

RAÍCES

Revista de Ciencias Sociales y Políticas

Julio - Diciembre | Año 9 N° 18. 2025



Estudios *Interdisciplinarios*

Transformación digital
de emprendimientos y su incidencia
en el desarrollo socioeconómico

Argenis Javier Sarmiento Estrada



Año 9. Julio-Diciembre 2025
Fecha de recepción: 20/09/2025
Fecha de aceptación: 30/11/2025

DOI: 10.5377/raices.v18i9.21908

Transformación digital de emprendimientos y su incidencia en el desarrollo socioeconómico

The stereotypes of women in Rubén Darío's work Digital transformation of entrepreneurship and its impact on socioeconomic development

Argenis Javier Sarmiento Estrada

argenis.sarmiento@unan.edu.ni

<https://orcid.org/0000-0002-6098-174X>

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
(UNAN – Managua)

Resumen

Este artículo tiene como objetivo analizar la transformación digital de emprendimientos y su incidencia en el desarrollo socioeconómico de los protagonistas del barrio Jorge Dimitrov de Managua entre 2023 y 2024. Se fundamenta en el enfoque mixto de investigación en el que se analizan aspectos cualitativos y cuantitativos, siendo además un estudio de tipo correlacional y de corte transversal. Se aplicaron entrevistas, grupos focales, observación, revisión documental y una encuesta. La muestra se hizo de forma no probabilística por conveniencia contando con la participación de 57 personas entre emprendedores e informantes clave. Los resultados indican que el uso de herramientas digitales por los protagonistas en sus emprendimientos es bajo, enfocando su uso para fines personales y ocasionalmente en sus negocios por lo que no se puede afirmar que haya una transformación digital de los mismos. El éxito de algunos emprendimientos no depende de forma exclusiva del uso de herramientas digitales sino de otros factores como la productividad, la inversión y la demanda del producto o servicio. Por otro lado, dada sus condiciones actuales (ingresos, vivienda, alimentación, educación, etc.) se puede afirmar que los protagonistas no han experimentado avances significativos en términos socioeconómicos.

Palabras claves: Desarrollo socioeconómico, emprendimientos, Nicaragua, transformación digital.

Abstract

This article aims to analyze the digital transformation of entrepreneurship and its impact on the socioeconomic development of the key figures in the Jorge Dimitrov neighborhood of Managua between 2023 and 2024. It is based on a mixed research approach that analyzes qualitative and quantitative aspects, and is also a correlational and cross-sectional study. Interviews, focus groups, observation, document review, and a survey were conducted. The sample was non-probabilistic and convenient, with the participation of 57 people, including entrepreneurs and key informants. The results indicate that the use of digital tools by the entrepreneurs in their ventures is low, focusing on their use for personal purposes and occasionally in their businesses. Therefore, it cannot be affirmed that these ventures have undergone a digital transformation. The success of some ventures does not depend exclusively on the use of digital tools but on other factors such as productivity, investment, and demand for the product or service. On the other hand, given their current conditions (income, housing, food, education, etc.), it can be said that the protagonists have not experienced significant progress in socioeconomic terms.

Keywords: *Digital Transformation, Entrepreneurship, Nicaragua, Socioeconomic Development.*

Introducción

Nicaragua en los últimos años ha experimentado un crecimiento acelerado de emprendimientos a nivel nacional. Según cifras del Gobierno de Nicaragua, hasta 2020 se ha dado acompañamiento a 11,003 emprendedores para el fortalecimiento de conocimientos empresariales y capacidades técnicas (PNLCP-DH, 2022, pág. 49). Esto sin contar a todos los pequeños negocios que por diferentes circunstancias no se ven involucrados en los procesos desarrollados por el Gobierno.

Además, con el auge de los emprendimientos, se presenta otro fenómeno de interés de estudio: la transformación digital. Este es un proceso que se caracteriza por el uso de las tecnologías (dispositivos móviles, plataformas digitales e internet) en diferentes escenarios como la educación, la salud, la investigación, la innovación y los negocios, transformando sus procesos, modelos de negocio y la experiencia de los usuarios.

Diferentes organizaciones ofrecen una conceptualización de la transformación digital. Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD, 2017) es el resultado de la digitalización de economías y sociedades. Es decir, la adquisición de tecnologías para diversos escenarios como la educación, la salud, el comercio, la investigación y la innovación lo que se traduce en una mayor productividad y eficiencia.

SAP (2023) explica que la transformación digital “implica integrar tecnologías y soluciones digitales en todas las áreas de un negocio” y agrega que “es un cambio cultural como tecnológico, ya que requiere que las organizaciones hagan cambios fundamentales en la forma en que operan y en el modo en que brindan experiencias y beneficios al cliente.”

En este sentido, la transformación digital no se reduce al simple uso de la tecnología, sino a un cambio completo en la dinámica de una empresa u organización. Requiere el compromiso de los protagonistas y un cambio en la cultura organizativa, transformando los procesos y el modo de trabajo análogo por uno digital.

Si bien la transformación digital de negocios a nivel mundial ha sido un proceso intrínseco de los avances tecnológicos actuales, en el caso de Nicaragua se produjeron dos acontecimientos que le dieron mayor importancia. El primero de ellos fue el intento de golpe de Estado de 2018 que amenazó la economía nacional y, el segundo, la pandemia de la COVID-19 que trajo consigo confinamiento y desempleo, por lo que muchas personas optaron por emprender negocios en línea y los que ya contaba con uno, dieron el salto tecnológico para llegar a nuevos clientes.

