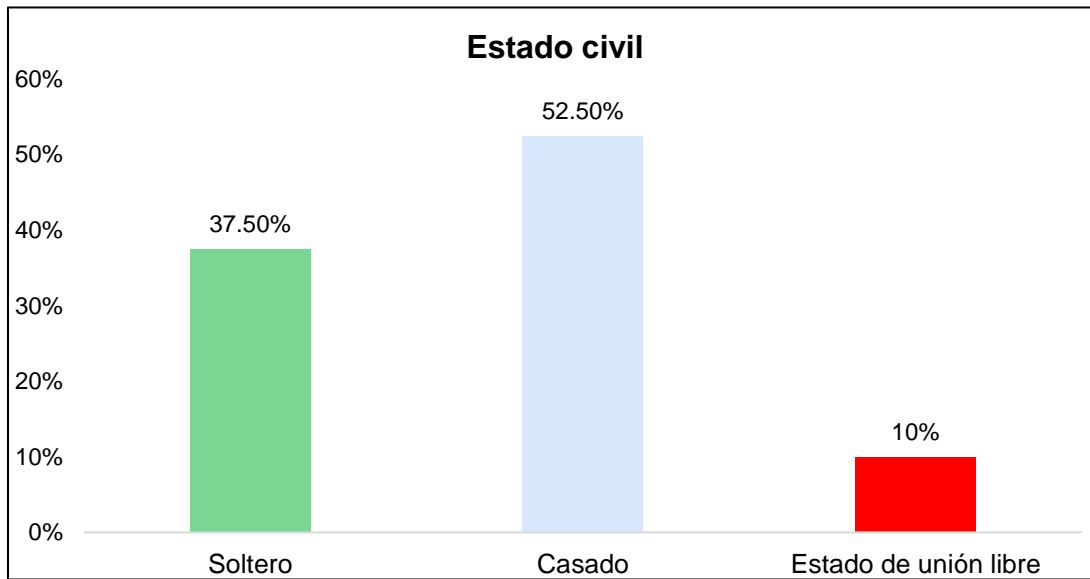
**Fuente: Elaboración propia.**

Según el gráfico No 4, se expresa que el 82.50% de los emprendimientos que forman parte de este estudio se encuentran ubicados en la zona urbana de Estelí y un 17.50% está localizado en la zona rural.

Hay que destacar que la ubicación geográfica de estos emprendimientos está estrechamente ligada a su referencia cultural, tradicional o artística, es por eso que gran parte de estos se encuentran establecidos en la ciudad, donde encuentran oportunidades de desarrollo y expansión comercial, creando un mercado creativo estableciendo por oferta y demanda de bienes y servicios culturales.

Por otra parte, existe emprendimientos que se establecen en zonas de patrimonio natural, que forman parte importante la hora de emprender, ya que representan un potencial de desarrollo turístico y por tanto económico.

**Gráfico 5: Estado Civil de los emprendedores.**



**Fuente:** *Elaboración propia.*

En esta parte del gráfico No 5, se refleja que 37.5% son emprendedores solteros, el 52.5% se encuentran en estado civil casado representando la mayoría, y un 10% de los encuestados son personas en estado de unión libre.

Se demuestra que la mayoría de los emprendedores son cabeza de familias de núcleo, por lo que se asume que representan una responsabilidad económica y social en la labor de educar y formar.

Un porcentaje significativo del 37.5% lo ocupan los emprendedores con estado civil soltero, que está íntimamente relacionado con el porcentaje representativo de emprendedores jóvenes aún en edad de estudio.

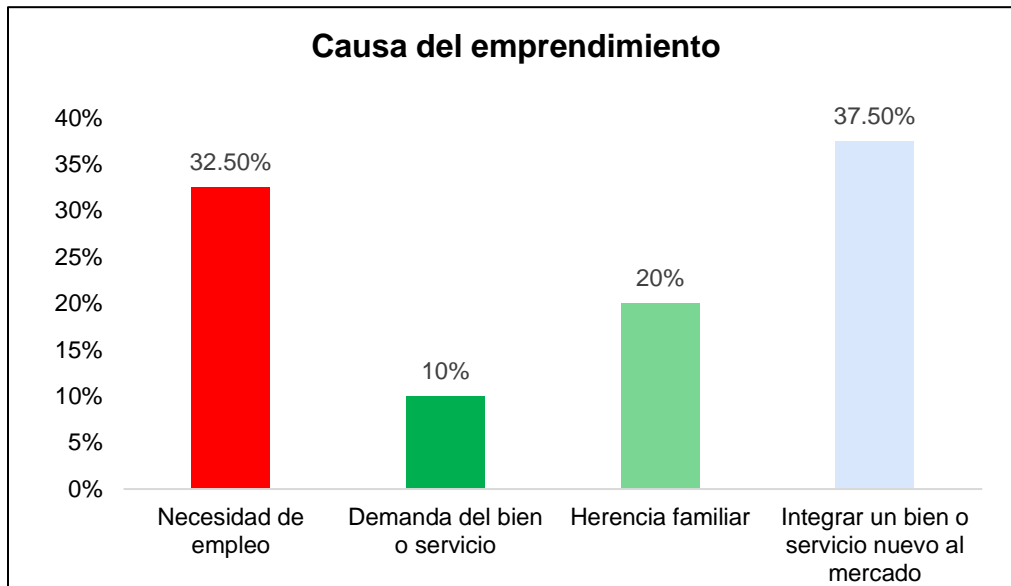
### **10.3. Caracterización de los emprendimientos creativos.**

En esta sección de resultados se encuentran elementos que caracterizan a los emprendimientos creativos en la ciudad de Estelí.

Estos elementos permiten destacar los rasgos socio culturales que dan paso a que estos emprendimientos se encuentren dentro del sector de la economía creativa, como emprendimientos creativos y culturales. Es menester resaltar la importancia de conocer las características que hacen que estos sean creativos.

### 10.3.1. Creatividad y originalidad.

**Gráfico 6: Causa por la que se decidió emprender.**

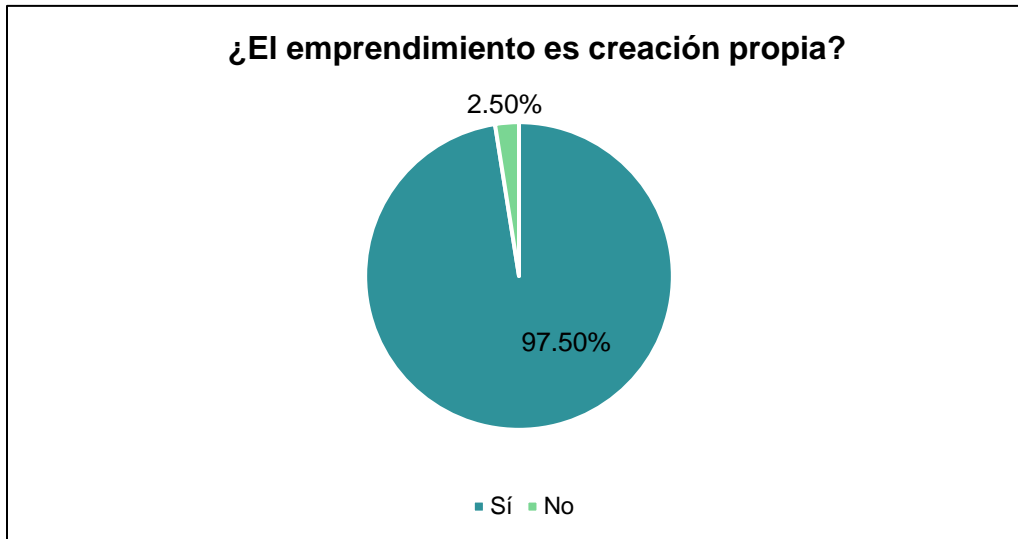


**Fuente:** *Elaboración propia.*

El gráfico No 6, responde a los causantes de la decisión de integrar un nuevo emprendimiento en la ciudad. Obteniendo los siguientes resultados: el 32.50% de los emprendedores han buscado una fuente de empleo en este, el 10% han iniciado este emprendimiento a partir de la observación del incremento en la demanda del bien o servicio y la poca oferta existente, un 20% han sido emprendimientos que se han heredado en la familia, esto es, que otros han iniciado y en el pasar del tiempo han transmitido los conocimientos, destrezas y habilidades a sus familiares de manera que se continúe ofreciendo el producto a la población.

La mayoría de los emprendedores compuesta por el 37.5% han decidido emprender para integrar un bien o servicio nuevo al mercado.

**Gráfico 7: La idea del emprendimiento ¿Es creación propia?**

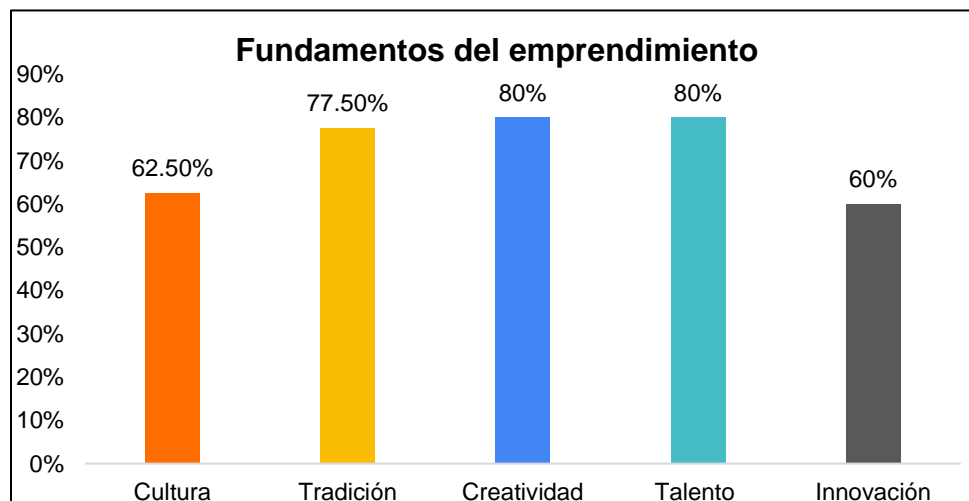


Fuente: *Elaboración propia.*

El 97% de los emprendimientos han surgido producto de la determinación y originalidad de los emprendedores, dando respuesta a la innovación en el mercado creativo. El 2.5% han respondido que no es una idea propia, pero el emprendimiento es producto del trabajo cultural y de la continuación artística.

El alto índice de formación de idea propia demuestra la incidencia de la propiedad intelectual que define la originalidad y creatividad y convirtiendo las ideas en valor de cambio, valor funcional y valor expresivo.

**Gráfico 8: Fundamentos del emprendimiento.**



Fuente: *Elaboración propia.*

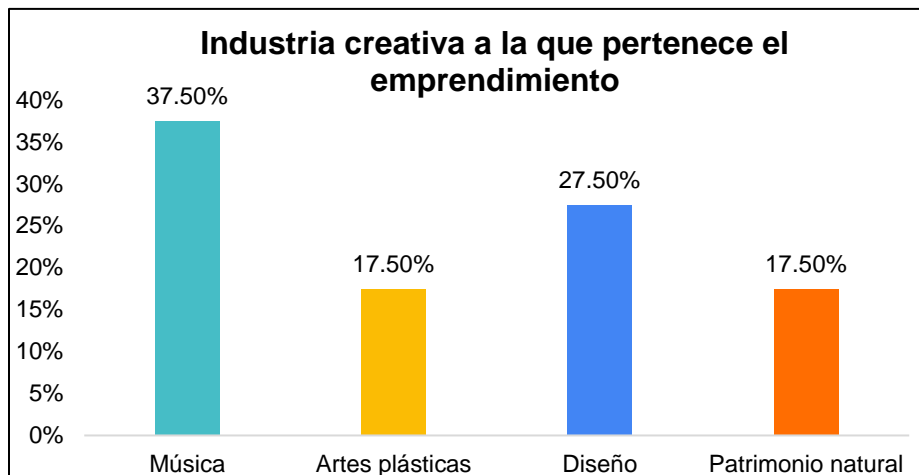


Este gráfico No 8, revela la principal característica que deben de tener los emprendimientos creativos, tener como centro o fundamento lo autóctono de los pueblos y lo propio del ser humano.

En los resultados tenemos que el 62.5% de los emprendimientos encuestados integran elementos culturales, el 77.5% se han establecido en la tradición, el talento y la creatividad ocupa el 80% y el 60% han integrado elementos innovadores a sus oficios.

### 10.3.2. Talento y cultura.

**Gráfico 9: Industria creativa a la que pertenece el emprendimiento.**

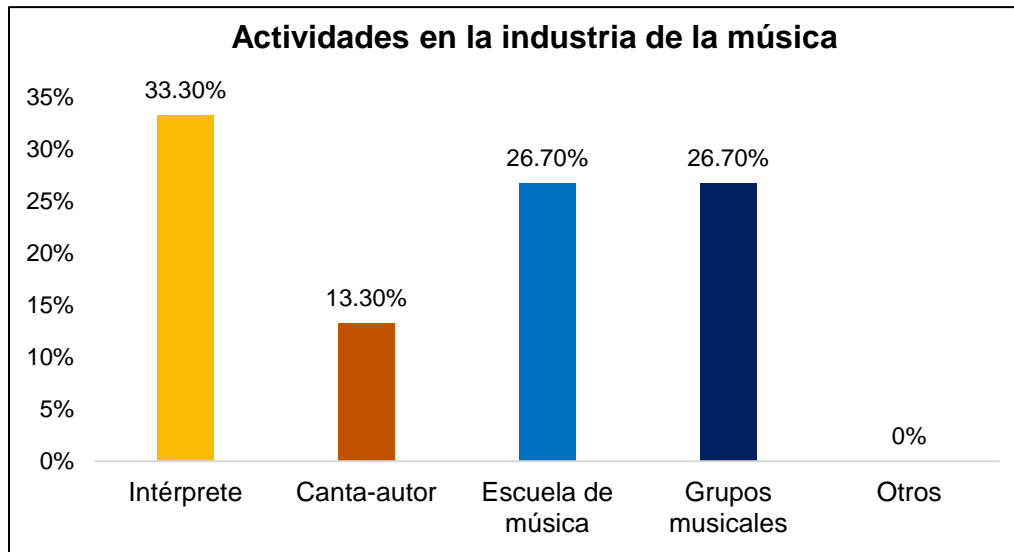


**Fuente:** *Elaboración propia.*

En esta investigación se han estudiado emprendimientos de cuatro industrias creativas. Después de la aplicación de la encuesta los resultados nos indican que: el 37.5% de estos emprendimientos pertenecen a la industria de la música, seguidamente el diseño que alcanzó el 27.50% y las industrias que pertenecen a las artes plásticas y patrimonio natural ocupan el 17.50% respectivamente.

Estos datos nos demuestran la presencia de estas industrias por medio de los emprendimientos.

