



Programa de
Fortalecimiento a la
Producción Creativa

CO-CREAMOS

**INFORME DEL TALLER DE DISEÑO DE PRODUCTOS
CULTURALES DE LOS PUEBLOS DE NICARAGUA,
“PRODUCTOS ESTRELLAS” – COCREAMOS**

Junio 2023

¡A la libertad por la Universidad!

Contenido

I. INTRODUCCIÓN	3
II. OBJETIVOS	4
III. PARTICIPANTES.....	5
IV. METODOLOGÍA.....	11
V. DESARROLLO DEL TALLER:.....	20
BLUEFIELDS.....	25
GRANADA	29
ESTELÍ	34
JUIGALPA	38
LEÓN.....	42
MANAGUA.....	46
MASAYA.....	54
MATAGALPA.....	58
NAGAROTE	65
SAN JUAN DE ORIENTE	69
VI. RESULTADOS.....	72
VII. ANEXOS.....	75



I. INTRODUCCIÓN

En Nicaragua, se reconoce la importancia de impulsar el desarrollo económico local y fomentar la creatividad e innovación como motores clave para el progreso de nuestras sociedades. Con este objetivo en mente, se organizó en las ciudades creativas del país el "Taller de Diseño de Productos Culturales de los Pueblos de Nicaragua: Productos Estrella", en el marco del Programa de Fortalecimiento a la Producción Creativa de Nicaragua (CO-CREAMOS).

Esta iniciativa se llevó a cabo en las diez ciudades creativas de nuestro país: Bluefields, Estelí, Granada, Juigalpa, León, Managua, Masaya, Matagalpa, Nagarote y San Juan de Oriente. El proceso se extendió desde el 27 de abril hasta el 13 de junio de 2023, desarrollándose en diversas locaciones asociadas a las instituciones que coordinan el Programa COCREAMOS, que incluye a la UNAN-Managua, MEFCCA y la Secretaría de Economía Creativa y Naranja de la Presidencia de la República.

La metodología empleada en el taller se basó en el enfoque sistemático y sistémico que implementa el Centro de Innovación y Diseño, CID UNAN-Managua, para el desarrollo de productos. Esta metodología se cimentó en la participación activa de expertos en innovación y diseño, en la colaboración y el intercambio de experiencias entre los actores culturales y creativos, así como en el uso de técnicas y procesos creativos para la generación de bocetos y prototipos digitales visualmente llamativos.

El propósito de los encuentros fue el fomentar la creatividad e innovación en el diseño de productos identitarios en las diez ciudades creativas, mediante la creación de productos culturales emblemáticos que resaltan las expresiones culturales y creativas de cada ciudad. Para ello, se generaron diseños conceptuales y prototipos de productos únicos y estratégicos, que promueven la imagen, calidad y competitividad de los productos locales. Además, se destaca que estos esfuerzos tendrán un impacto significativo en el fortalecimiento del turismo cultural en las ciudades creativas, lo que a su vez proporciona oportunidades valiosas de crecimiento para los artesanos y emprendedores locales.



El taller fue concebido como un espacio de encuentro y colaboración, reuniendo a artesanos, académicos y representantes de instituciones gubernamentales, en donde participaron un total de 158 personas, de las cuales 79 eran hombres y 79 mujeres, lo que resalta la equidad de género y concuerda con los principios establecidos en la Ley 648 de Nicaragua, que busca promover la igualdad de oportunidades y representación para ambos géneros en el país.

Así, mismo este importante esfuerzo se encuentra en línea con las prioridades establecidas por el Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional en el Plan Nacional de Lucha contra la pobreza y para el desarrollo humano 2022-2026, que busca fortalecer los emprendimientos familiares y, por ende, el desarrollo local.

El presente documento expone una breve introducción, así como los objetivos y los participantes del taller. Además, proporciona detalles sobre la metodología utilizada y el proceso de desarrollo del taller, resaltando aspectos específicos generados en cada ciudad creativa. También, se presentan los resultados obtenidos y se incluyen anexos que contienen las evidencias recopiladas durante todo el proceso de ejecución.

II. OBJETIVOS

- Proyectar las expresiones culturales y creativas de las ciudades creativas de Nicaragua, mediante la elaboración de productos identitarios, que conlleven a elevar la calidad y competitividad de los productos locales.
- Generar diseños conceptuales y prototipos de productos identitario, que reflejen y realcen la esencia única y singular de las ciudades creativas de Nicaragua.
- Promover la colaboración y el intercambio de ideas y experiencias entre los actores culturales y creativos en cada ciudad.



III. PARTICIPANTES

A continuación, se presentan los participantes del taller de Diseño de Productos Culturales de los Pueblos de Nicaragua, “Productos Estrellas”, dirigido a artesanos y productores seleccionados de las ciudades creativas de Nicaragua.