En este sentido, en 2019 el Gobierno de Nicaragua lanzó la estrategia Nacional de Economía Creativa alineada con uno de los ejes del Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza y para el Desarrollo Humano 2022-2026 que establece el desarrollo de la Economía Creativa, Familiar y Emprendedora con énfasis en modelos asociativos *“a partir de los sectores que generan productos y servicios que interactúan con la innovación y la tecnología”* (p. 122).

A largo plazo el Modelo de Economía en Nicaragua, al igual que el resto de las estrategias, tiene como objetivo superar la pobreza, reducir la desigualdad y mejorar la calidad de vida de los y las nicaragüenses. Por este motivo el objetivo de este artículo se centra en analizar la incidencia de la transformación digital de emprendimientos en el desarrollo socioeconómico de protagonistas del barrio Jorge Dimitrov.

Es importante señalar que este artículo se basa en los resultados de la tesis de maestría *“Transformación digital de emprendimientos y su aporte al desarrollo socioeconómico de los protagonistas del barrio Jorge Dimitrov de Managua”* realizada entre 2023 y 2024.

Material y método

El presente estudio se sustenta en el *enfoque mixto de investigación*, que implica el uso de técnicas de la investigación cualitativa y cuantitativa para la recopilación de los datos. De acuerdo con Chen (2006) citado por Sampieri et al. (2014), este enfoque permite “la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno, y señala que éstos pueden ser conjuntados de tal manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus

estructuras y procedimientos originales.” (p. 534). Existen datos cualitativos que no pueden ser analizados únicamente con técnicas cuantitativas y viceversa, su uso simultáneo permite analizar un problema con mayor profundidad.

Si bien se utilizó el enfoque mixto, el paradigma de investigación seleccionado fue *el interpretativo* porque permite analizar la realidad a partir de las interpretaciones y significados que los sujetos le dan a su entorno. “Este enfoque contrasta con el positivismo, ya que, en lugar de buscar leyes universales a través de la objetividad, el paradigma interpretativo busca entender cómo las personas construyen la realidad social a través de sus interacciones, lenguaje y cultura.” (Sucari, et al., 2024, p.33).

Por otro lado, este estudio es de *tipo correlacional* y de corte *transversal* porque analiza la incidencia de una variable sobre la otra en un determinado periodo de tiempo. Al respecto Sampieri (2014) explica que “para evaluar el grado de asociación entre dos o más variables, en los estudios correlacionales primero se mide cada una de éstas, y después se cuantifican, analizan y establecen las vinculaciones. Tales correlaciones se sustentan en hipótesis sometidas a prueba.” (p.93).

Las variables contrastadas en esta investigación son la *transformación digital* y el *desarrollo socioeconómico*, es decir, se intenta explicar la influencia de la adopción de herramientas digitales en los emprendimientos en la mejora de la calidad de vida de los protagonistas del barrio Jorge Dimitrov entre 2023 y 2024, partiendo de la premisa de que las tecnologías bien utilizadas pueden hacer más productivo un negocio y por ende mejorar los ingresos de su propietario.

Conforme al enfoque declarado se aplicaron técnicas como *la revisión documental*, de utilidad para el análisis teórico y conceptual de las variables de la investigación; *la observación*, que permitió analizar el uso de la tecnología en algunos emprendimientos; *la entrevista*, dirigida a emprendedores e informantes clave con el fin de conocer la forma en la que los protagonistas se relacionan con la tecnología y los beneficios que obtienen con esta y; *la encuesta*, que permitió, en primer lugar, identificar las herramientas digitales que usan los protagonistas y en segundo lugar, la forma en que la transformación digital ha contribuido al desarrollo de estos tanto en lo social como en lo económico.

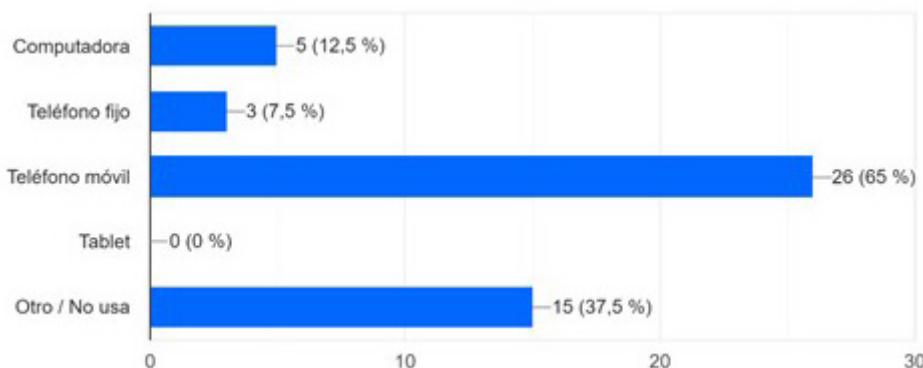
Por otro lado, la muestra, entendida como una porción específica de la población estudiada, se realizó de forma *no probabilística y por conveniencia*. De acuerdo con Padró-Solanet (2020) “las muestras de conveniencia son las que se fían de los sujetos que están disponibles en un lugar o un espacio determinado para formar parte de la muestra.” (p. 46).