**Gráfico 10: Principales actividades que realizan en la industria de la música.**



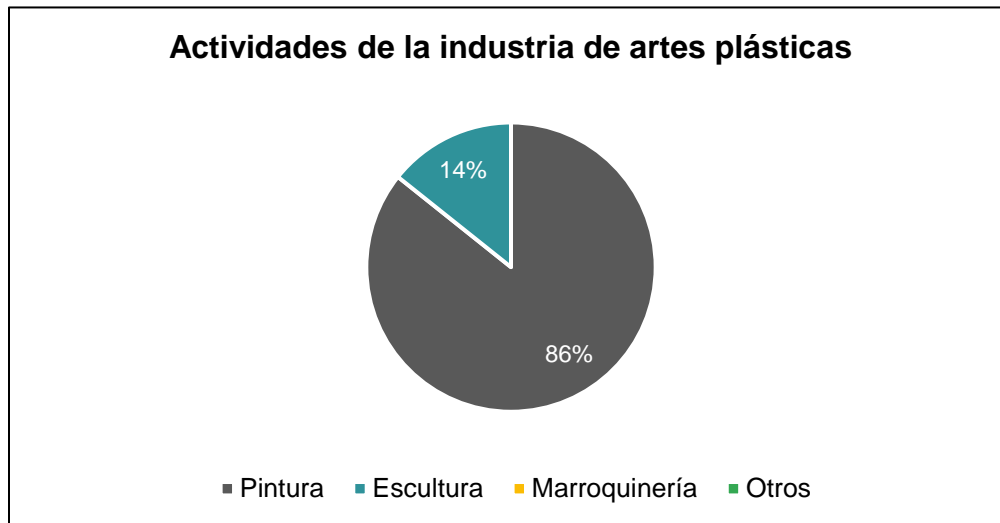
**Fuente:** *Elaboración propia.*

Uno de los sectores que más se ha desarrollado en la economía creativa es la industria de la música, pues esta ha tenido un gran impulso por medio de expresiones públicas y medios digitales.

Estos datos nos reflejan las distintas áreas en que los emprendimientos en Estelí insertos en la música se han desarrollado. El 33.30% son artistas que se desempeñan como músicos intérpretes, un 13.30% de los encuestados son cantautores, el 26.70% han emprendido por medio de las escuelas de música y el 26.30% lo ocupan grupos musicales.

Esta industria es una gran fuente de empleos estable y de ingresos para personas con talento y habilidades musicales. Las industrias creativas proponen que estos emprendedores puedan vivir de su profesión y logren innovar en negocios, brindando sus servicios articulados con la agregación de valor que debe estar estrechamente unida a la propiedad intelectual.

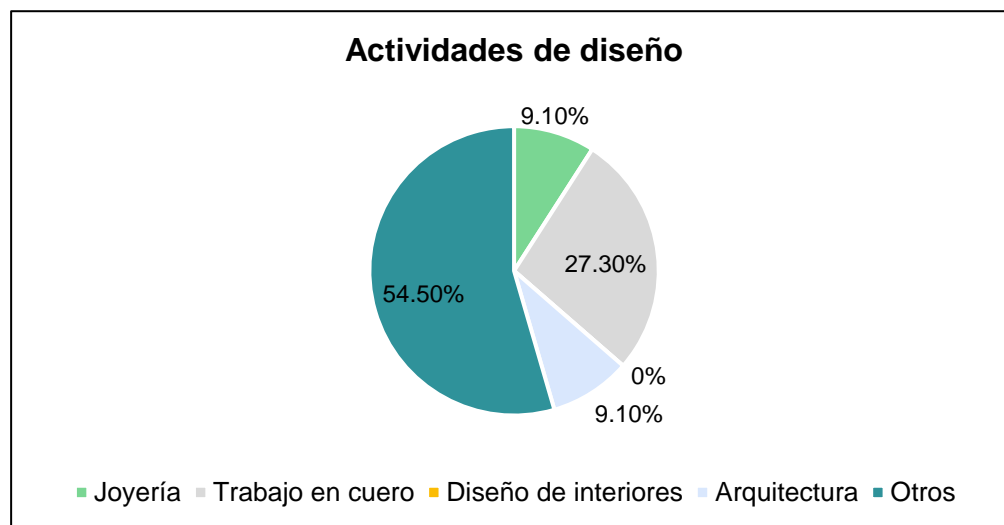
**Gráfico 11: Principales actividades que realizan en la industria de las artes plásticas.**



*Fuente: Elaboración propia.*

Las artes plásticas es un sector muy significativo dentro de los emprendimientos creativos. El gráfico nos explica que mayoría de los encuestados representados con el 86% son artistas que se establecen en la pintura, el 14% restante lo componen personas que han visto una oportunidad de negocios por medio de la escultura.

**Gráfico 12: Principales actividades que realizan en la industria del diseño.**



*Fuente: Elaboración propia.*

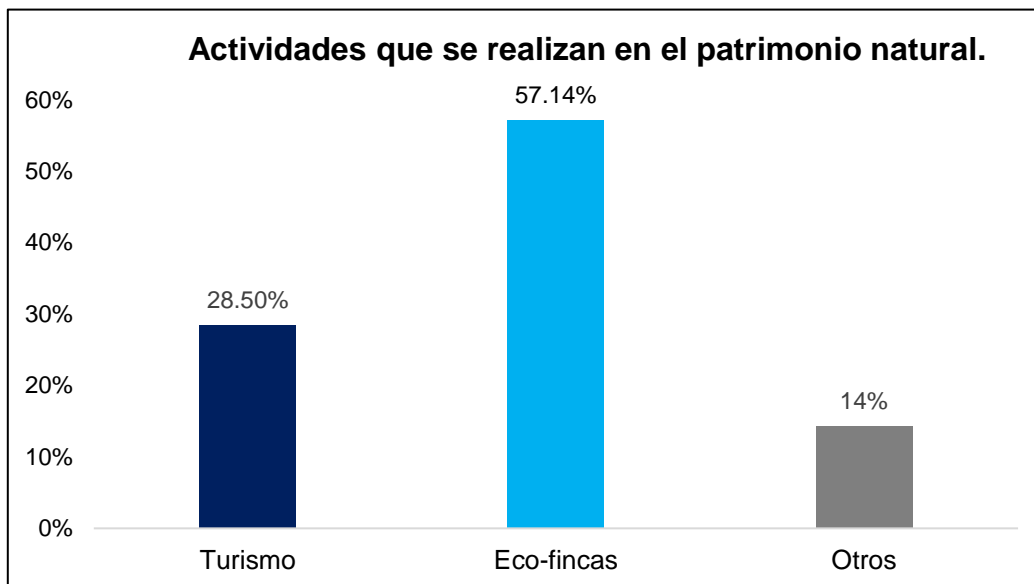
La industria del diseño es muy solicitada en el mercado creativo y con mucha exigencia de innovación permanente, por las tendencias y modas establecidas incorporando elementos esenciales.

En esta investigación del 100% de los emprendimientos que pertenecen al diseño, el 9.10% lo componen emprendimientos que se dedican a la arquitectura, de la misma manera un 9.10% se dedica a la transformación de metales en la joyería, el 27.30% son personas que establecieron sus negocios en el cuero y calzado y significativamente un 54.50% representa a emprendedores que realizan otras actividades como de diseño textil, diseño artístico, confección de tejidos, entre otros.

Permitiendo evidenciar las dimensiones de esta industria en la ciudad Estelí, encontrándose tendencia en la diversificación de actividades que responden a una dinámica económica sustentable, que se desarrolla con fuerza, dando respuesta a la demanda nacional e internacional.

Actualmente esta área cuenta con espacios de apertura, aprendizaje y establecimiento de creadores de diseño, que se traduce proyecciones prometedoras de crecimiento de este sector.

**Gráfico 13: Principales actividades que realizan en el sector de patrimonio natural.**



**Fuente: Elaboración propia.**

Según el gráfico No 13, en la parte de patrimonio natural de los emprendimientos que pertenecen a este sector, el 28.50% está compuesto de negocios establecidos en destinos de turismo cultural de Estelí, el 57.14% son eco-fincas que promueven la conservación de los recursos naturales ubicadas en zonas protegidas, y el 14% pertenecen a otro tipo de actividad como es la gastronomía en esta región.

Hay que mencionar que la razón de la existencia de estos emprendimientos está estrechamente ligada a la afluencia y promoción del turismo cultural. Pues en las zonas de estudio como es la reserva tisey-la estanzuela, se encuentran espacios creativos, naturales y culturales (montaña con esculturas, cascada, miradores naturales, artesanos, entre otros) por otra parte, la reserva natural Miraflores cuenta con muchos espacios de recreación, hospedaje y alimentación donde el turismo cultural está determinado específicamente por la vida agrícola y productiva de los pobladores.

El valor recreativo y económico que las personas le dan a estos lugares se integra desde la economía ambiental, articulando la prosperidad, desarrollo y el emprendimiento con la reducción del impacto ambiental y la preservación de los ecosistemas naturales generando de esta manera el bienestar comunitario.

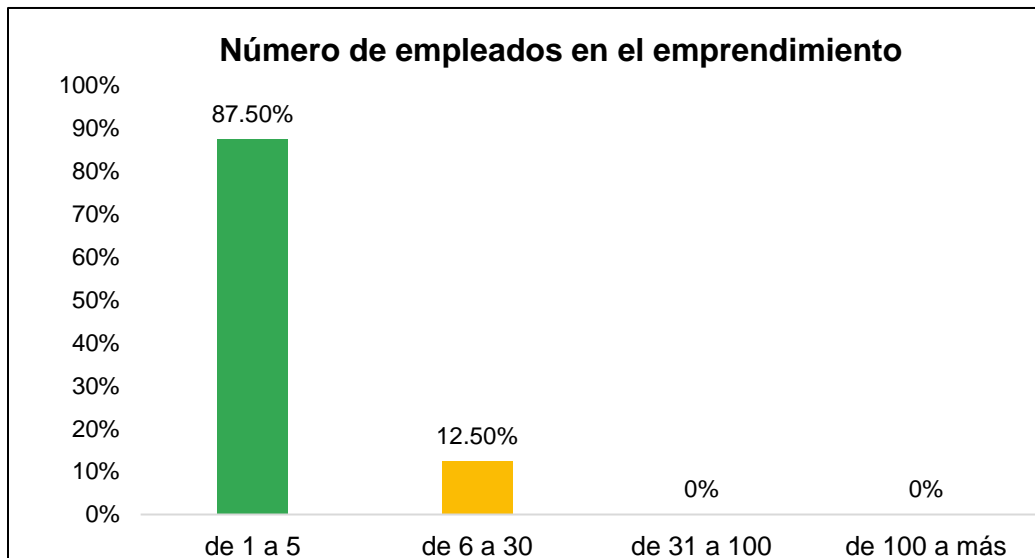
#### **10.4. Indicadores socioeconómicos que destacan en los emprendimientos creativos de la ciudad de Estelí.**

En esta sección están los resultados de los principales indicadores económico que generan los emprendimientos creativos en Estelí.

Estos indicadores propician apreciar el panorama de los efectos que generan este tipo de emprendimiento en la ciudad, resaltando las fuentes de empleo, y la integración comunitaria para el desarrollo.

### 10.4.1. Empleo

**Gráfico 14: Número de empleados.**



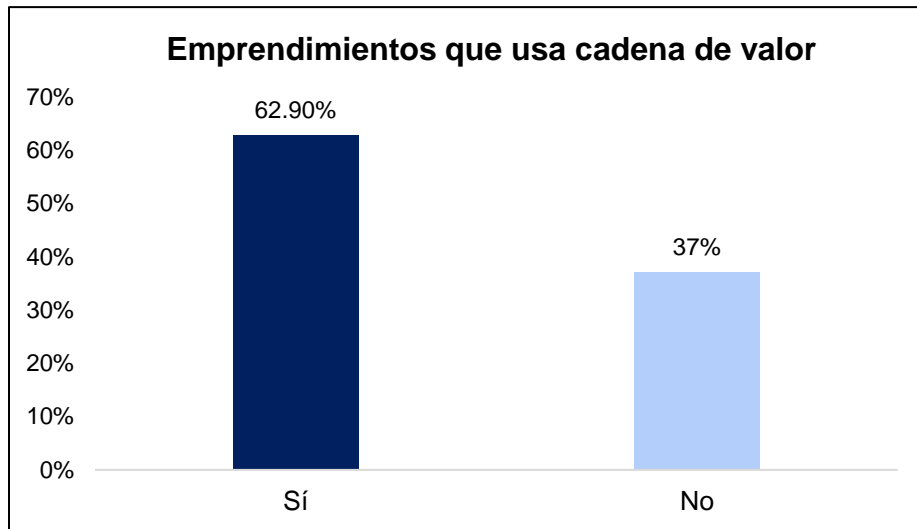
**Fuente:** *Elaboración propia.*

Uno de los grandes logros de este tipo de emprendimientos es la creación de oportunidades de empleo, iniciando por el propio emprendedor, seguido de otros colaboradores que también aplican sus conocimientos y habilidades en artes según sea el caso.

Los datos del gráfico No 14, refleja que 87.50% de los emprendimientos se encuentra en el rango de 1 a 5 trabajadores, según la ley 645 “Ley de promoción, fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa” (ley MIPYME) pueden clasificar como micro empresa, 12.50% tienen de 6 a 30 empleados encontrándose dentro de la clasificación de las pequeñas empresas.

El rol de las micro y pequeñas empresas: este sector ayuda a la generación de nuevas empresas, incluyendo unipersonales, para toda la cadena de valor, siendo un aporte a la inclusión socioeconómica de los miembros de la comunidad donde se desarrolle.

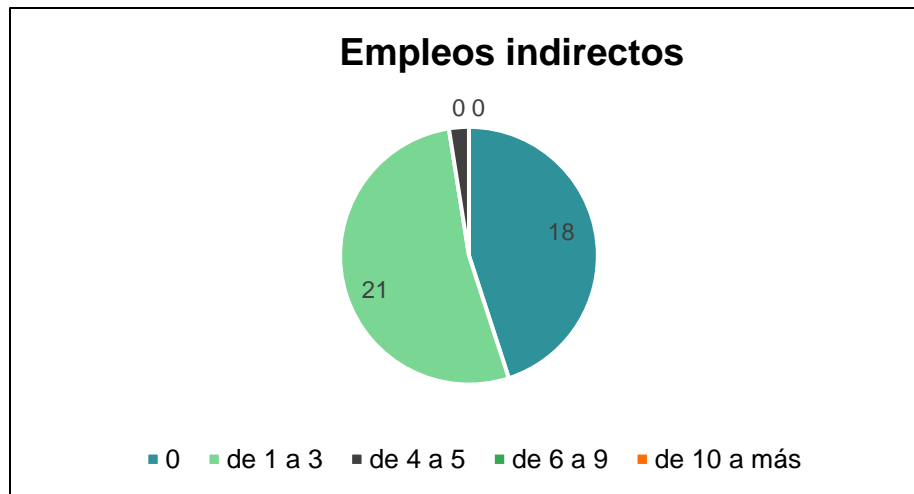
**Gráfico 15: Uso de cadena de agregación de valor.**



**Fuente:** *Elaboración propia.*

El 62.9% de los emprendimientos estudiados utiliza cadena de agregación de valor. Lo interesante de este tipo de economía es la cadena de valor que genera un sinnúmero de posibilidades para la explotación y aprovechamiento de la capacidad del ser humano. En las diferentes actividades: el diseño, la producción y la comercialización de sus bienes.

**Gráfico 16: Empleos indirectos.**



**Fuente:** *Elaboración propia.*

El presente gráfico No 16, muestra la generación de empleos indirectos; como resultados tenemos que: el 45% de los emprendimientos no generan empleos indirectos, el 53% cuenta con 1 a 3 empleados indirectos y el 2.5% tienen de 4 a 5 empleados indirectos.