CIUDADES CREATIVAS	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
• Bluefields	3	5	8
• Granada	12	10	22
• Estelí	7	11	18
• Juigalpa	7	8	15
• León	6	6	12
• Managua	6	7	13
• Masaya	6	8	14
• Nagarote	11	6	17
• Matagalpa	16	9	25
• San Juan de Oriente	5	9	14
TOTAL	79	79	158

Tabla 1 Participantes por ciudades creativas

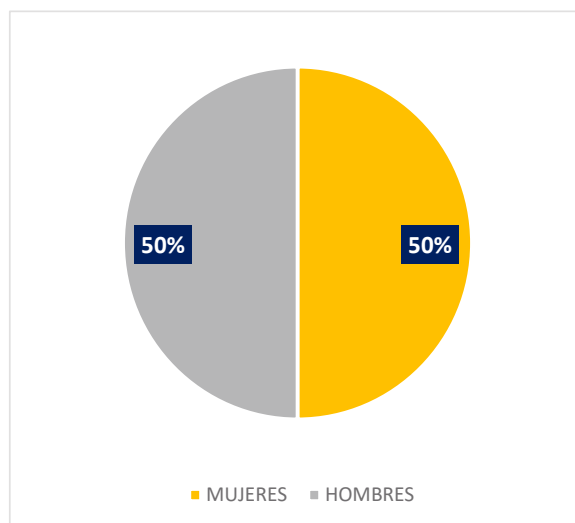


Ilustración 1 Participación por género en los talleres



En el proceso de los talleres de capacitación, se contó con la participación de un total de 158 personas, pertenecientes a 10 ciudades creativas. Los participantes fueron artesanos y productores seleccionados, así como delegados institucionales del Gobierno y representantes del Consejo Nacional de Universidades (CNU). Se destaca la paridad de género en los participantes, donde el 50% está representado por el género femenino, equivalente a 79 mujeres; y el otro 50% lo constituye el género masculino, con una participación de 79 hombres.

La ciudad creativa con una mayor representatividad de mujeres es Matagalpa, contando con 16 participantes, le siguen Granada con 12 y Nagarote con 11. La equitativa presencia de mujeres y hombres en los talleres refleja un firme compromiso de promover la igualdad de oportunidades, así como la participación activa de ambos géneros en el desarrollo de los productos estrella en cada ciudad creativa.

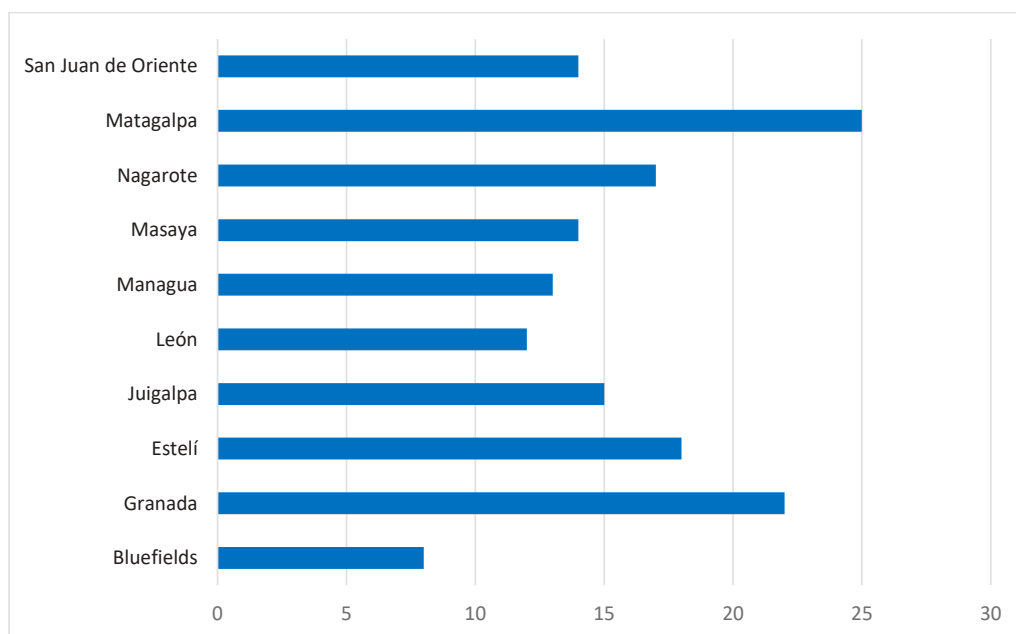


Ilustración 2 Representatividad por ciudad creativa

La ciudad creativa que tuvo mayor representatividad fue la ciudad Matagalpa con 25 participantes, le sigue la ciudad de Granada con 22 y la ciudad de Estelí con 18 participantes.