En este sentido, la muestra de estudio fue de 57 personas. De este total, 40 contestaron una encuesta, 9 participaron en un grupo focal y 8 fueron entrevistados (5 emprendedores y 3 informantes clave). Seleccionados a partir de criterios como su residencia en el barrio Jorge Dimitrov, emprendedores de una micro o pequeña empresa, participación en actividades enmarcadas en el Modelo de Economía Creativa, experiencia y conocimiento sobre el tema. Y, sobre todo, que tuvieran la disposición para colaborar con el proceso de investigación.

Resultados

Entre los dispositivos electrónicos que utilizan los protagonistas se encuentran la computadora en un 12,5%, el teléfono fijo 7,5%, el teléfono móvil 65%, la Tablet 0% y un 37,5% afirmó que no las utilizan.

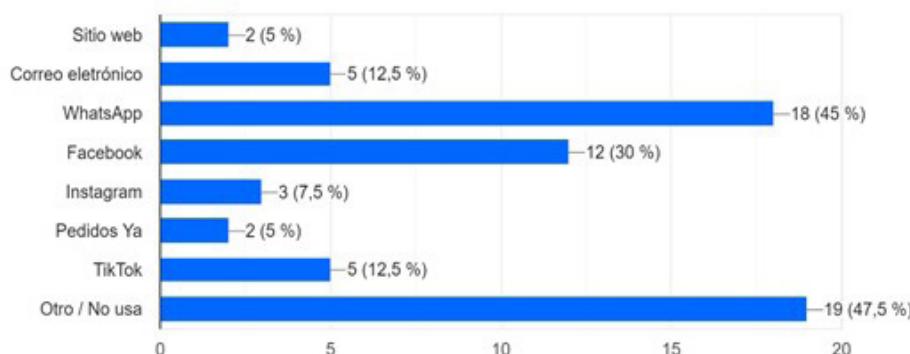
Figura 1. Dispositivos electrónicos que utilizan los protagonistas.



Fuente: Elaboración propia

En lo que respecta a las plataformas digitales, la más utilizada por los protagonistas es WhatsApp con un 45%, seguida de Facebook con un 30%, el correo electrónico con el 12,5%, TikTok con el 12%, entre otras.

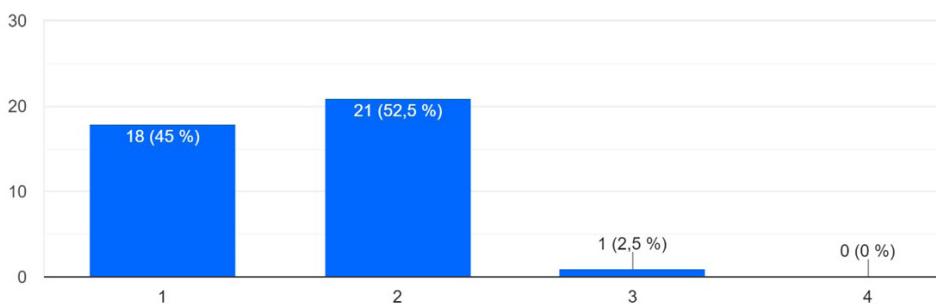
Figura 2. Plataformas digitales que utilizan los protagonistas.



Fuente: Elaboración propia

En lo que respecta a la percepción que tienen los protagonistas sobre la incidencia de los emprendimientos en su desarrollo socioeconómico el 52,5% dijo estar de acuerdo, un 45% dijo estar muy de acuerdo y el 2,5% dijo estar poco de acuerdo.

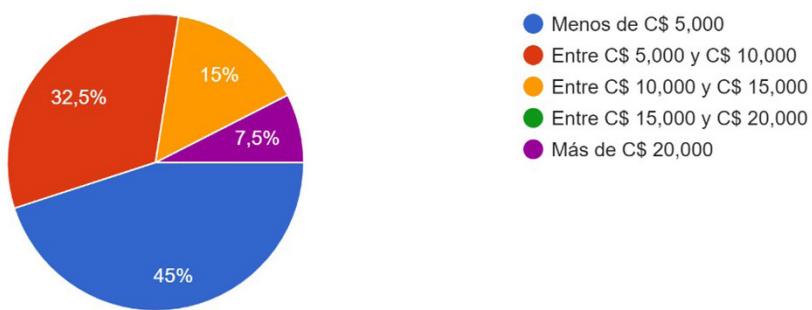
Figura 3. Percepción de los protagonistas sobre la incidencia de los emprendimientos en su desarrollo socioeconómico.



Fuente: Elaboración propia

Al adentrarse en variables meramente socioeconómicas se logró identificar que el 7,5% de los protagonistas percibe ingresos que sobrepasan los 20,000 córdobas mientras que el 45% de los protagonistas tiene ingresos inferiores a los 5,000 córdobas, seguido de un 32,5% cuyos ingresos oscilan entre los 5,000 y 10,000 córdobas.

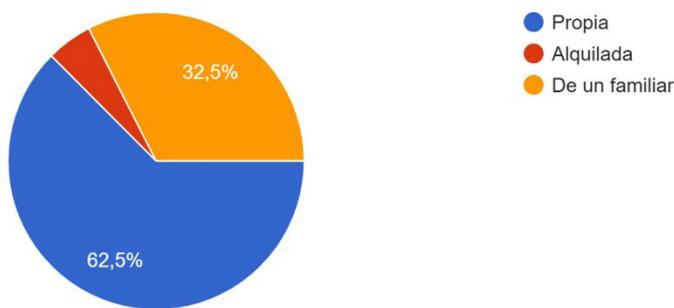
Figura 4. Ingresos de los protagonistas.