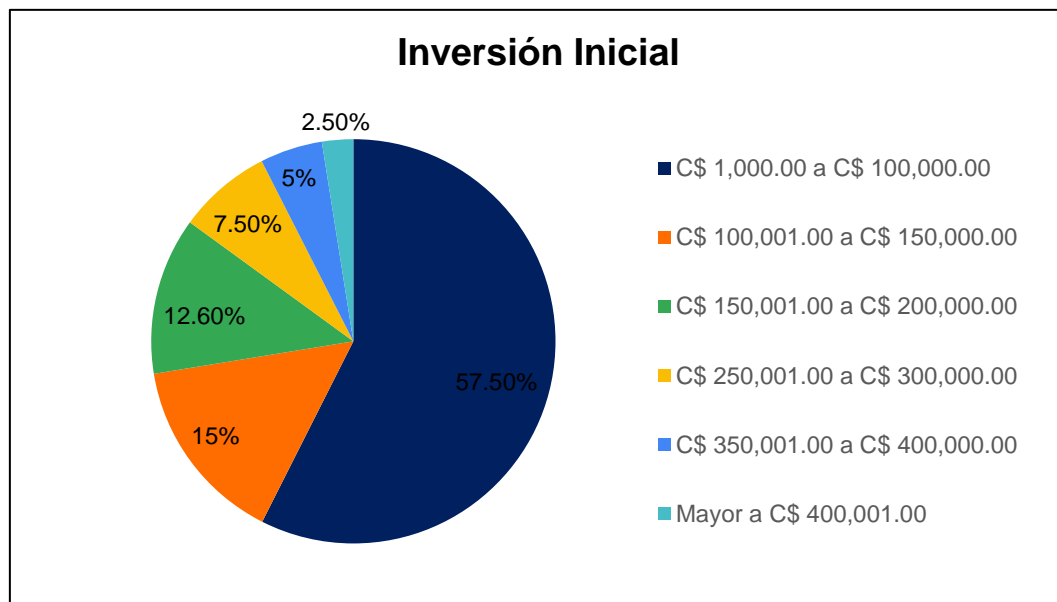
Al ser industrias pequeñas generalmente estos puestos de empleo indirectos son por actividades de transporte del producto, personas que sirvan de monitores en escuelas de arte, o alianzas con emprendimientos, dónde el producto es complementario al del emprendedor creativo.

Estos espacios son una fuente de ingresos para las personas que lo obtienen, generalmente son trabajos horarios o por demanda particular del servicio, no están directamente ligado a la industria creativa, pero agrega valor al producto o servicio.



#### 10.4.2. Sostenibilidad económica.

**Gráfico 17: Inversión inicial.**



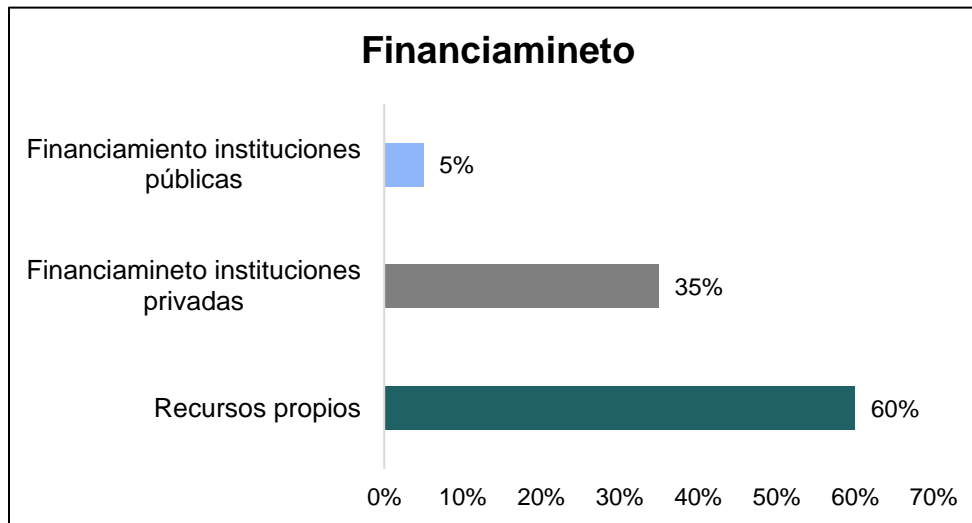
*Fuente: Elaboración propia.*

La inversión inicial de los emprendimientos creativos encuestados responde a los siguientes rangos. El 57.50% ha tenido una inversión de 1,000 a 100,000 córdobas, el 15% de 100,001 a 150,000 córdobas, un 12.60%, corresponde a emprendimientos que iniciaron con un capital de 150,001 a 200,000 córdobas, el 7.5% lo ocupa aquellos que invirtieron de 200,001 a 300,000 córdobas, un 5% invirtió 300,001 a 400,000 córdobas y 2.5.% inició con una inversión mayor a 400,000 córdobas.

Cabe destacar que la cantidad de inversión está sujeta a varios factores como infraestructura, materia prima, maquinaria y equipos, esto en cuanto a emprendimientos convencionales.

En el caso de los emprendimientos creativos se evidencia que los costos de inversión son bajos ya que la capacidad productora está en la misma persona emprendedora y algunos de estos no necesitan de grandes infraestructuras para su establecimiento.

**Gráfico 18: Fuentes de financiamiento.**

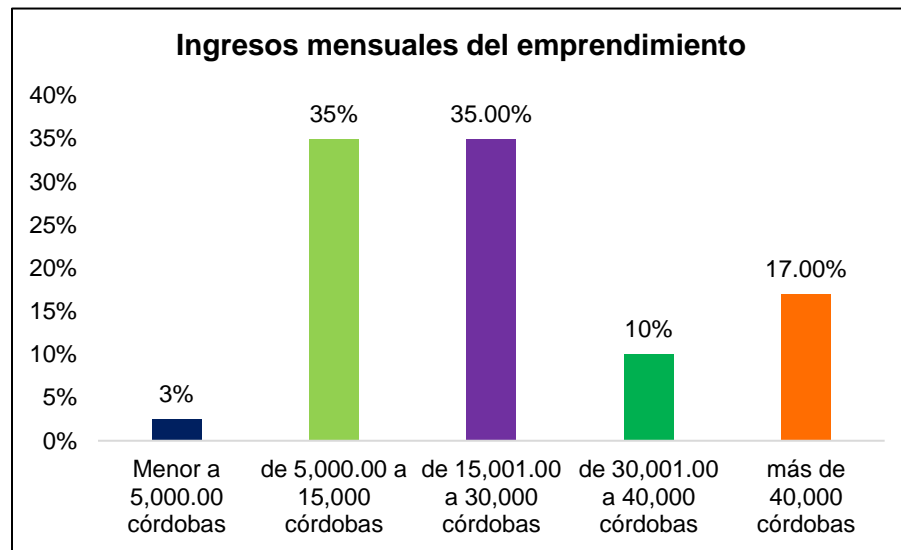


**Fuente:** *Elaboración propia.*

En el gráfico No 18, muestra las fuentes de financiamiento de la cual se ha obtenido el capital inicial para el emprendimiento. El 5% de los emprendimientos ha sido brindado por instituciones públicas, el 35% por instituciones privadas y el 60% fueron obtenidos de recursos propios.

Hay que destacar la apertura financiera que existe desde las diferentes instituciones para promover este tipo de industrias creativas y culturales. A la vez que por ser emprendimientos que no necesitan grandes cantidades de dinero para su apertura, resulta fácil financiarlos con recursos propios.

**Gráfico 19: Ingresos mensuales del emprendimiento.**



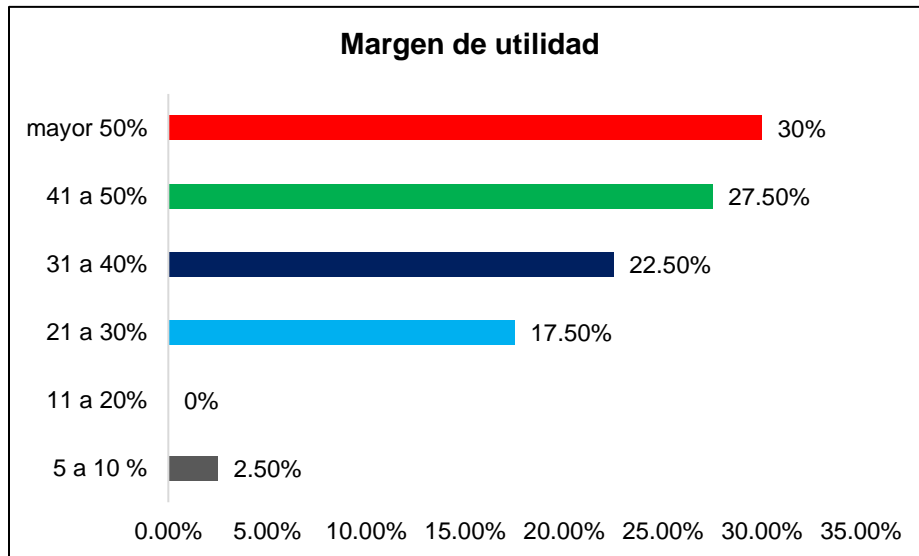
**Fuente:** *Elaboración propia.*

El gráfico No 19, muestra que el 3% de los emprendimientos sus ingresos mensuales son menores a 5,000 córdobas, un 35% percibe ingresos entre 5,000 a 15,000 córdobas, otro 35% de estos tiene ingresos ente 15,001 a 30,000 córdobas, un 10% recibe entre 30,001 a 40,000 córdobas, significativamente un 17% percibe obtiene ingresos mayores a los 40,000 córdobas.

Las mediciones están en ingresos mensuales, esto no demuestra que los emprendimientos solamente se mantengan en estos rangos, pues según los encuestados generalmente son proyectos grandes que duran varios meses, y su valor está calculado en todo el proyecto, no en salarios mensuales.

También hay otras industrias creativas que, si pueden medir fácilmente sus ingresos mensuales como ejemplo, la música.

**Gráfico 20: Margen de utilidad.**



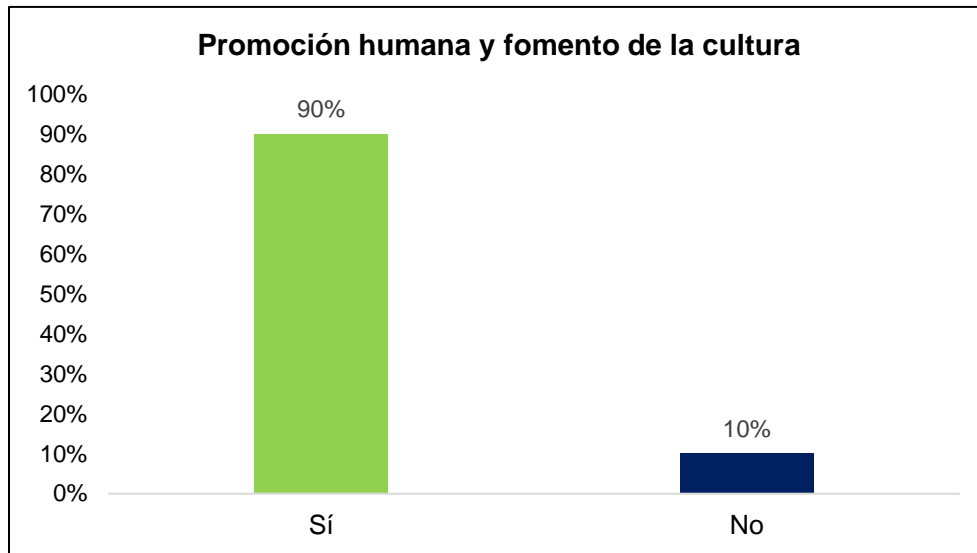
**Fuente:** *Elaboración propia.*

La mayoría de los emprendimientos tienen un margen de utilidad mayor al 50% seguidamente del 27.50% de los encuestados tienen entre 41 a 50% de utilidad, el 22.50% obtiene de 31 a 40% de utilidad, un 17.50% tiene 21 a 30% de utilidad.

Tomando en cuenta lo analizado en la parte de ingresos y al valorar los resultados de los márgenes de utilidad, se demuestra que tienen altos porcentaje de beneficio, por tanto, estos emprendimientos son lucrativos, permitiendo el aprovechamiento de los recursos con un rendimiento satisfactorio.

### 10.4.3. Desarrollo Humano

**Gráfico 21: Promoción humana y fomento de la cultura.**



**Fuente:** *Elaboración propia.*

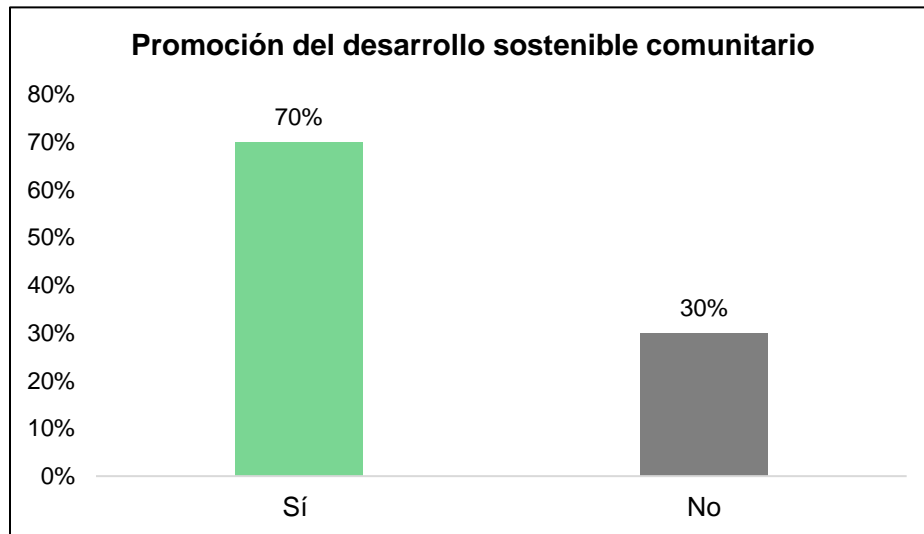
El 90% de los emprendimientos fomenta la promoción humana y de la cultura, indicando que se permite la realización de capital humano.

la creatividad según los expertos, es inherente al ser humano, pero no se puede desarrollar de manera individual, si no que se tiene que involucrar en la realidades sociales y culturales, de esta manera se puede dar respuestas innovadoras a las necesidades.

Esta respuesta brinda una característica muy importante, a la vez que demuestra un importante impacto social.

#### 10.4.4. Desarrollo sostenible

**Gráfico 22: Promoción del desarrollo sostenible.**



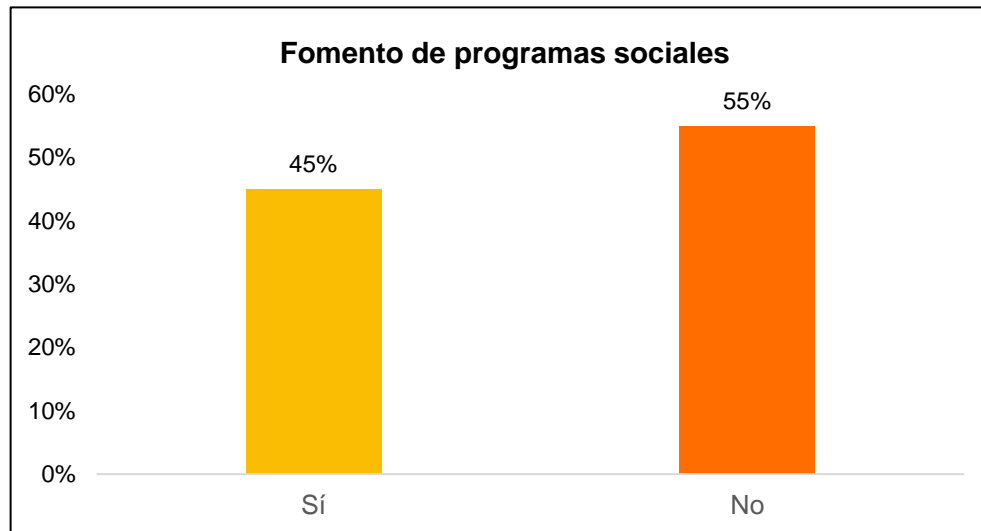
**Fuente:** *Elaboración propia.*

Los emprendimientos encuestados en esta investigación, han demostrado que su mayoría realiza promoción del desarrollo sostenible comunitario, el 70% de estos han dado una respuesta positiva, lo que expone que estos emprendimiento no están focalizados exclusivamente al sentido financiero y comercial; si no que también procuran incentivar las capacidades humanas, el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, implementando estrategias de producción de bienes y servicios implementando la renovación de recursos, la protección de ecosistemas naturales, la reducción de la pobreza y las desigualdades.