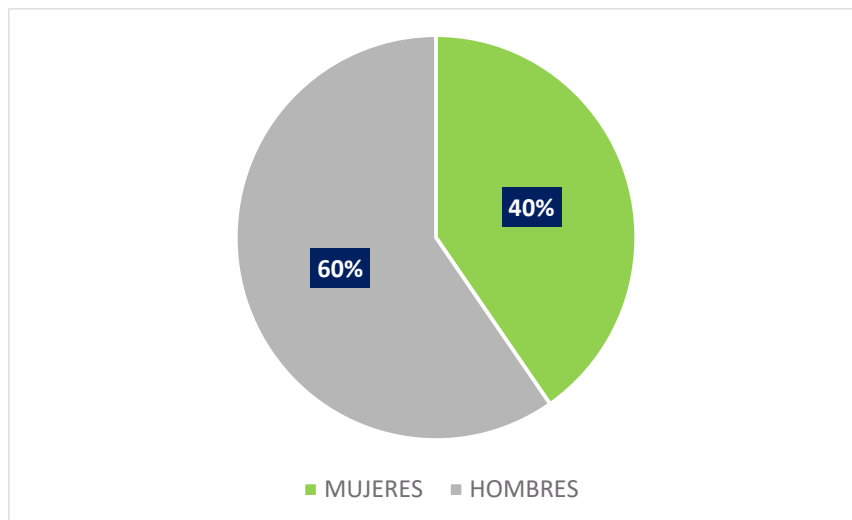


Ilustración 3 Participación de protagonistas por género en los talleres

El total de protagonistas que participaron en los talleres fue de 57, de los cuales el 60% representan el género masculino, con un total de 34 participantes; y el 40% restante lo conforma el género femenino, equivalente a 23 participantes.

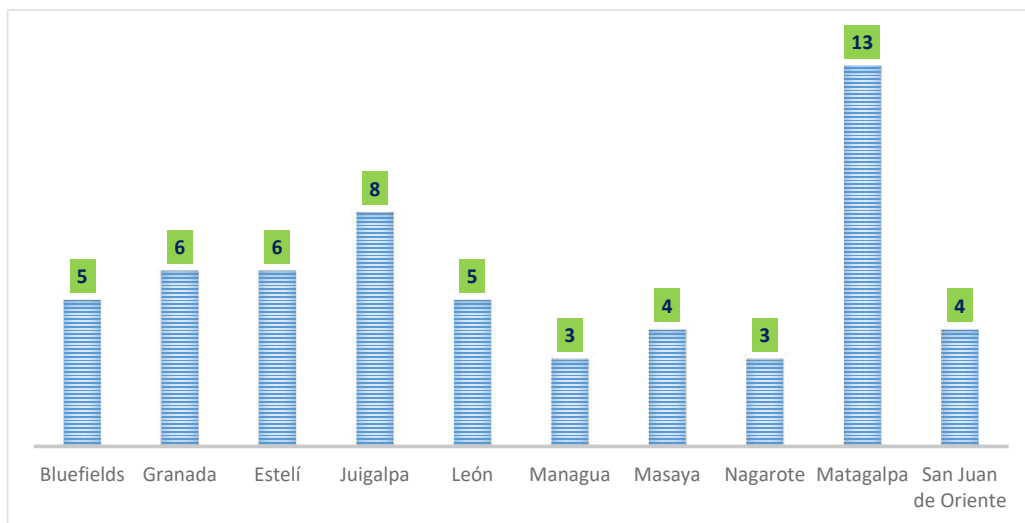


Ilustración 4 Representatividad de protagonistas por ciudad creativa

Matagalpa fue la ciudad creativa con mayor cantidad de protagonistas participantes con 13, resaltando que 11 fueron mujeres y 2 eran hombres. La ciudad de Juigalpa contó con una participación de 8 protagonistas. Managua fue la ciudad creativa con menor participación, al contar con 3 protagonistas.