Fuente: Elaboración propia

En lo que refiere a los protagonistas del barrio Jorge Dimitrov estos en su mayoría cuentan con una vivienda propia (62,5%) mientras que un 32,5% afirma que vive en la casa de un familiar y menos del 10% paga un alquiler.

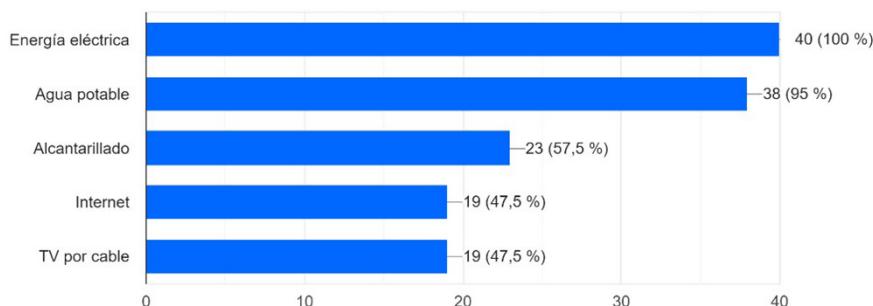
Figura 5. Acceso a la vivienda.



Fuente: Elaboración propia

En el caso de los protagonistas del barrio Jorge Dimitrov estos cuentan con la mayoría de los servicios básicos en sus casas. El 100% cuenta con el servicio de energía eléctrica, el 95% agua potable, 57,7% alcantarillado, el 47,5% internet y el 47,5% televisión por cable.

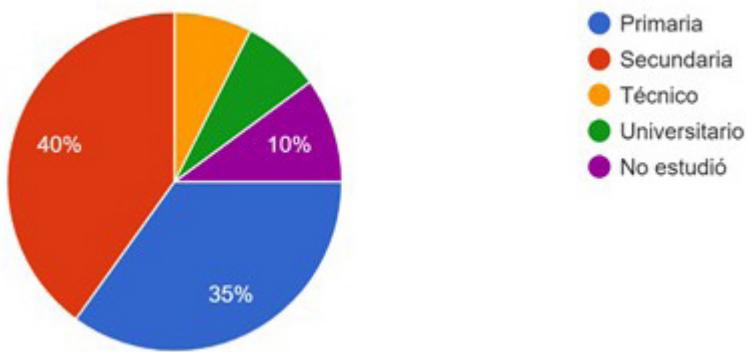
Figura 6. Acceso a servicios básicos



Fuente: Elaboración propia

En lo que refiere al nivel educativo el 40% de los protagonistas tienen estudios de secundaria, el 35% estudiaron únicamente a la primaria, el 7% tiene estudios superiores o universitarios y el 10% no estudió.

Figura 7. Nivel educativo de los protagonistas.



Fuente: Elaboración propia

Discusión de resultados

Transformación digital de emprendimientos en el barrio Jorge Dimitrov

La transformación digital implica la planificación y ejecución de un proceso que implica la migración de lo analógico a lo digital; el uso de herramientas digitales como el internet, la web, el correo electrónico, las redes sociales o sistemas de pagos electrónicos; digitalización en la elaboración y comercialización de bienes y servicios y, también, la formación y capacitación del talento humano.

Desde el punto de vista de Benedicto García (2021), coordinador de la Comisión de Transformación Digital CNU ahora CNR “La transformación digital vista de una perspectiva simple, se puede entender como el salto de todos los procesos análogos, que se realizan en nuestras instituciones, hacia la digitalización; apoyándonos del uso de aplicaciones, tecnologías e infraestructuras”.

Es importante aclarar que la transformación digital no se limita a la integración de herramientas digitales. Si no también a un cambio en la cultura organizacional. Debe existir planes y estrategias enfocadas a hacer de la tecnología algo transversal dentro de los procesos, el compromiso del personal para hacer un uso efectivo y eficiente de las mismas.

En Nicaragua las grandes empresas tienen la capacidad de insertarse en este proceso de una forma más rápida y competitiva. Por su naturaleza cuentan con el presupuesto necesario para emplear tecnologías que les permitan estar a la vanguardia de las necesidades y demandas del mundo actual.

En cambio, la micro y pequeña empresa, sector en que se ubican los protagonistas estudiados en esta investigación, tienen un reto más grande en cuanto a tecnología refiere, no solo por los costos que implica, sino también por la ausencia de habilidades y estrategias para una integración más efectiva.

De acuerdo con Arbache (2020) “avanzar en la transformación digital entre las pymes requiere atención a agendas habilitadoras, como cobertura de internet, velocidad de conexión y logística, y otras agendas, como inclusión digital de la población, digitalización de cadenas de valor y transformación digital integral de operaciones, por mucho además de los canales de marketing y ventas.”

El acceso a internet es indispensable para lograr que los pequeños negocios puedan dar los primeros pasos en la transformación digital. En Nicaragua 4,47 millones de personas utilizan internet en 2025, lo que indica que la tasa de penetración del internet se sitúa en 64,1% del total de la población (Data Reportal, 2025).