Este significativo porcentaje, nos da indicios de que estos emprendimientos creativos apuestan por el aprovechamiento de los recursos del patrimonio tangible e intangible. Prometiendo la diversificación de ideas y el empoderamiento de las personas sin exclusión.

#### 10.4.5. Programas Sociales

**Gráfico 23: Fomento de programas sociales.**



**Fuente:** *Elaboración propia.*

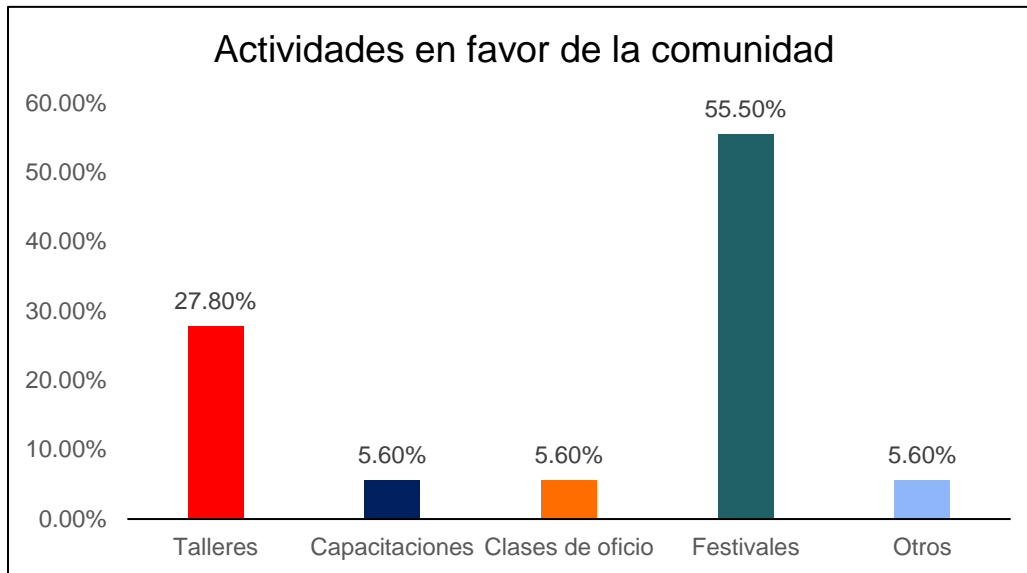
Parte del impacto social que estos emprendimientos realizan es la involucración social, fomentando programas y actividades de integración de todos los ciudadanos.

El gráfico nos dice que el 45% de los emprendedores realizan actividades y programas sociales, la mayoría con un 55% no realiza ningún tipo de acción comunitaria.

Hay que señalar que, para establecer un programa o actividad social, se debe de tener una organización estable y la motivación objetiva de integración social.

Dentro del 45% se ejecutan programas gratuitos de educación en favor de la niñez, juventud y personas de la tercera edad; donde se involucran en actividades de contenido artístico, cultural, la música y la danza que incentivan las habilidades y destrezas de los beneficiarios.

**Gráfico 24: Actividades en favor de la comunidad.**



**Fuente:** *Elaboración propia.*

Dentro de las actividades que se realizan en pro de la comunidad, el 27.80% lo ocupan los talleres de arte y cultura. Un 5.60% realizan capacitaciones que ofrecen técnicas y herramientas de crecimiento, otro 5.60% son clases de música, un 55.50% incentiva y participa en festivales culturales donde se recrea la ciudadanía y un 5.60% realiza otro tipo de actividad.

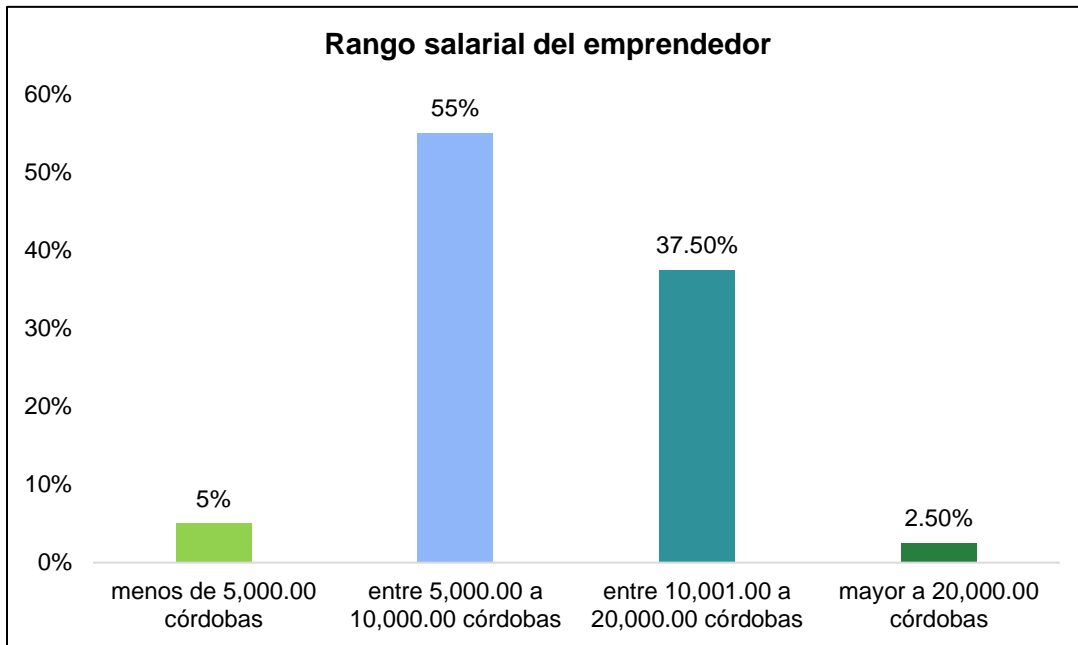
“Estos emprendimientos cumplen con dicha caracterización, ya que desde su génesis su fin último no es disputar nichos de mercado, sino el desarrollo humano mediante el respeto, el consenso, la igualdad y la colaboración; fundando las bases para su subsistencia y la satisfacción de las necesidades del medio ambiente y de sus miembros”.

### **10.5. Impacto que generan los emprendimientos creativos en el bienestar social de las familias protagonistas.**



### 10.5.1. Ingreso.

**Gráfico 25: Rango salarial del emprendedor.**



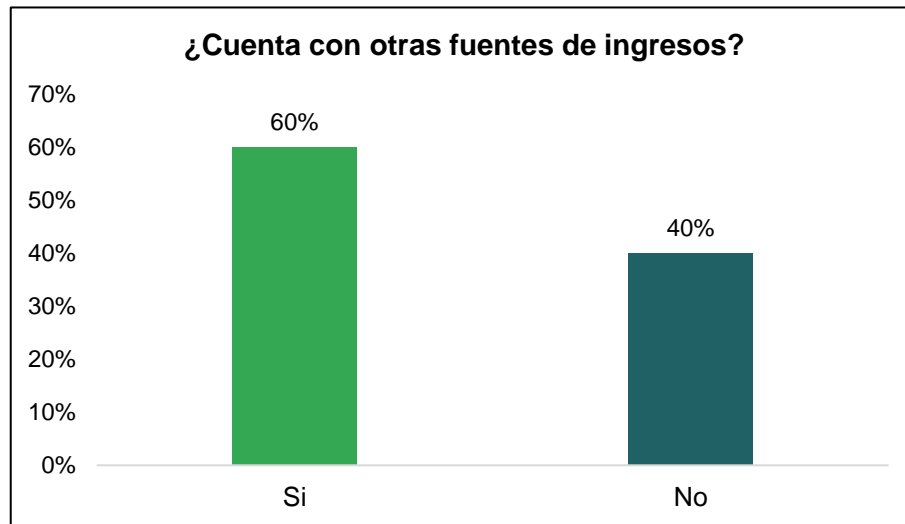
**Fuente: Elaboración propia.**

En el rango salarial el 5% de los emprendedores recibe un salario menor a los 5,000 córdobas, el 55% percibe un salario que está entre los 5,000 a 10,000 córdobas, un 37.50% está entre 10,001 a 20,000 córdobas y un 2.50% recibe un salario mayor a los 20,000 córdobas.

El ministerio del trabajo (MITRAB) por medio del acta N. 1 03/02/22 da a conocer las nuevas disposiciones del salario mínimo según los sectores, dónde se establece que el sector de la micro y pequeña industria artesanal y turística nacional, tendrá un salario mínimo de 4,977.07 córdobas.

Según la información anterior el 95% de los emprendedores tienen salarios por encima del salario mínimo.

**Gráfico 26: ¿cuenta con otras fuentes de ingresos?**

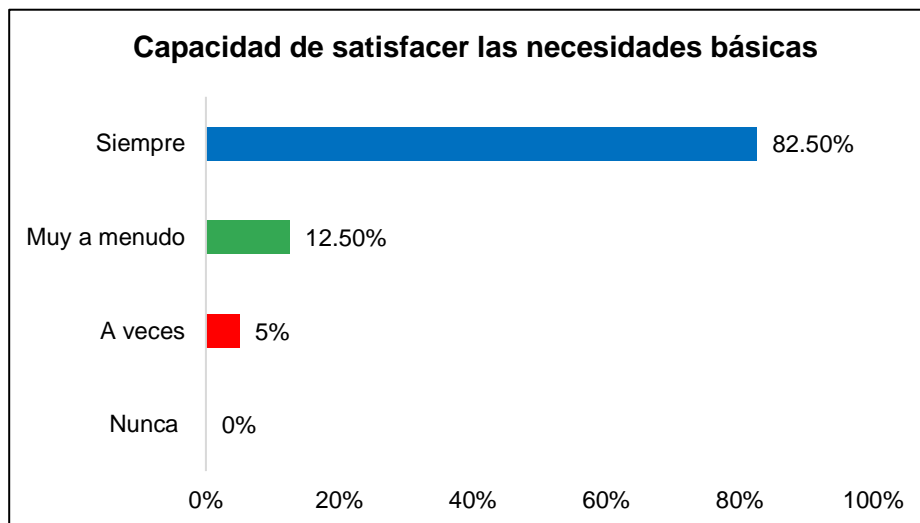


*Fuente: Elaboración propia.*

El 60% de los emprendedores tienen otras fuentes de ingresos y un 40% ha dicho que no tiene más ingresos. Estas fuentes de ingresos son procedentes en su mayoría de remesas que permiten tener un mayor poder adquisitivo.

### 10.5.2. Bienes de consumo.

**Gráfico 27: Capacidad para satisfacer las necesidades básicas.**



*Fuente: Elaboración propia.*

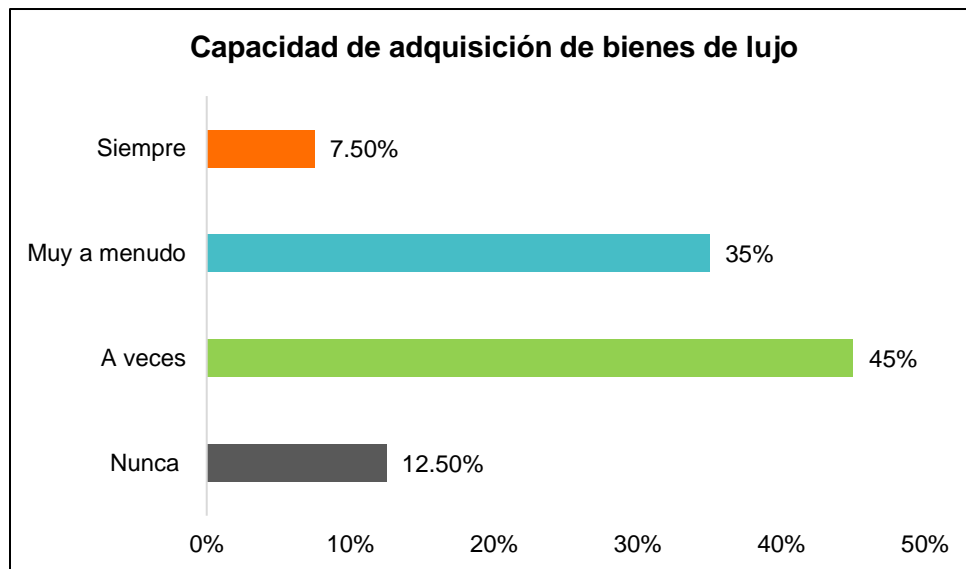
El gráfico No 27, describe la capacidad de satisfacción de las necesidades básicas en las familias protagonista de emprendimientos creativos, donde 82.50% de estas familias pueden cubrir siempre las necesidades básicas.

El 12.50% de las familias muy a menudo satisfacen sus necesidades básicas y el 5% a veces cubre las necesidades esenciales.

Estos datos están relacionados con los obtenidos en el gráfico de salarios, ya que los porcentajes de satisfacción son congruentes con los que perciben un salario por encima del salario mínimo.

Según el Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE) hasta el mes de septiembre de 2022, la canasta básica nicaragüense se establece en 17,981.47 córdobas, entre productos alimentación, uso del hogar y vestido. Cabe mencionar que no todas las familias consumen en su totalidad los artículos y comestibles reflejados en este indicador económico.

**Gráfico 28: Capacidad de cubrir bienes de lujo.**



**Fuente:** *Elaboración propia.*

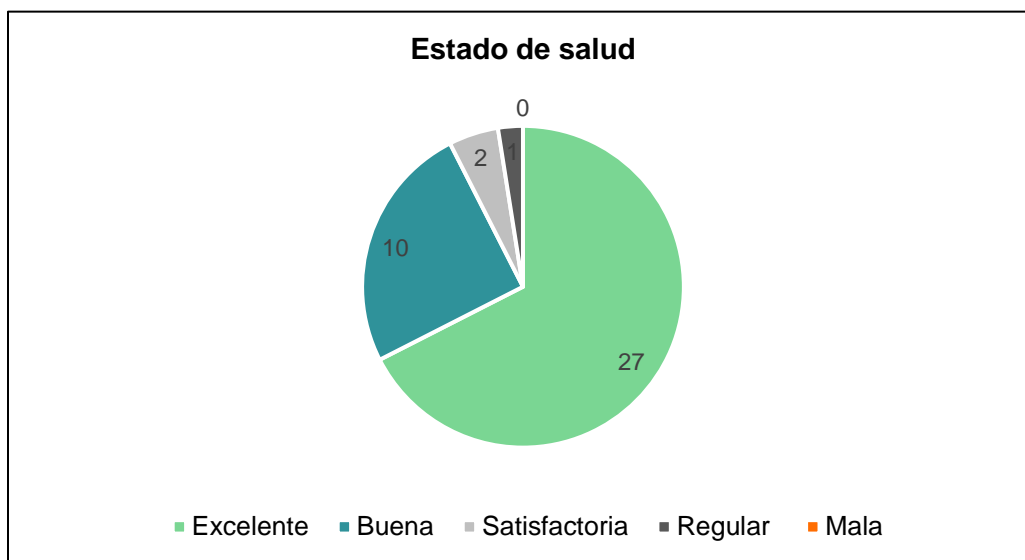
Este gráfico No 28, muestra la capacidad de adquisición de bienes de lujos, donde solamente un 7.50% de los emprendedores siempre puede adquirir bienes de lujo. Un 35%, muy a menudo, el 45% a veces puede ter acceso a este tipo de bienes y el 12% nunca.

Esto demuestra basados en el gráfico No 27, que aquellos que cubren los bienes de primera necesidad pueden tener acceso a los quienes de lujo.

Pues a medida que incrementan los ingresos tiene mayor capacidad de adquirir otro tipo de bienes. Esto se puede reflejar en el 60% de los emprendedores que tienen otras fuentes de ingreso además de su salario.

### 10.5.3. Nivel de salud.

**Gráfico 29: Estado de salud.**



**Fuente:** *Elaboración propia.*

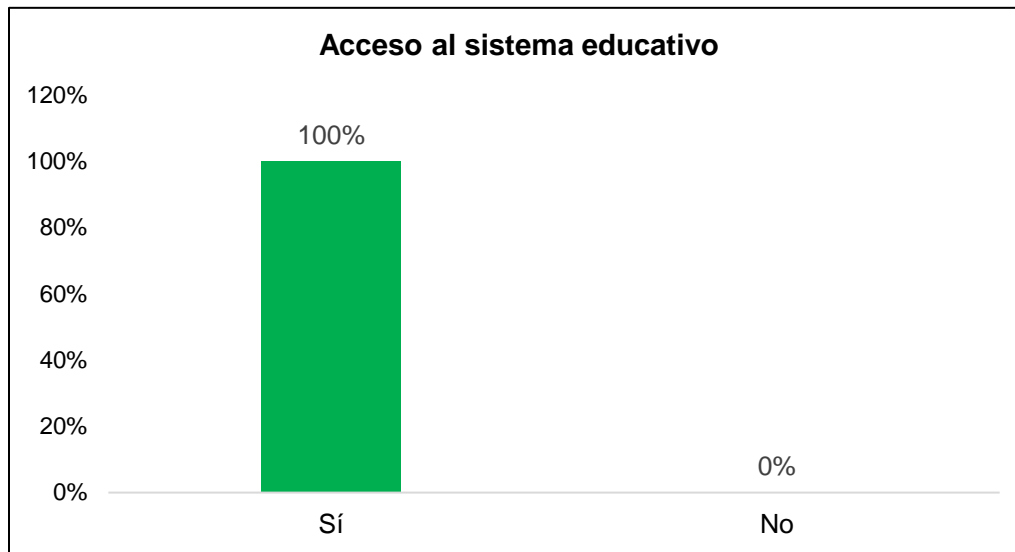
Según el gráfico No 29, el 68% de las familias emprendedoras cuentan con excelentes condiciones de salud. El 25% de estas califican su estado de salud como buena, un 5% como satisfactoria y un 2.5% como regular.

Todas las familias protagonistas tienen acceso al sistema sanitario gracias a la implementación de programas sociales que se ejecutan en el país. El economista británico Alfred Marshall nos dice que: “La Salud y la fortaleza física, espiritual y moral, son la base de la riqueza social; al mismo tiempo, la importancia fundamental de la riqueza material radica en que, si se administra sabiamente, aumenta la salud y la fortaleza física, espiritual y moral de género humano” (Cosme , Cárdenas, & Miyar, 1999) lo que está íntimamente conectado con lo que proponen las industrias

creativas, donde el papel protagónico no es el mercado, si no las personas y sus entornos.

#### 10.5.4. Nivel de educación.

**Gráfico 30: Acceso al sistema educativo.**



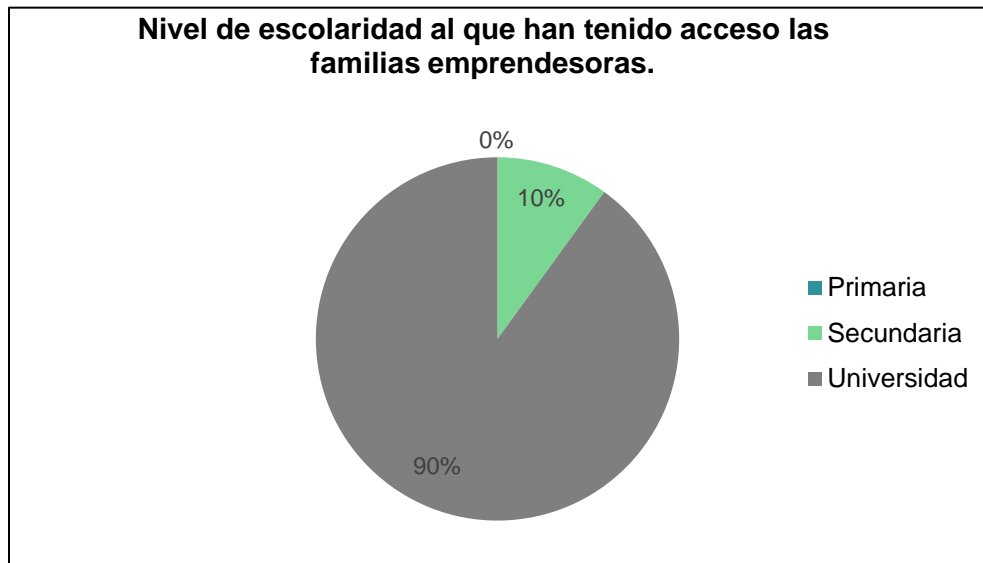
**Fuente:** *Elaboración propia.*

El 100% de las familias emprendedoras cuentan con acceso al sistema educativo, en sus diferentes etapas educativas, donde se desarrolla la intelectualidad de las personas, estas son: primaria, secundaria, universidad.

En el siguiente gráfico No 31, muestra los porcentajes de alcance educativo que han obtenido las familias emprendedoras.

Gran parte de este alcance se da por medio de la integración de programas social que se desarrollan a partir del gobierno central y que permiten mayor desarrollo de los protagonistas.

**Gráfico 31: Nivel de escolaridad que han alcanzado las familias emprendedoras.**



**Fuente:** *Elaboración propia.*

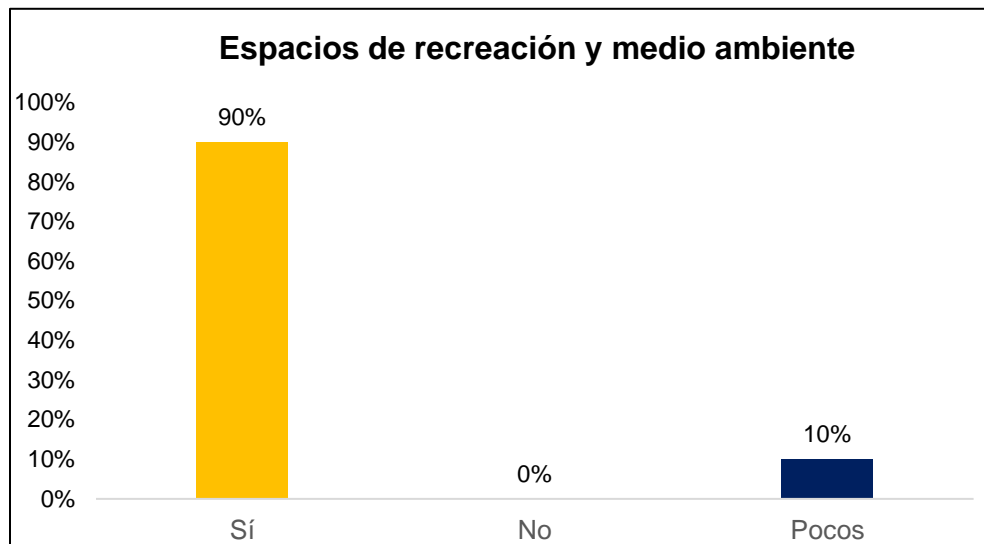
El 90% de las familias han tenido acceso hasta el nivel universitario, y un 10% están en sus estudios secundarios. La base primordial del desarrollo socioeconómico, ya que esto permite la adquisición de nuevos conocimiento y herramientas sobre nuevas tecnologías, procesos y productos innovadores.

La educación contribuye al crecimiento económico de las siguientes maneras:

- Incrementando la productividad laboral al generar capital humano preparado.
- Aumentando la innovación mediante la creación de nuevos conocimientos sobre nuevas tecnologías, procesos y productos.
- Facilitando la difusión de conocimiento e información para la implementación de tecnologías externas. (Valdez Ibarra, 2015)

### 10.5.5. Entorno ambiental

**Gráfico 32: Espacios de recreación y medio ambiente en la comunidad.**

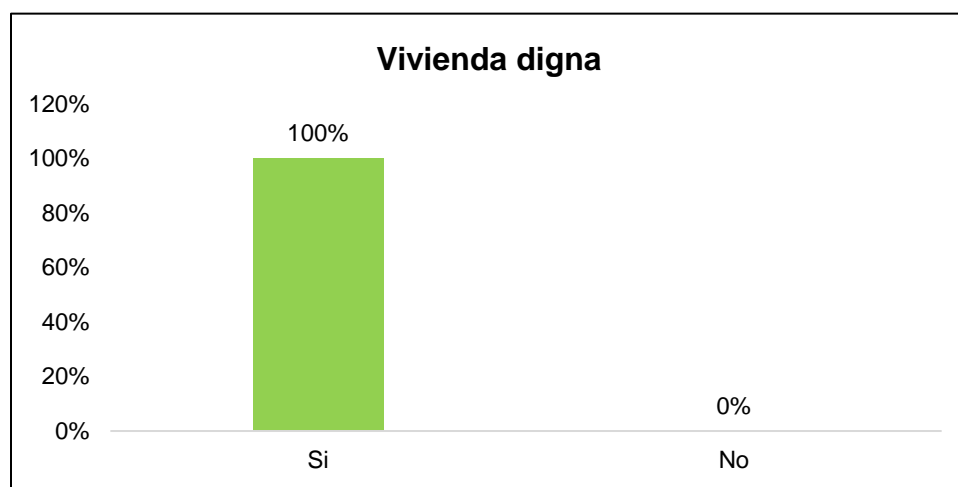


**Fuente:** *Elaboración propia.*

El 90% de las familias afirmaron que en su comunidad cuentan con espacios de recreación y medio ambiente, el 10% respondieron que existen pocos espacios, La importancia de la recreación se refleja como una de las necesidades fundamentales del individuo, lo recreativo garantiza la salud física y mental, contribuyendo a su desarrollo integral y colectivo.

### 10.5.6. Vivienda

**Gráfico 33: Vivienda.**



**Fuente:** *Elaboración propia.*

El 100% de las familias cuenta con una vivienda, esto nos muestra que en su totalidad pueden satisfacer esta necesidad básica que a la vez es un derecho humano fundamental. Este espacio permite la protección convivencia y la propia familia.

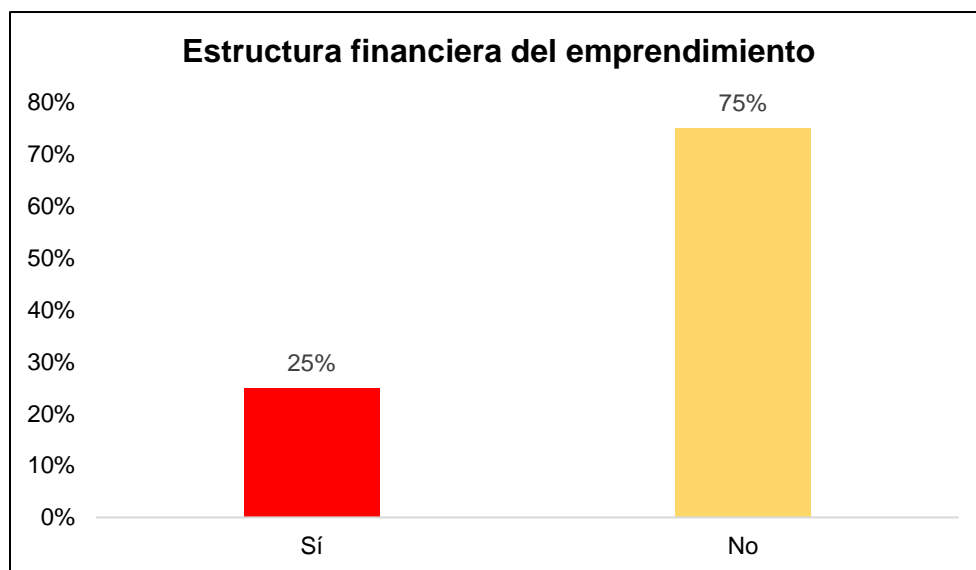
### 10.6. Estrategias que contribuyen a la implementación desarrollo y sostenibilidad de los emprendimientos.

En este apartado se presenta la recopilación de datos que se ha obtenido mediante la aplicación de instrumentos, dichos datos permiten la valoración y formulación de estrategias que permitan la implementación de nuevos emprendimientos, y el desarrollo y la sostenibilidad de los actuales, de manera que este sector de la economía siga creciendo y avanzando.

La estrategia está orientada a alcanzar un objetivo siguiendo una pauta de actuación. Una estrategia comprende una serie de tácticas que son medidas más concretas para conseguir uno o varios objetivos. (Chandler y Andrews, 2002).

#### 10.6.1. Encuesta sobre aplicación de elementos financieros y de mercado en los emprendimientos creativos

**Gráfico 34: Estructura financiera del emprendimiento.**



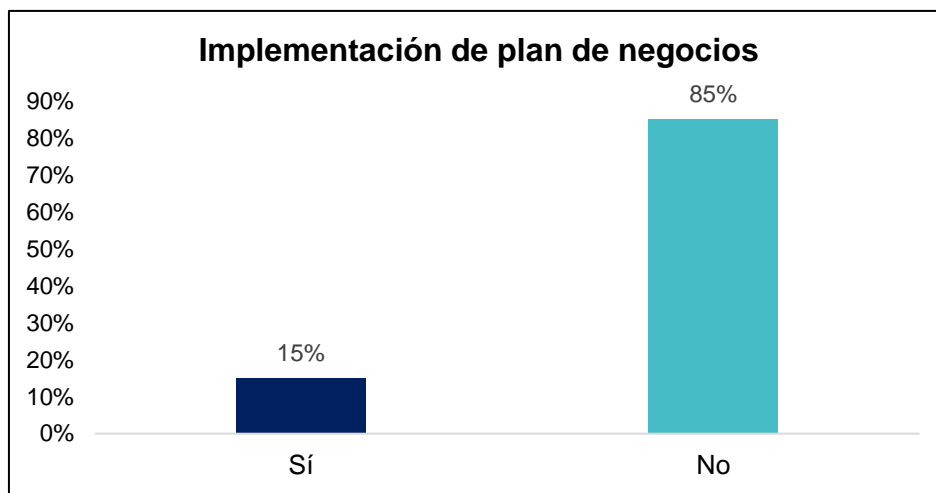
**Fuente: Elaboración propia.**



El gráfico No 34, demuestra que la mayoría de los emprendimientos no cuentan con una estructura financiera; solamente el 25% de estos sí. Indicándonos que existe una distancia entre herramientas financieras y las micro y pequeñas empresas creativas y culturales.

El siguiente gráfico No 35, muestra la aplicación de una de las principales estrategias de proyección y evaluación de las empresas.