La Comisión Nacional de Economía Creativa por medio de las instituciones que la integran, ha aunado esfuerzos para incentivar la transformación digital de los pequeños emprendimientos por medios de procesos de capacitación y financiamiento. Entre las iniciativas está el Plan Especial para la Efectiva Transformación Digital de los Negocios que tiene como objetivo fomentar el uso de herramientas digitales por parte de emprendimientos y MIPYMES para el desarrollo de sus modelos de negocios; vinculando a estos pequeños negocios con empresas que ofrecen servicios financieros no bancarios. (Nicaragua Creativa, 2021).

La mayoría de los protagonistas del barrio Jorge Dimitrov tienen acceso a internet, ya sea wifi o datos móviles. No obstante, su uso no precisamente tiene como objetivo la gestión de sus emprendimientos, sino que este tiene fines personales como el entretenimiento y la comunicación con familiares y amistades.

Por otro lado, el 37,5% no tienen acceso a internet porque no saben cómo usarlo, debido a la edad, o simplemente porque no lo consideran importante:

“Va con la limitante de la edad, según la resistencia que tenga a la tecnología la persona, (...) si les preguntas por el celular (a los protagonistas) todos andan internet, el acceso ellos lo tienen, la tecnología la tienen a mano (...) en cambio un emprendedor joven si está en las redes sociales, tienen Facebook, Instagram, Tiktok, etc” (A. Sarmiento, comunicación personal, 05 de mayo de 2024).

En este punto es importante resaltar que las edades de los protagonistas entrevistados oscilan entre los 30 y 40 años, es una edad mediana. Los jóvenes son muy pocos, lo que explica el escaso uso del Internet con fines comerciales.

En cuanto a dispositivos tecnológicos el más usado es el teléfono móvil (65%), especialmente por su uso extendido en la sociedad y su menor costo en comparación a otros dispositivos. La computadora es usada por un menor porcentaje (12,5%) y el teléfono fijo por el 7,5%.

No obstante, un buen porcentaje (el 37,5%) consideran que sus negocios no necesitan este tipo de herramientas porque ya tienen una cartera de clientes que les permite mantener a flote sus negocios. “La realidad gracias a Dios tengo clientela y ya manejan, cuando hay cumpleaños llegan corriendo a buscar los perfumes, a ver, a tallar, ya tengo gracias a Dios bastante gente” (A. Sarmiento, comunicación personal 16 de abril de 2024).

Son pequeños negocios donde los propietarios tienen una relación directa con los clientes. Se crea un vínculo donde los compradores siguen llegando, ya sea por el precio, la calidad del producto o por un tema de afinidad. En este sentido, el emprendedor no ve tan necesario hacer publicidad porque considera que no necesita aumentar las ventas.

Este razonamiento en primera instancia puede parecer lógico, sin embargo, los emprendedores pueden estar perdiendo la capacidad de escalar sus negocios. El producto puede tener el potencial para ser comprado por más personas lo que implicaría mayores ingresos haciendo crecer el negocio, lo que traería consigo más locales, mayores ganancias y un cambio significativo en calidad de vida del emprendedor.

En lo que respecta a las plataformas digitales, la más utilizada es el WhatsApp (45% de los encuestados) porque en esta tienen la oportunidad de promocionar y vender sus productos de forma práctica y rápida, especialmente aquellos negocios relacionados con alimentos, ropa usada, cosméticos, perfumería y publicidad, etc.

Otro punto para considerar es que WhatsApp en la actualidad prácticamente ha reemplazado la función por defecto de la telefonía celular. Jóvenes y adultos la utilizan para enviar mensajes de textos, archivos multimedia y hacer llamadas y videollamadas. En la escuela, el trabajo y la socialización esta es la herramienta que ha predominado.

Luego está Facebook que es usado por el 30% de los protagonistas. Es importante aclarar que ellos en esta plataforma no tienen una página con el nombre de su emprendimiento, sino que desde sus cuentas personales hacen uso de Marketplace para vender sus productos. Son escasos los casos de emprendedores que tiene un perfil optimizado en redes sociales. Incluso hay emprendedores que ni siquiera le han puesto a sus negocios, no porque sean ambulantes sino porque no tienen la visión de que pueden escalarse.

Siguiendo con los datos presentados en el gráfico n.3, estos sugieren que son muy pocos los emprendedores que tienen un sitio web o un correo electrónico. En general se comunican de forma directa con sus clientes, no necesitan una web. Sin embargo, los que si usan estas tecnologías son propietarios de negocios más grandes, con otro volumen de ventas y empleados.

Se analizaron otras variables en las que se podría emplear herramientas digitales como en las ventas, los medios de pago o la contabilidad. La mayoría hacen sus ventas directamente a los clientes, en pocos casos se hacían a domicilio o por medio de la plataforma Pedidos Ya; el pago es por medio de efectivo y la contabilidad la hacen de forma tradicional con un cuaderno.

Con estos datos se puede afirmar que la transformación digital de emprendimientos en el barrio Jorge Dimitrov es todavía muy baja, al menos en la muestra seleccionada para este estudio. Si bien la mayoría de los protagonistas cuentan con herramientas digitales y acceso a internet los negocios no ocupan el primer lugar en su uso.