**Gráfico 35: Implementación de plan de negocios.**

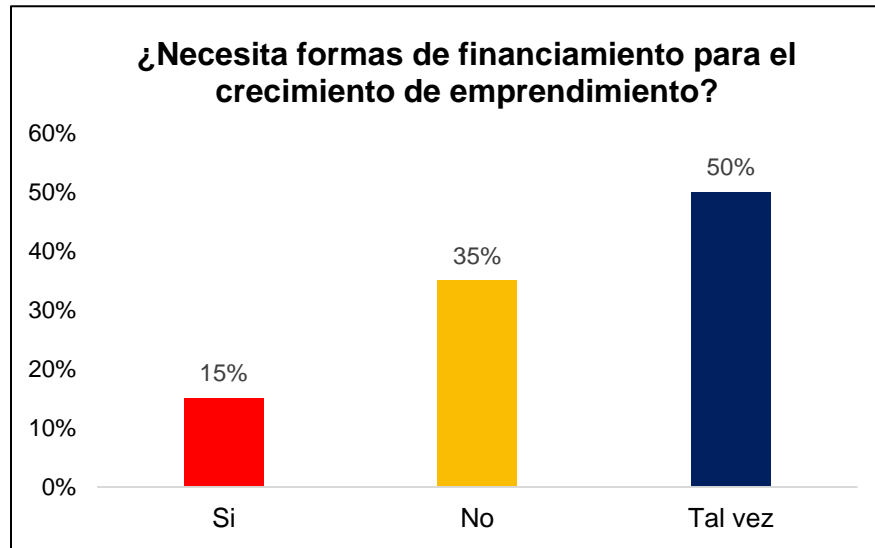


**Fuente:** *Elaboración propia.*

Solamente el 15% cuenta con un plan de negocios en sus emprendimientos, este dato está unido al 25% que cuentan con estructura financiera, aparte del plan de negocios han implementado sistemas contables y administrativos en las dimensiones de micro y pequeña empresa.

Este porcentaje del 85% es muy significativo, pues indica el desconocimiento en el área de finanzas y que no se cuenta con estrategias definidas para el crecimiento de los mismo.

**Gráfico 36: Financiamiento para el crecimiento de los emprendimientos.**

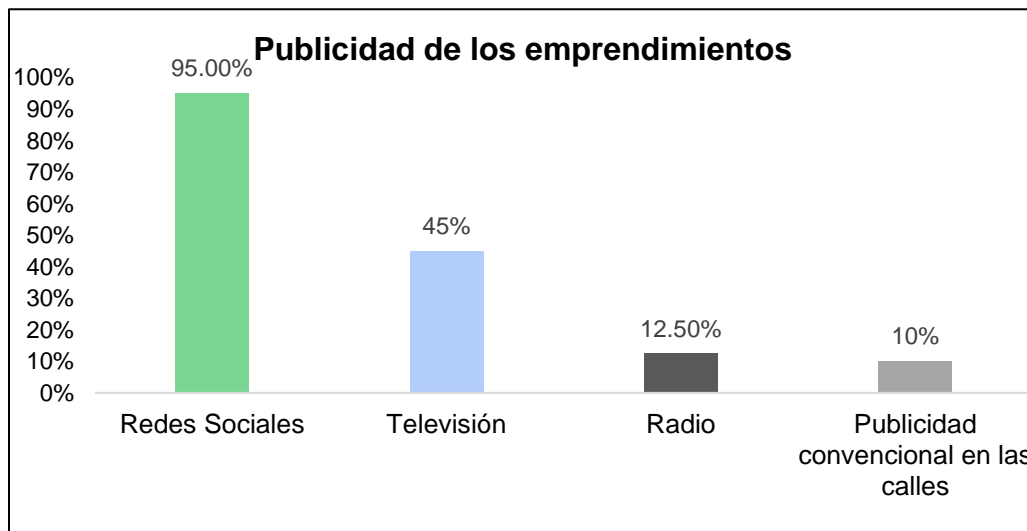


**Fuente: Elaboración propia.**

El 15% ha dicho que sí, el 35% ha dado una respuesta negativa y el 50% han dicho que tal vez.

El financiamiento es un recurso que ofrece posibilidades de desarrollo los emprendimientos, se pueden implementar otros modelos de financiamiento distintos a los clásicos de instituciones públicas y privadas, hay que señalar los modelos colectivos o por afinidad que son una opción más para estos artistas.

**Gráfico 37: medios de publicidad.**

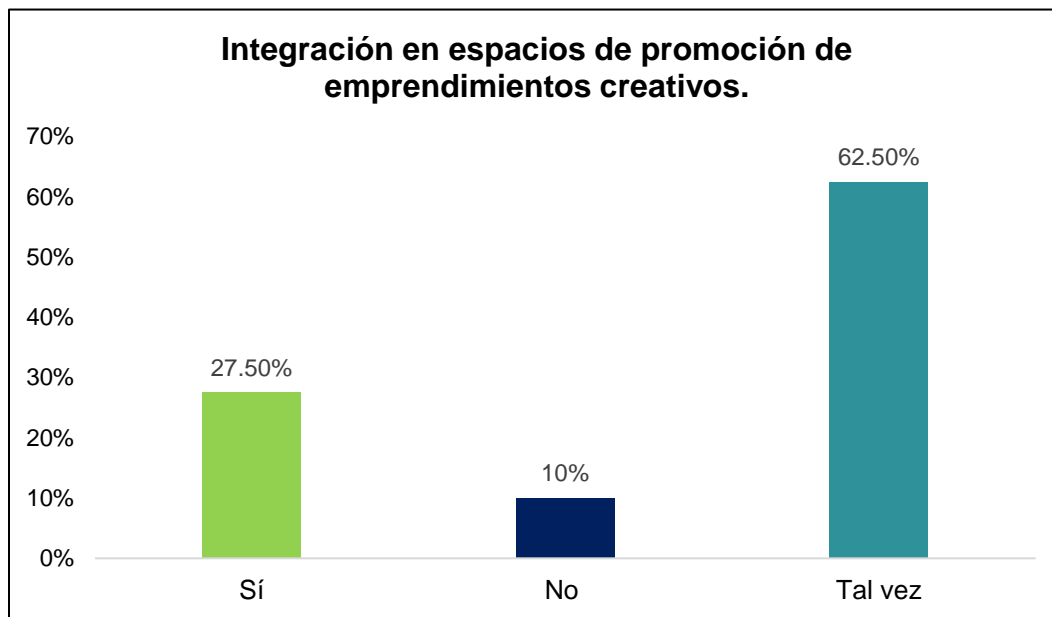


**Fuente: Elaboración propia.**

La publicidad juega es una herramienta importante para todo emprendimiento, según el gráfico, el 95% utilizan las redes sociales como medio publicitario, el 45% han obtenido publicidad indirecta en la televisión por medio de entrevistas o publicidad pagada, el 12.5% en las radios y un 10% hace uso de publicidad convencional.

Es importante destacar el uso de los medios digitales, como una herramienta inmediata, con muchos beneficios ya que pueden tener un mayor alcance en la captación de clientes, no solo de la zona, sino a nivel nacional y más allá de las fronteras.

**Gráfico 38: Integración en espacios de promoción de emprendimientos creativos.**



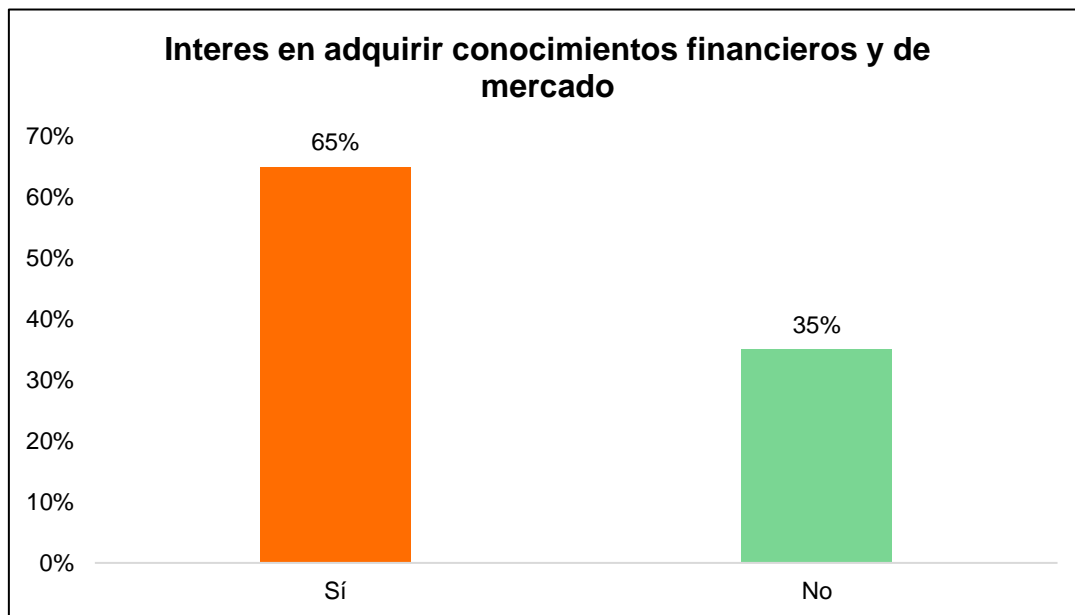
**Fuente: Elaboración propia.**

Según los datos del gráfico No 38, solamente un 27.5% han dicho que, si quieren integrarse en espacios de desarrollo y promoción de la creatividad emprendedora, un 10% su respuesta es no y el 62.50% piensa la posibilidad de integrarse.

Es importante destacar que muchos emprendedores aún no tienen conocimientos claros de que sus micro y pequeñas empresas responden al sector de la economía

creativa, por lo que se tiene un alto porcentaje de disertación a la hora de formar nuevos núcleos de organización de artistas y empresarios.

**Gráfico 39: Interés en adquirir conocimientos financieros y de mercado.**



**Fuente: Elaboración propia.**

El gráfico No 39, muestra que la mayoría representada en el 65% de los emprendedores si tiene interés en adquirir conocimientos y herramientas financieras y de mercado, el 35% ha dicho que no, por diversas razones unos ya cuentan con estas, y otros no lo ven necesario.

### 10.6.2. Análisis FODA de los emprendimientos creativos en Estelí.

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alto índice de conservación del talento, cultura y tradición.</li> <li>• Nivel de escolaridad superior y tecnificado.</li> <li>• Emprendedores jóvenes y capacitados en dimensiones creativas e innovadoras.</li> <li>• Utilización de recursos reciclados.</li> <li>• Enfoque en el desarrollo humano.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acompañamiento técnico y calificado.</li> <li>• Facilidades de financiamiento por parte de instituciones públicas y privadas.</li> <li>• Escuelas y centros de impulsión de talento.</li> <li>• Centro de oficios.</li> <li>• Capacitaciones y talleres brindados por entidades gubernamentales en pro del desarrollo comunitario y cultural.</li> <li>• Espacios de exhibición y promoción local.</li> </ul>
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desconocimiento de herramientas financieras.</li> <li>• Desarticulación de entre trabajo creativo-cultural y el sentido de consolidación como emprendedor.</li> <li>• No se posee objetivos definidos.</li> <li>• Deficiencia en el alcance publicitario.</li> <li>• Falta de innovación permanente.</li> <li>• No contar con herramientas de protección jurídica de los emprendimientos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desinterés social.</li> <li>• Crisis económicas.</li> <li>• Crisis en el sistema sanitario.</li> <li>• Dificultad en el acceso a sistemas de financiamiento.</li> <li>• Importación de bienes y servicios culturales y artísticos.</li> <li>• Plagio de productos artísticos y culturales</li> </ul>

### 10.6.3. Estrategias para la implementación de emprendimiento creativos.

**Estrategia 1:** Plan de promoción de la idiosincrasia popular de Estelí.

**Objetivos:** Promover la identidad cultural y tradicional de los estélanos.

**Acciones.**

- ✓ Proyecto de redescubrimiento de la riqueza cultural y tradicional del municipio de Estelí.
- ✓ Talleres y conferencias sobre la integración de elementos culturales y tradicionales a la hora de emprender.

**Estrategia 2:** Establecimiento de espacios para el desarrollo del talento, la creatividad y la innovación.

**Objetivo:** Incentivar a los jóvenes y toda la población al descubrimiento de sus habilidades.

**Acciones.**

- ✓ Organizar equipos de trabajo para la estimulación de la creatividad.
- ✓ Integración de festivales artísticos en todas sus dimensiones.
- ✓ Crear alianzas internacionales para el estudio de las artes.
- ✓ Formar equipos de trabajo que capacite en estrategias de innovación como respuesta a la exigencia social y económica de la industria creativa.

**Estrategia 3:** Creación de fuentes de financiamiento.

**Objetivo:** Crear sistemas financieros para emprendedores creativos.

**Acciones.**

- ✓ Promoción los emprendimientos creativos en instituciones financieras públicas y privadas.
- ✓ Crear alianzas con organismos que apoyen la transformación del talento y la cultura en valores productivos.
- ✓ Crear un modelo de financiamiento para emprender desde la creatividad.

- ✓ Destinar un presupuesto local para apoyo financiero a centros creativos de la ciudad.
- ✓ Implementar un sistema de tasas de interés preferencial que permita el establecimiento de nuevos emprendedores

#### **10.6.4. Estrategias para el desarrollo de los emprendimientos creativos**

**Estrategia 1:** Estructuración financiera.

**Objetivo:** Crear una estructura sólida de los emprendimientos creativos.

**Acciones.**

- ✓ Establecer un plan de negocios.
- ✓ Consolidar un registro contable.
- ✓ Reinversión en el capital.

**Estrategia 2:** Asistencia técnica y especializada

**Objetivo:** Brindar herramientas para el desarrollo y crecimiento de los emprendimientos.

**Acciones.**

- ✓ Capacitaciones y talleres.
- ✓ Crear un equipo de especialista para el seguimiento de las industrias creativas.

**Estrategia 3:** Alcance publicitario

**Objetivo:** Dar a conocer a toda la población los emprendimientos creativos.

**Acciones.**

- ✓ Capacitaciones y talleres sobre marketing digital y convencional.
- ✓ Promoción de los productos o servicios creativos en programas radiales y televisivos locales y nacionales.

#### **Estrategia 4:** Integración social

**Objetivo:** Establecer alianzas con la comunidad local.

##### **Acciones.**

- ✓ Ferias y festivales creativos.
- ✓ Transmisión de conocimientos y habilidades.
- ✓ Promoción en espacios educativos.

#### **Estrategia 5:** Apertura de mercado

**Objetivo:** Crear una red de comercialización de bienes y servicios culturales.

##### **Acciones.**

- ✓ Presentación a clientes potenciales.
- ✓ Métodos de agregación de valor.
- ✓ Cadenas de valor.
- ✓ Participación en ferias nacionales e internacionales.}

#### **Estrategia 6:** Establecimiento y formalización de los emprendimientos.

**Objetivo:** Establecerse como sector de economía creativa.

##### **Acciones.**

- ✓ Inscripción en la alcaldía municipal.
- ✓ En caso de gastronomía, tener registro sanitario.
- ✓ Inscribirse como emprendimiento en MEFCCA e INTUR.
- ✓ Respaldo jurídico de la creación de estos emprendimientos

### **10.6.5. Estrategias para la sostenibilidad de los emprendimientos creativos**

#### **Estrategia 1:** Innovación

**Objetivo:** Responder a las nuevas demandas y exigencias de la población.

- ✓ Expandir el emprendimiento hacia nuevos sectores.
- ✓ Tener un mayor alcance en la industria.



**Estrategia 2:** Estudiar el índice de consumo por área geográfica de productos culturales y creativos.

**Objetivo:** Mantener la calidad del producto o servicio.

**Acciones.**

- ✓ Satisfacer a los clientes con calidad y eficiencia en el servicio.
- ✓ Plantear nuevas prácticas socioeconómica, culturales y creativas
- ✓ Sostenibilidad económica y social.
- ✓ Monitoreo y seguimiento cuantitativo y cualitativo

## 11. Conclusiones

De acuerdo con los objetivos planteados y a los resultados obtenidos en la presente investigación, se llegó a las siguientes conclusiones:

Los emprendimientos creativos en la ciudad de Estelí se caracterizan por:

- La agregación de valor a partir de lo intangible: que es lo que nace del ser humano, su tradición, lo cognitivo, la creatividad, que se dispone en los productos o servicios para que sean originales.
- Generadores de amplitud y la diversidad de productos: pues estos emprendimientos ofrecen la apertura a las ideas del cliente, no son mercancías ni servicios industrializados.
- Promotores de la cultura y el desarrollo humano: ya que se establecen en el entorno social y dan respuesta brindando opciones de crecimiento a futuros artistas y emprendedores.

Los emprendimientos creativos producen un impacto positivo en la socioeconomía de la ciudad, sus indicadores demuestran que son generadores de empleos directos e indirectos, ya que por medio de la cadena de agregación de valor permiten la involucración de distintas personas que perciben ingresos a partir de la producción y comercialización de bienes y servicios culturales. Dinamizan la actividad económica por medio de la creación de micro y pequeñas empresas con potencial de expansión y crecimiento en el mercado. Ayudan al desarrollo humano incluyendo a la sociedad en actividades de crecimiento y desenvolvimiento de habilidades artísticas; se destacan por ser ejecutores del desarrollo sostenible y del cuidado ambiental para crear ambientes de bienestar y realización comunitaria.

Se identificaron factores que demuestran el bienestar social de las familias protagonista de los emprendimientos creativos como: el 100% tiene acceso a sistemas de salud y educación, el 90% ha logrado alcanzar el nivel de escolaridad universitario. Los emprendedores cuentan con empleos estables dentro de sus actividades artísticas, devengando salarios competitivos que permiten a las familias satisfacer sus necesidades básicas y otros bienes de lujo, así como desarrollarse

en espacios saludables y en ecosistemas naturales, el 100% de las familias tiene acceso a una vivienda digna donde progresan como familia creativa.

Este sector de la económica creativa en Estelí avanza como promesa de desarrollo económico y sostenible, por medio del establecimiento de MIPYMES. Resulta necesario apoyar a estos emprendedores, por lo que se han planteado estrategias que ayuden actualización, formación e integración de procesos de apalancamiento de esta economía como el establecimiento y formalización de los emprendimientos estructuración financiera., encontrando la relación administrativa y financiera para brindar una mejor proyección y acompañamiento.

Después de haber analizado e interpretado los resultados se ha demostrado que la hipótesis es verdadera, los emprendimientos creativos tienen un efecto positivo en la situación socioeconómica de las familias en la ciudad de Estelí, ya que los resultados muestran gran incidencia en los siguientes indicadores: empleo, desarrollo humano y sostenible, a demás del fomento cultural y patrimonial de los estelianos.

## 12. Recomendaciones

La información que compone esta investigación tiene como propósito guiar en la caracterización de los emprendimientos creativos, así como mostrar los efectos que tienen en las familias protagonistas y en la ciudad de Estelí. Abriendo de este modo un camino en el estudio de este sector económico.

### **Al gobierno central y municipal:**

- Definición de características a nivel nacional y municipal de los emprendimientos creativos según sus industrias que permita realizar un mapeo de los emprendimientos con tales características, de este modo establecer una base de datos e iniciar una cuantificación y cualificación de los emprendimientos creativos y culturales, permitiendo la medición de datos que den paso a la proyección y la integración económica.
- Crear equipos de trabajo para la capacitación en inversión, administración y comercialización de bienes y servicios.
- Concretar políticas de protección de los emprendimientos creativos.

### **A los emprendedores:**

- Involucrarse en la articulación, emprendedora, artística y administrativa financiera.
- Formalizar los emprendimientos dentro de los registros municipales y de seguridad sanitaria (según la naturaleza del oficio).
- Realizar una estructura financiera de los emprendimientos, de manera que estos se encuentren organizados como un emprendimiento funcional.

### **A los estudiantes:**

- Ayudar en campos de desarrollo sostenible, proyectando a los actores hacia el crecimiento, según el área profesional.

## 13. Bibliografía

(s.f.). Obtenido de Muestreo: <https://www.chospab.es/calidad/archivos/Metodos/Muestreo.pdf>

- Hodgetts, R., & Kuratko, D. (2004). *Universidad Católica de la Salle*. Obtenido de [http://repo.unikadelasalle.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=8529&keywords=](http://repo.unikadelasalle.ac.id/index.php?p=show_detail&id=8529&keywords=)
- A. Alaminos Chica, & J.L. Castejón Costa. (2006). Obtenido de <https://core.ac.uk/download/16372347.pdf>
- Alarcón-Leudo, G. A., & Jiménez-Londoño, J. (2021). La creatividad y el emprendimiento como fundamento de la economía naranja en el análisis curricular del programa de Arquitectura de la Universidad La Gran Colombia. *Revista GEON (Gestión, Organizaciones Y Negocios)*, 8(1), e-269.
- BID. (2014). Banco Interamericano de Desarrollo. 34.
- Buitrago, F., & Duque, I. (2013). *Banco Interamericano de Desarrollo*. Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-Econom%C3%ADa-Naranja-Una-oportunidad-infinita.pdf>
- CEPAL. (2019).
- Cordera Campos, R. (Diciembre de 2009). *Comentarios Bibliográficos*. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/ete/v76n304/2448-718X-ete-76-304-1070.pdf>
- Cosme, J., Cárdenas, J., & Miyar, R. (noviembre de 1999). *OPS*. Obtenido de <https://www.paho.org/cub/dmdocuments/DOC-22.SDR%20%20Economia.pdf>
- Díaz Bravo, L., Torruco García, U., Martínez Hernández, M., & Varela Ruíz, M. (13 de Mayo de 2013). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf>
- Gutiérrez, D. P. (2018). *Economía Naranja y Oportunidades de Negocio*. Obtenido de <file:///C:/Users/HP/Desktop/econom%C3%ADa%20creativa/econom%C3%AD%20naranja.pdf>
- INIFOM, I. (2020). *Ciudad Creativa, Estelí*. Estelí: INIFOM.
- Lázaro, I., & Rodríguez, O. (Agosto de 2018). *Banco Interamericano de Desarrollo*. Obtenido de <https://publications.iadb.org/es/economia-creativa-en-america-latina-y-el-caribe-mediciones-y-desafios>

Lorenzo García, R. (Enero de 2006). *¿A qué se le denomina talento?: Estado del arte acerca de su conceptualización*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/549/54920104.pdf>

Luzardo, A., De Jesús, D., & Pérez, M. (2017). *Banco Interamericano de Desarrollo*. Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Econom%C3%ADa-naranja-Innovaciones-que-no-sab%C3%ADas-que-eran-de-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>

Nicaragua , C. (2021). *Nicaragua Creativa*. Obtenido de <https://www.nicaraguacreativa.com/que-es-la-economia-creativa/>

Nicaragua Creativa. (2021). *Nicaragua Creativa*. Obtenido de <https://www.nicaraguacreativa.com/>

OIT. (2015).

OMPI. (2020). *¿Qué es la Propiedad Intelectual?* Obtenido de [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo\\_pub\\_450\\_2020.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_450_2020.pdf)

ONU. (2015).

Quezada Somano, A. (30 de 12 de 2020). Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/347987929\\_METODOS\\_TEORICOS\\_DE\\_INVESTIGACION\\_ANALISIS-SINTESIS\\_INDUCCION-DEDUCCION\\_ABSTRACTO\\_-CONCRETO\\_E](https://www.researchgate.net/publication/347987929_METODOS_TEORICOS_DE_INVESTIGACION_ANALISIS-SINTESIS_INDUCCION-DEDUCCION_ABSTRACTO_-CONCRETO_E)

Rosales , M. (junio de 2017). *Desarrollo Humano: Una propuesta para su medición*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/543/54353312007.pdf>

UNESCO. (2006).

UNESCO. (2010).

UNESCO, & PNUD. (2013). *Informe sobre la Economía Creativa*. Unesco, Diversity of Cultural expressions.

Valdez Ibarra, A. (14 de abril de 2015). *IMPLAN*. Obtenido de <http://www.trcimplan.gob.mx/blog/papel-educacion-desarrollo-economico.html>

## 14. Anexos

### 14.2. Diseño de la Encuesta.



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA

UNAN - MANAGUA

### **Facultad Regional Multidisciplinaria de Estelí**

Estimado Señor (Sra.) / Joven emprendedor, como estudiante de la carrera de economía que imparte la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-Managua en el Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM-Estelí; me encuentro realizando un trabajo investigativo que es parte del desarrollo de la materia de seminario de graduación. La investigación está titulada “Emprendimientos creativos y su efecto socioeconómico en la ciudad de Estelí durante el segundo semestre del año 2022” por tales motivos se realiza esta encuesta que será de gran utilidad para la recopilación de datos que permitan analizar el efecto que este tipo de emprendimientos tienen en la ciudad y en las familias emprendedoras.

“Se entiende por industrias culturales y creativas a aquellos sectores que tienen como objeto principal la creatividad, la producción o reproducción, la promoción, la difusión y la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial” (UNESCO, 2010).

Para dar cumplimiento a los objetivos de esta investigación, es de suma importancia sus repuestas, ya que estas son garantes de la veracidad de la misma. De ante mano agradecemos su colaboración, y asimismo se adquiere el compromiso de manejar con legalidad, sigilo, profesionalismo y responsabilidad la información que se brinde.

**I. Datos generales del emprendedor.**

- 1.1. **Sexo:** Masculino  Femenino
- 1.2. **Edad:** 18-29  30-49  50 a más años
- 1.3. **Estado Civil:** soltero (a)  Casado (a)  Unión de estado libre.

**II. Características del emprendimiento.**

**2.1 El emprendimiento está fundamentado en:**

Cultura: \_\_\_\_\_ Tradición: \_\_\_\_\_ Creatividad: \_\_\_\_\_

Talento: \_\_\_\_\_ Innovación: \_\_\_\_\_

**2.2. Su emprendimiento pertenece a la siguiente industria:**

Música: \_\_\_\_\_ Artesanía y arte plástica: \_\_\_\_\_

Diseño: \_\_\_\_\_ Patrimonio Natural: \_\_\_\_\_

**2.3. Dentro de su industria que actividades realiza:**

Música	Artesanía y arte Plástica	Diseño	Patrimonio Natural.
<input type="checkbox"/> Interprete:	<input type="checkbox"/> Pintura.	<input type="checkbox"/> Vestido.	<input type="checkbox"/> Turismo.
<input type="checkbox"/> Canta autor	<input type="checkbox"/> Escultura.	<input type="checkbox"/> Joyería.	<input type="checkbox"/> Eco fincas.
<input type="checkbox"/> Escuelas Musicales	<input type="checkbox"/> Marroquinería.	<input type="checkbox"/> Trabajo en cuero.	<input type="checkbox"/> Otro.
<input type="checkbox"/> Agrupación Musical	<input type="checkbox"/> Otro.	<input type="checkbox"/> Diseño de interiores.	Definir patrimonio natural en el que se encuentra el emprendimiento:
<input type="checkbox"/> Otro		<input type="checkbox"/> Arquitectura.	_____
		<input type="checkbox"/> Otro.	

**III. Efectos socioeconómicos**

**que tiene el emprendimiento creativo en la ciudad de Estelí.**

**3.1. Empleo que genera el emprendimiento creativo**



¿Cuántos empleados hay en el emprendimiento?

- 1-3       4-5       6-9       10- a más

¿Cuántos empleados indirectos tiene el emprendimiento?

- 0       1-3       4-5       6-9       10- a más

### 3.2. Sostenibilidad económica del emprendimiento

¿Cuánto es la inversión inicial del emprendimiento?

- C\$1,000-C\$5,000       C\$5,001-C\$10,000  
 C\$10.001-C\$20.000       C\$20.001- a más

#### 3.2. La inversión inicial fue obtenida mediante:

Recursos propios:

Financiamiento de una institución privada:

Financiamiento de una institución pública:

#### 3.3. Los ingresos mensuales del emprendimiento oscilan entre:

- C\$ 0       C\$1.000-C\$5.000       C\$5.001-C\$10.000  
 C\$10.001-C\$15.000       C\$.15.001- a más

#### 3.4. ¿Cuánto es el margen de utilidad que tiene su emprendimiento?

- 0-1%       2-5%       6-10%  
 10%- a más

3.5. ¿Su emprendimiento permite la promoción humana, el fomento de la cultura y tradición, así como del talento a futuros artistas y emprendedores?

Sí: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_

**3.6. ¿En este emprendimiento se emplean estrategias de desarrollo sostenible en pro de la comunidad, incentivando a la población por medio de hechos y mensajes transmitidos en su industria creativa?**

Sí: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_

**3.7. Como emprendimiento que nace del arte, el talento y la cultura, ¿fomenta programas sociales en pro de las personas de la comunidad?**

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**3.8. Si su respuesta es sí. ¿Qué tipo de actividades realiza?**

- Talleres
- Capacitaciones
- Clases de oficio
- Campañas
- Festivales
- Otros

#### **IV. Bienestar social de las familias emprendedoras**

**4.1. ¿En qué rango de salarial se encuentra?**

- Menos de C\$5.000       C\$5.001 a C\$10.000       C\$10.001 a C\$15.000
- Más de C\$15.001

**4.2. ¿Con qué frecuencia puede cubrir su salario las necesidades básicas?**

- Nunca       A veces       Muy a menudo       Siempre

**4.3. ¿Con qué frecuencia puede cubrir su salario el consumo de bienes de lujo?**

- Nunca       A veces       Muy a menudo       Siempre

**4.4. ¿Cómo considera su salud en general?**

- Excelente       Buena       Satisfactoria       Regular       Mala

**4.5. ¿En la familia todos tienen acceso al sistema de educación?**

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**4.6. Si su respuesta es sí, ¿a qué grado de escolaridad han llegado?**

- Preescolar
- Primaria.
- Secundaria.
- Técnico medio.
- Universidad.
- Otro.

**4.7. ¿Su comunidad cuenta con espacios de recreación amigables con el medio ambiente?**

Sí: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_ Pocos: \_\_\_\_\_

**4.8. ¿Cuenta con una vivienda digna?**

Sí: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_ No es de mi propiedad: \_\_\_\_\_

**14.3. Entrevista**



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN - MANAGUA

**Facultad Regional Multidisciplinaria de Estelí**

## Entrevista

Estimados señores (ras.) miembros de la comisión de economía creativa en Estelí; como estudiante de la carrera de economía que imparte la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-Managua en el Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM-Estelí; me encuentro realizando un trabajo investigativo que es parte del desarrollo de la materia de seminario de graduación, dicha investigación está titulada “Emprendimientos creativos y su efecto socioeconómico en la ciudad de Estelí, durante el segundo semestre del año 2022” siendo este el asunto que ocupa la presente entrevista.

Es de nuestro conocimiento que los emprendimientos creativos o industrias creativas son “aquellos sectores que tienen como objeto principal la creatividad, la producción o reproducción, la promoción, la difusión y la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial” (UNESCO, 2010).