Incidencia de la transformación digital de los emprendimientos en el desarrollo socioeconómico de los protagonistas

Primeramente, es importante explicar que el desarrollo socioeconómico es un proceso que busca satisfacer tanto las necesidades sociales como económicas de la sociedad. Meadows y Randers (citados por Marquez et al., 2020) explican que tiene que ver con «la capacidad de satisfacción de las verdaderas necesidades de la población, tales como sanidad, educación, vivienda, cultura, etc.» (p. 236).

No se limita a los ingresos individuales o al crecimiento a nivel macro de la economía, sino a la capacidad de toda la población para acceder a servicios básicos como el alimento, la vivienda, la educación y salud. Se concibe como algo integral, no puede estar ausente ninguna variable porque una persona puede tener una vivienda digna, pero puede vivir en un barrio con carreteras en mal estado, inseguro o sin acceso a servicios de agua potable o electricidad.

Zuluaga (s.f) indica que el desarrollo social es un proceso «donde las personas de una sociedad tienen la posibilidad de acceder a unas mejores condiciones de vida, acordes con la realidad» también explica que «hablar de desarrollo social es también hablar de desarrollo humano, pues este busca el desarrollo de las personas, por las personas y para las personas» (p.91).

De acuerdo con lo anterior, el desarrollo socioeconómico requiere de un modelo donde el dinero y el lucro no estén por encima de las personas, sino que sirvan al bienestar general por medio del desarrollo de habilidades y oportunidades que permitan a las personas superar la pobreza y tener una mejora calidad de vida.

Para profundizar en el análisis de la incidencia de la transformación digital de emprendimientos en desarrollo socioeconómico de los protagonistas se abordaron diferentes variables como la percepción que se tiene sobre la mejora de la calidad de vida, los beneficios adquiridos con los emprendimientos, los ingresos, la canasta básica, la vivienda, el nivel educativo y la salud.

Conforme a las variables incluidas en la encuesta, el 52,5% de los protagonistas percibe que los emprendimientos han influido de forma positiva en la mejora de sus condiciones de vida. De acuerdo por lo expresado por los entrevistados, emprender les ha permitido generar ingresos con los que pueden satisfacer sus necesidades básicas y acceder a bienes materiales.

La exjefa de Investigación e Innovación de la UNAN-Managua, Violeta Gago (2024) indica que entre los beneficios de las herramientas digitales para los emprendedores está la disminución de costos de inventario porque se vende según lo que piden los clientes, una mejor alineación a los entornos del mercado, ambientes más competitivos acorde a las exigencias de los clientes, porque ahora los clientes son digitales, igualmente los catálogos, los pedidos, los pagos y los procesos se hacen de forma digital.

Sobre los beneficios específicos de emprender el 57% de los protagonistas indican que con los ingresos que generan han podido comprar más herramientas de trabajo, algunos de ellos comienzan sus negocios con pocos recursos lo que no les permite contar con las mejorar herramientas hasta que no perciben las primeras ganancias. También, para muchos de ellos emprender es medio que tienen para llevar alimentos al hogar.

"Hemos mejorado porque aparte que nos da para sacar los gastos de la casa como es la comida, el pago de los servicios básicos que es el agua, la luz y todo eso; nosotros le hemos dado la educación a los chavalos, les hemos pagado el colegio a ellos (...) tal vez no hacemos mejoras a la casa, pero mejoramos por ejemplo en tener lo esencial como vestido, para calzarnos, de allí sacamos para los gastos". (A. Sarmiento, comunicación personal 22 de marzo de 2024).

En referencia a las categorías de “rentar un propio local” o la capacidad de “comprar un vehículo” son muy pocos los protagonistas que pueden permitirse estos bienes. La mayoría de ellos son personas de escasos recursos, sus ingresos oscilan entre los 5,000 y 10,000 córdobas conforme a los datos presentado en el gráfico 6.

Profundizando en los ingresos, el 45% de los protagonistas encuestados dijeron que percibía ingresos inferiores a los 5,000 córdobas. Esta situación refleja que los protagonistas a pesar de que se esfuerzan por desarrollar sus emprendimientos, no siempre los resultados son los esperados.

No obstante, los resultados pueden estar determinados por variables como el tipo de producto que ofrecen, la demanda del mercado, la administración y gestión, así como la promoción y las condiciones materiales en las que se emprende, no es lo mismo tener una fritanga con un local propio a ser un vendedor ambulante. Quién cuenta con más recursos puede tener mejores ingresos.

Es importante señalar que existe la posibilidad que al momento de llenar la encuesta los protagonistas hayan variado un poco sus respuestas para no dar una cifra exacta ante la posibilidad de obtener un beneficio futuro, sin embargo, dada las características de los negocios, estos datos no pueden ser muy diferentes.

Los ingresos sin duda alguna tienen mucha influencia sobre las oportunidades y los bienes a los que pueden acceder los protagonistas. Por ejemplo, la canasta básica, algo indispensable para la vida familiar, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INIDE, 2024) en mayo de 2024 se valoraba en 20,650.15 córdobas, por lo que es muy difícil que una familia con unos ingresos de 10,000 córdobas pueda acceder a ella de forma completa.

Según los datos proporcionados por los protagonistas su inversión en la canasta básica está por debajo de los 10,000 córdobas. De forma más específica un 37% de ellos indicó que invertía menos de 5,000 córdobas, el 35% de ellos 8,000 córdobas y apenas un 10% más de 8,000 córdobas.

Un bajo acceso a la canasta básica puede traer consigo otros problemas sociales. Como la desnutrición, bajo rendimiento escolar y laboral y en general un estilo de vida poco saludable. No obstante, en Nicaragua se han implementado políticas públicas para superar este tipo de dificultades en la sociedad, destacando de esta forma programas como Hambre Cero, Viviendas para el pueblo, la merienda escolar, entre otros.

La vivienda es uno de los recursos indispensables para la subsistencia del ser humano. Le proporciona a la familia un espacio seguro donde puede vivir y proteger a cada uno de sus miembros. El 62,5% de los protagonistas cuentan con una vivienda propia, el resto vive en casa de un familiar o alquilan. Estos últimos pueden ver afectados sus ingresos porque los alquileres se encarecen con el tiempo.

En Nicaragua el acceso a la vivienda ha incrementado en los últimos años, de acuerdo con el Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza y para el Desarrollo Humano (PNLCP-DH, 2022-2026), entre 2007 y 2020 el Gobierno de Nicaragua en conjunto con el sector privado ha facilitado la construcción y mejoramiento de 122,122 soluciones de viviendas.

Permitiendo que los sectores más empobrecidos accedan a una vivienda siempre y cuando los beneficiarios no la puedan costear por su propia cuenta. Lo que ha permitido que personas con bajos ingresos accedan crédito con cuotas muy bajas y en períodos de tiempo muy favorables.

Si bien el acceso a la vivienda no representa un problema serio para los protagonistas es importante saber cuál es la composición de las viviendas. No siempre tener una vivienda implica que esta tenga condiciones dignas para vivir. De acuerdo con el Alto Comisionado de los Derechos Humanos de la ONU para que una vivienda sea adecuada o digna debe cumplir con ciertos criterios como la seguridad de su tenencia, la disponibilidad de los servicios, asequibilidad, habitabilidad, accesibilidad, ubicación y adecuación cultural.

Se observó que la mayoría de las viviendas son de concreto, un material resistente ante los percances naturales. Aunque hay personas que también tienen casas mixtas (mitad concreto y mitad láminas) lo que las hace más accesibles y también casas hechas meramente de madera o láminas, estas últimas son las que menos prevalecen.

La disponibilidad y accesibilidad de los servicios básicos es una de las tareas primordiales del Estado. El PNLCP-DH 2022-2026 contempla entre sus lineamientos el suministro de energía eléctrica segura, sostenible y moderna e incrementar la disponibilidad del agua potable y saneamiento, especialmente en aquellos sectores donde el acceso a estos recursos ha sido limitado.

Sobre la variable de los servicios básicos se puede concluir que los protagonistas no tienen mayores dificultades. La mayoría cuenta con el servicio de energía eléctrica y agua potable, en lo que respecta al internet y la televisión por cable el número se reduce a la mitad, no son servicios de necesidad inmediata, pero tienen relación con la tecnología.

El gobierno de Nicaragua ha procurado mejorar la producción y cobertura del tendido eléctrico a nivel nacional logrando llegar con el suministro al 99% del territorio nacional. En lo que respecta al agua potable esta presenta aún algunos retos en la disponibilidad, pero su cubierta se ha ampliado y además se garantiza que el consumo humano es seguro.

En lo que respecta a la educación 40% de los protagonistas fueron a la secundaria, tienen un bachillerato y el 35% fueron a la primaria. Sin embargo, se observa que muy pocos de ellos fueron a la universidad. Este bajo acceso a niveles más superiores de la educación está relacionado con la situación de pobreza que han vivido y con las escasas oportunidades a las que tuvieron acceso, especialmente en el periodo neoliberal de 1990 a 2006 en el que la educación se consideraba una mercancía.

De acuerdo con Naciones Unidas (2020) el nivel educativo es una de las dimensiones que se toman en cuenta para medir el Índice de Desarrollo Humano, específicamente el acceso que se tiene al conocimiento el cual se mide por el promedio de años de escolarización recibida a lo largo de la vida por las personas de 25 años o más.

Entre las consecuencias de un bajo nivel educativo están las escasas oportunidades laborales y la reducción de la movilidad social lo que a largo plazo acrecienta la desigualdad y la pobreza. Los emprendimientos representan una alternativa para aquellos sectores de la sociedad que no han tenido la oportunidad de tener una profesión.

Seguidamente, la salud, entendida como un estado de equilibrio y bienestar a nivel físico, emocional, espiritual y social que puede gozar el ser humano. En general una buena salud “comprende la capacidad de realizar actividades cotidianas sin limitaciones físicas, la resistencia a las enfermedades y la capacidad de recuperación frente a los traumas físicos entre otros factores.” (Clínica Universidad de Navarra, 2023).

En Nicaragua se han observado avances significativos en materia de salud pública, tanto en el aspecto preventivo como en el tratamiento de enfermedades. Actualmente, cuenta con la red hospitalaria más grande de Centroamérica, gestionando 77 hospitales y un sinnúmero de puestos de salud, centros de salud y casas maternas para atender exclusivamente a mujeres embarazadas.

La mayoría de los protagonistas asisten a hospitales públicos a atenderse en casos de enfermedades. Apenas el 12% de ellos indicó que se atendía en centros privados, sin embargo, dada las características socioeconómicas de este reducido grupo se comprende que tienen la capacidad para pagar por servicios de salud.