La ciudad de Estelí es un exponente de permanencia y generación de emprendimientos; muchos de ellos tienen su génesis en la cultura, el arte o la tradición, la música y la creatividad. Hace unos años atrás el gobierno central junto con la comisión interinstitucional de economía creativa vienen creando espacios y estrategias que permiten el redescubrimiento de dichos emprendimientos.

Hoy se quiere formular estrategias que aporten a la implementación, desarrollo y sostenibilidad de estos emprendimientos mediante las concepciones que ustedes han planteado con diligencia, entusiasmo y vistas de progreso comunitario.

Expreso mi gratitud por su valioso trabajo y colaboración para este documento, de la misma manera que se asume el compromiso de manejar con legalidad, profesionalismo y responsabilidad la información que se brinde.

## Entrevista

**Tesis:** Emprendimientos creativos y su efecto socioeconómico en la ciudad de Estelí, durante el segundo semestre del año 2022.

**Objetivo:** Analizar los efectos socioeconómicos que generan los emprendimientos creativos en la ciudad de Estelí, durante el año 2022.

- Proponer estrategias que contribuyan a la implementación, desarrollo y sostenibilidad de los emprendimientos creativos en la ciudad de Estelí.

**Datos Generales:**

Nombre del entrevistado: \_\_\_\_\_

Profesión / Cargo: \_\_\_\_\_

Institución: \_\_\_\_\_

**Cuestionario /Conversatorio**

Contar un poco sobre la comisión de economía creativa en Estelí ¿En que consiste su trabajo? ¿a quienes acompaña? ¿Quiénes son sus aliados? ¿Cuáles son las proyecciones o metas que se ha fijado la comisión interinstitucional con respecto a la economía creativa en Estelí, durante el año 2022?

**Implementación de emprendimientos creativos**

- 1) ¿Cómo se promueve la creación de emprendimientos creativos en la ciudad?
- 2) Estelí ha sido declarada como ciudad creativa en Nicaragua. ¿Qué representa esto para la creación de nuevos emprendimientos creativos?
- 3) ¿cómo están organizadas las instituciones para acompañar las ideas de nuevos emprendimientos?
- 4) ¿Existen organizaciones privadas o instituciones del estado que muestran interés en brindar financiamiento a nuevos emprendimientos? ¿cómo se desarrolla este financiamiento?

- 5) ¿Se han creado espacios para facilitar conocimientos sobre administración, finanzas?

### **Desarrollo de los emprendimientos creativos**

- 6) Una vez que los emprendimientos son establecidos en el mercado ¿qué tipo de acompañamiento se brinda?
- 7) ¿se han creado espacios de desarrollo dónde los emprendedores puedan darse a conocer a la población? ¿Cuáles?
- 8) Si estos emprendimientos tienen su fuerza centrífuga en el arte, la cultura, y la tradición, el ingenio y la creatividad que son propias de la humanidad y la comunidad ¿de qué forma se promueve la integración comunitaria y de la misma persona con vista en la permanente conservación del talento humano?
- 9) ¿Se ha creado algún tipo de acompañamiento financiero? ¿cómo se ejecuta?
- 10) ¿Qué tipo de herramientas se están ejecutando para la cuantificación y clasificación de los emprendimientos creativos?

### **Sostenibilidad de los emprendimientos creativos**

- 11) Al decir creativos, se asume directamente la innovación como pilar fundamental y esto vale para la sostenibilidad de dichos emprendimientos, ¿cómo se promueve la innovación desde la comisión de economía creativa?
- 12) ¿Existen instituciones que colaboren en la protección jurídica de los emprendimientos?
- 13) Estos emprendimientos son originales, y es de suma importancia velar por la propiedad intelectual de los mismos ya que es esta la que define su valor intelectual y monetario; en ese proceso de crecimiento ¿se promueve el patentar los productos o ideas?
- 14) ¿cómo se mide el crecimiento de estos emprendimientos?

#### 14.4. Trabajo en Campo.

*Figura 1: Artista Juan Carlos Moreno/ Artes plásticas*



*Fuente: Elaboración propia.*

**Figura 2: Pinceladas/ Elaboración de pinturas y cuadros artísticos.**



INSPIRADOS EN VAN GOGH



**Fuente: Eduardo Parrilla.**

**Figura3: Finca el Jalacate/Turismo Cultural.**



**Fuente: Elaboración Propia.**



**Figura 4: Escuela de música Rhemá**



**Fuente: José Rivera.**

**Figura 5: Escuela de música municipal Doroteo Flores.**



**Fuente: Elaboración Propia.**

#### 14.5. Emprendimientos creativos en la ciudad de Estelí.

No	Nombre del emprendimiento/ Artista	Descripción	Industria Creativa
1	Gustavo Bucardo	Canta autor estiliano, se caracteriza por la composición de música y promoción de la cultura y la identidad nicaragüense	Música
2	El relajo Nica	Grupo musical, interprete y autor de canciones populares, dentro del género de la cumbia	Música
3	Duo Monfran	Interprete de canciones testimoniales y revolucionarias	Música
4	Escuela de música Estelí	Se dedica a enseñar en diferentes instrumentos musicales como guitarra, piano, trompeta canto	Música
5	Son 16	Intérprete de música testimoniales y revolucionarias	Música
6	Escuela de música Rhema	Se dedica a enseñar en diferentes instrumentos musicales como guitarra, piano, trompeta canto	Música
7	El molote	Grupo musical que interpreta distintos géneros musicales, se presentan en eventos y realizan producción musical.	Música
8	Mariachi Guadalupano	Interprete de la música mexicana popular en las tierras estilianas para días especiales como el día de la madre o dentro de picardía nicaragüense.	Música
9	Juan Carlos Moreno	Artista de la pintura esteliana, destacado por el reciclaje y la elaboración de cuadros de tusas que representan la sostenibilidad ambiental.	Arte Plásticas
10	Instituto de pintura Roberto Loaisiga	Escuela de arte y pintura que enseña distintas técnicas a niños jóvenes y personas de la tercera edad	Artes Plásticas

11	Pinceladas	Emprendimiento dedicado a la realización de cuadros personalizados bajo la Técnica de pintura de Van Gogh	Artes Plásticas
12	Shemá	Promoción del arte sacro, bajo la pintura de iconos religiosos.	Artes Plásticas
13	Pintura	Pintura de cuadros personalizados	Artes Plásticas
14	Ving	Artista estiliano que se dedica a la pintura y la transmisión de arte	Artes Plásticas
15	Casa leonesa	Dedicada a la creación de arte religioso, así como la fabricación de velas y nuevos diseños a partir de material reutilizado	Artes Plásticas
16	Hibrido	Grupo musical que se dedica a la promoción de genero rock	Música
17	ROM	Es un emprendimiento de diseño de ropa femenina	Diseño
18	Calzado Arauz	Trabajo en diseño de artículos de cuero	Diseño
19	Arjé proyectos	Empresa de arquitectura líder en diseños, construcción y remodelación de casas negocios y complejos industriales	Diseño
20	Tveo producciones	Producción audiovisual	Diseño
21	Shazadi Producciones	Producción audiovisual	Diseño
22	Joyería Galeano	Diseño y elaboración de prendas de oro y plata	Diseño
23	Mirador la Garnacha	Turismo cultural y natural.	Patrimonio natural
24	Mirador de don Luis	Turismo cultural y natural.	Patrimonio Natural
25	Sedero las agüitas	Turismo cultural y natural.	Patrimonio Natural
26	Neblina del bosque	Turismo cultural y natural.	Patrimonio Natural
27	Eco finca Miraflores	Turismo cultural y natural.	Patrimonio Natural
28	Finca el jalacate	Turismo cultural y natural.	Patrimonio Natural

29	Impre rosas	Diseños innovadores de arreglos florales.	Diseño
30	José Rivera	Interprete y compositor	Música
31	Escuela de música sones segovianos	Escuela de música popular	Música
32	Byron Guevara	Interprete y maestro de música	Música
33	Steven Corea	Interprete	Música
34	Juan Carlos Rodríguez	Interprete y compositor	Música
35	Thelma Téllez	Diseño de prendas	Diseño
36	Funarte	Instituto de puntura	Artes plásticas
37	Sofía Castellón	Interprete	Música
38	Lanny Guevara	músico	Música
39	Calzado Rojas	Diseño en cuero	Diseño
40	Ana Joya	Interprete	Música

#### 14.6. Tablas de Microsoft Excel

1	Sexo	fi	Fr
	Femenino	13	32.50%
	Masculino	27	67.50%
	Total	40	100%

2	Edad	fi	Fr
	de 18 a 29 años	11	27.50%
	de 30 a 49 años	19	48%
	de 50 a más	10	25.00%
	Total	40	100.00%

3	Escolaridad	fi	Fr
	Primaria	0	0%
	Secundaria	5	13%
	Tecnico superior	4	10%
	Universidad	31	77.50%
	Total	40	100%

4	Zona geográfica	fi	Fr
	Urbana	33	82.50%
	Rural (Patrimonio natural)	7	17.50%
	Total	40	100%

5	Estado civil	fi	Fr
	Soltero	15	37.50%
	Casado	21	52.50%
	Estado de unión libre	4	10%
	Total	40	100%

6	¿Por qué surge la idea de emprender?	fi	Fr
	Necesidad de empleo	13	32.50%
	demanda del bien o servicio	4	10%
	Herencia familiar	8	20%
	Integrar un bien o servicio nuevo al mercado	15	37.50%
	Total	40	100%

7	¿Su idea de emprendimiento es creación propia?	fi	Fr
	Sí	39	97.50%
	No	1	2.50%
	Total	40	100%

8	El emprendimiento está fundamentado en:	fi	Fr
	Cultura	25/40	62.50%
	Tradición	31/40	77.50%
	Creatividad	32/40	80%
	Talento	32/40	80%
	Innovación	24/40	60%
	Total		100%

9	Su emprendimiento pertenece a la siguiente industria	fi	Fr
	Música	15	37.50%
	Artes plásticas	7	17.50%
	Diseño	11	27.50%
	Patrimonio natural	7	17.50%
	Total	40	100%

10	Música	fi	Fr
	Intérprete	5	33.30%
	Canta-autor	2	13.30%
	Escuela de música	4	26.70%
	Grupos musicales	4	26.70%
	Otros	0	0%
	Total	15	100%

11	Artesanías y artes plásticas	fi	Fr
	Pintura	6	86%
	Escultura	1	14%
	Marroquinería	0	0%
	Otros	0	0%
	Total	8	100%

12	Diseño	fi	Fr
	Joyería	1	9.10%
	Trabajo en cuero	3	27.30%
	Diseño de interiores	0	0%
	Arquitectura	1	9.10%
	Otros	6	54.50%
	Total	11	100%

13	Patrimonio natural	fi	Fr
	Turismo	2	28.50%
	Eco-fincas	4	57.14%
	Otros	1	14%
	Total	7	100%

14	¿Cuántos empleados hay en el emprendimiento?	fi	Fr
	de 1 a 5	35	87.50%
	de 6 a 30	5	12.50%
	de 31 a 100	0	0%
	de 100 a más	0	0%
	Total	40	100%

15	Utiliza cadena de valor productiva que permita la comercialización de su producto.	fi	Fr
	Sí	30	62.90%
	No	10	37%
	Total	40	100%

16	¿Cuántos empleados indirectos tiene el emprendimiento?	fi	Fr
	0	18	45%
	de 1 a 3	21	52.5
	de 4 a 5	1	2.50%
	de 6 a 9	0	0%
	de 10 a más	0	0%
	Total	40	100%

17	¿Cuánto es la inversión inicial del emprendimiento?	fi	Fr
	C\$ 1,000.00 a C\$ 100,000.00	23	57.50%
	C\$ 100,001.00 a C\$ 150,000.00	6	15%
	C\$ 150,001.00 a C\$ 200,000.00	5	12.60%

	C\$ 250,001.00 a C\$ 300,000.00	3	7.50%
	C\$ 350,001.00 a C\$ 400,000.00	2	5%
	Mayor a C\$ 400,001.00	1	2.50%
	Total	40	100%

18	La inversión inicial fue obtenida mediante:	fi	Fr
	Recursos propios	24	60%
	Financiamiento instituciones privadas	14	35%
	Financiamiento instituciones públicas	2	5%
	Total	40	100%

19	Los ingresos mensuales del emprendimiento oscilan entre	fi	Fr
	Menor a 5,000.00 córdobas	1	3%
	de 5,000.00 a 15,000 córdobas	14	35%
	de 15,001.00 a 30,000 córdobas	14	35.00%
	de 30,001.00 a 40,000 córdobas	4	10%
	más de 40,000 córdobas	7	17.00%
	total	40	100%

20	¿cuánto es el margen de utilidad que tiene su emprendimiento?	fi	Fr
	5 a 10 %	1	2.50%
	11 a 20%	0	0%
	21 a 30%	7	17.50%
	31 a 40%	9	22.50%
	41 a 50%	11	27.50%
	mayor 50%	12	30%
	Total	40	100%

21		fi	Fr
----	--	----	----



	Sí	36	90%
	No	4	10%
	Total	40	100%

22	Edad	fi	Fr
	Sí	28	70%
	No	12	30%
	Total	40	100%

23	Edad	fi	Fr
	Sí	18	45%
	No	22	55%
	Total	40	100%

24	Edad	fi	Fr
	Talleres	5	27.80%
	Capacitaciones	1	5.60%
	Clases de oficio	1	5.60%
	Festivales	10	55.50%
	Otros	1	5.60%
	Total	18	100%

25	Edad	fi	Fr
	menos de 5,000.00 córdobas	2	5%
	entre 5,000.00 a 10,000.00 córdobas	22	55%
	entre 10,001.00 a 20,000.00 córdobas	15	37.50%
	mayor a 20,000.00 córdobas	1	2.50%
	Total	40	100%

26	Edad	fi	Fr
	Si	24	60%

	No	16	40%
	Total	40	100%

27	Edad	fi	Fr
	Nunca	0	0%
	A veces	2	5%
	Muy a menudo	5	12.50%
	Siempre	33	82.50%
	Total	40	100%

28	Edad	fi	Fr
	Nunca	5	12.50%
	A veces	18	45%
	Muy a menudo	14	35%
	Siempre	3	7.50%
	Total	40	100%

29	Edad	fi	Fr
	Excelente	27	67.5
	Buena	10	25%
	Satisfactoria	2	5%
	Regular	1	2.50%
	Mala	0	0%
	Total	40	100%

30	Edad	fi	Fr
	Sí	40	100%
	No	0	0%
	Total	40	100%

31	Edad	fi	Fr
----	------	----	----

	Preescolar	0	%
	Primaria	0	0%
	Secundaria	4	10%
	Universidad	36	90%
	Total	40	100%

33	Edad	fi	Fr
	Sí	36	90%
	No	0	0%
	Pocos	4	10%
	Total	40	100%

34	Edad	fi	Fr
	Si	40	100%
	No	0	0%
	Total	40	100%

35	Edad	fi	Fr
	Sí	10	25%
	No	30	75%
	Total	40	100%

36	Edad	fi	Fr
	Sí	6	15%
	No	34	85%
	Total	40	100%

37	Edad	fi	Fr
	Si	6	15%
	No	14	35%
	Tal vez	20	50%

	Total.	40	100%
--	--------	----	------

38	Edad	fi	Fr
	Redes Sociales	37	95.00%
	Televisión	18	45%
	Radio	5	12.50%
	Publicidad convencional en las calles	4	10%

39	Edad	fi	Fr
	Sí	11	27.50%
	No	4	10%
	Tal vez	25	62.50%
	Total	40	100%

40	Edad	fi	Fr
	Sí	26	65%
	No	14	35%
	Total	40	100%