Conclusiones

Conforme a los datos recopilados se puede concluir que la transformación digital de emprendimientos en el barrio Jorge Dimitrov presenta retos como los bajos ingresos, la falta de capacitación en el uso de la tecnología con fines comerciales, marketing digital y sistemas de pagos digitales, y también la poca conciencia entre los emprendedores sobre los beneficios que se podrían obtener al usar estas tecnologías.

De las pocas herramientas digitales que utilizan los protagonistas se destacan el teléfono celular y plataformas como Facebook y WhatsApp limitando su uso a la promoción de servicios o productos. Una gran parte de ellos no las considera necesarias porque emprenden negocios muy pequeños o porque ya tiene una cartera de clientes. También se observó cierta resistencia al cambio, ignorando los beneficios que la tecnología podría proporcionarles en términos productivos.

La transformación digital tiene un menor impacto en negocios pequeños, también conocidos por cuenta propia. Los protagonistas son sus administradores y su relación con el cliente es directa, sin intermediarios; situación que puede ser diferente para una empresa de mayor tamaño donde los trabajadores son más, al igual que las ventas y los ingresos.

De forma general, se concluye que la transformación digital no es un factor determinante en el desarrollo socioeconómico de los protagonistas del barrio Jorge Dimitrov porque la mayoría de ellos no usan herramientas digitales con fines comerciales, sino para comunicación personal y entretenimiento. Comprobando también por medio de variables como los ingresos, canasta básica, vivienda, educación y salud que la mayoría vive en situación de pobreza y que sus recursos les permiten únicamente satisfacer las necesidades básicas.

Es necesario fortalecer las debilidades presentes tanto en lo que respecta a la transformación digital como a la gestión de los emprendimientos para que los protagonistas puedan sacar un mejor provecho de sus negocios y que a largo plazo puedan mejorar sus condiciones sociales y económicas.

Listado de referencias

- Clínica Universidad de Navarra (2023). Salud. <https://www.cun.es/diccionario-medico/terminos/salud>
- El 19 Digital (2024). MEFCCA presenta Plan Nacional de Negocios Digitales 2024. <https://www.el19digital.com/articulos/ver/149148-mefcca-presenta-plan-nacional-de-negocios-digitales-2024>
- INIDE (2024). Canasta Básica. <https://www.inide.gob.ni/Home/canasta>
- Márquez, L. et al. (2020). Desarrollo y crecimiento económico: Análisis teórico desde un enfoque cuantitativo. *Revista de Ciencias Sociales*, 26 (1) 233-256.

- MIT Sloan (2017). ‘Digital Transformation’ Is a Misnomer.
- Nicaragua Creativa (2022). Comisión Nacional de Economía Creativa. Recuperado de <https://www.nicaraguacreativa.com/comision/>
- OECD (2017). Key issues for digital transformation in the G20 (Número January). <https://de.digital/DIGITAL/Redaktion/EN/Publikation/key-issues-for-digital-transformation-g20.html>
- ONU (2024) *El derecho humano a una vivienda adecuada*. <https://www.ohchr.org/es/special-procedures/sr-housing/human-right-adequate-housing#:~:text=En%20virtud%20del%20derecho%20internacional,servicios%20%20escuelas%20y%20empleo%20adecuados.>
- Padró-Solanet, A. (2020). El muestreo. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). <https://openaccess.uoc.edu/server/api/core/bitstreams/c3270301-454c-4126-bb9d-7c9bbf89dab4/content>
- PNLCP-DH (2021). *Plan Nacional de lucha contra la Pobreza y para el Desarrollo Humano 2022-2026*. Recuperado de [https://www.pndh.gob.ni/documentos/pnlc-dh/PNCL-DH_2022-2026\(19Jul21\).pdf](https://www.pndh.gob.ni/documentos/pnlc-dh/PNCL-DH_2022-2026(19Jul21).pdf)
- Sampieri, R. et al. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill Education.
- SAP (2023). ¿Qué es la Transformación Digital? <https://www.sap.com/latinamerica/insights/what-is-digital-transformation.html>
- Slotnisky, D. (2016). *Transformación digital: cómo las personas y las empresas deben adaptarse a esta revolución*. Digital House: Buenos Aires.
- Sucari et al. (2024). *Paradigmas y métodos de la investigación científica*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi.
- Telefónica (2022). Qué es la transformación digital y cuáles son sus ventajas. <https://www.telefonica.com/es/sala-comunicacion/blog/que-es-la-transformacion-digital-y-cuales-son-sus-ventajas/>
- UNAN-Managua (2021). *Negocios digitales de Nicaragua evalúan sus avances y perspectivas en el contexto actual*. <https://www.unan.edu.ni/index.php/notas-informativas/negocios-digitales-de-nicaragua-evaluan-sus-avances-y-perspectivas-en-el-contexto-actual.odp>
- Zuluaga, A. (s.f.) ¿Desarrollo Social? *Revista Ánfora* (89) Universidad Autónoma de Manizales, Colombia.
- Data Reportal (2025). *Digital 2025: Nicaragua*. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-nicaragua>
- Arbache, J. (2020). Pequeñas empresas y transformación digital. <https://www.caf.com/es/blog/pequenas-empresas-y-transformacion-digital/>