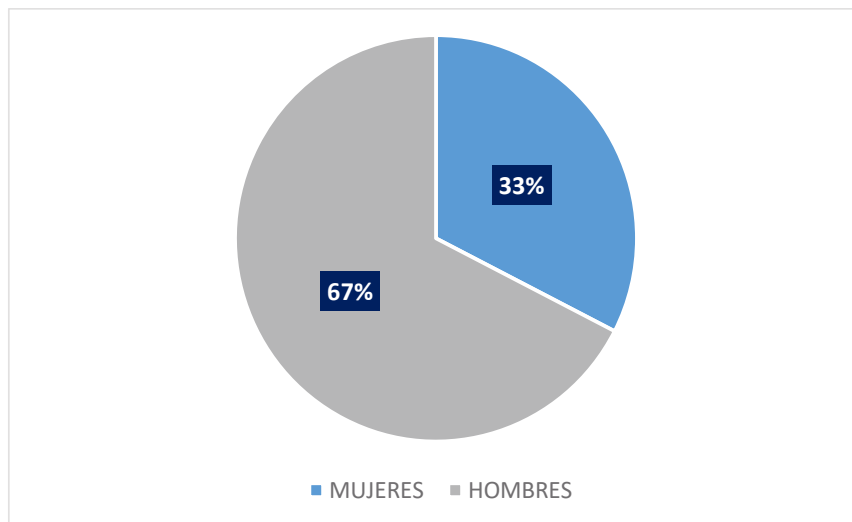


Ilustración 5 Participación de facilitadores por género en los talleres

El total de facilitadores o mentores de innovación que participaron en los talleres fue de 43, de los cuales el 67% representan el género masculino, con un total de a 29 participantes; y el 36% restante lo conforma el género femenino, equivalente a 14 participantes.

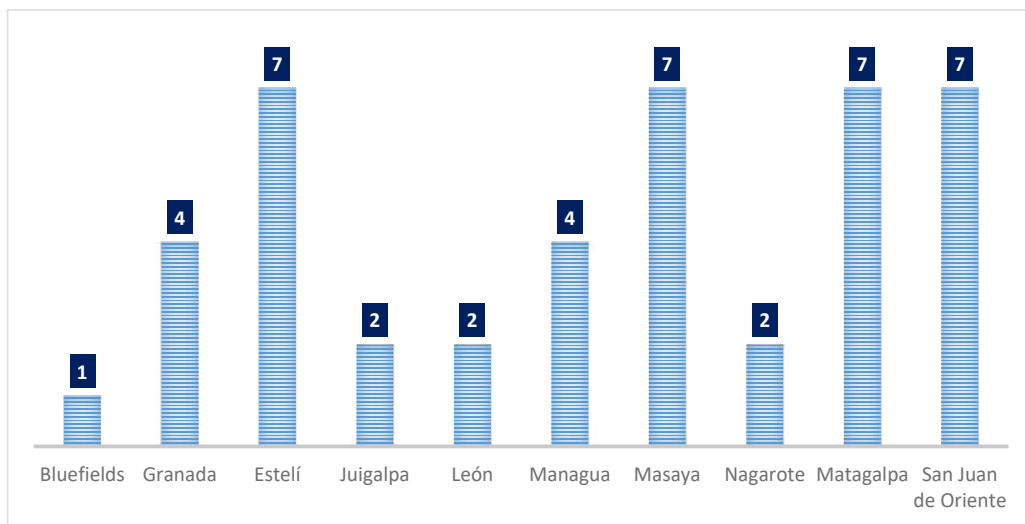


Ilustración 6 Representatividad de facilitadores o mentores de innovación por ciudad creativa

Las ciudades creativas de Estelí, Masaya, Matagalpa y San Juan de Oriente contaron cada una con 7 facilitadores o mentores de innovación durante el desarrollo de los talleres, lo que representa la cifra más alta en cantidad de facilitadores para cada ciudad. Bluefields fue la ciudad creativa con menor participación, al contar con 1 solo facilitador.



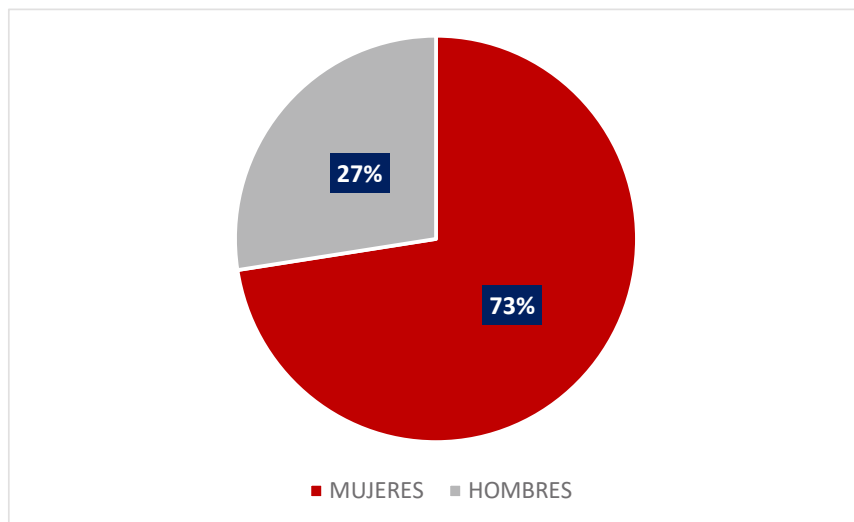


Ilustración 7 Participación de delegados institucionales por género en los talleres

El total de delegados institucionales por parte del Gobierno que participaron en los talleres fue de 58, de los cuales el 73% representan el género femenino, con un total de 42 participantes; y el 27% restante lo conforma el género masculino, equivalente a 16 participantes.

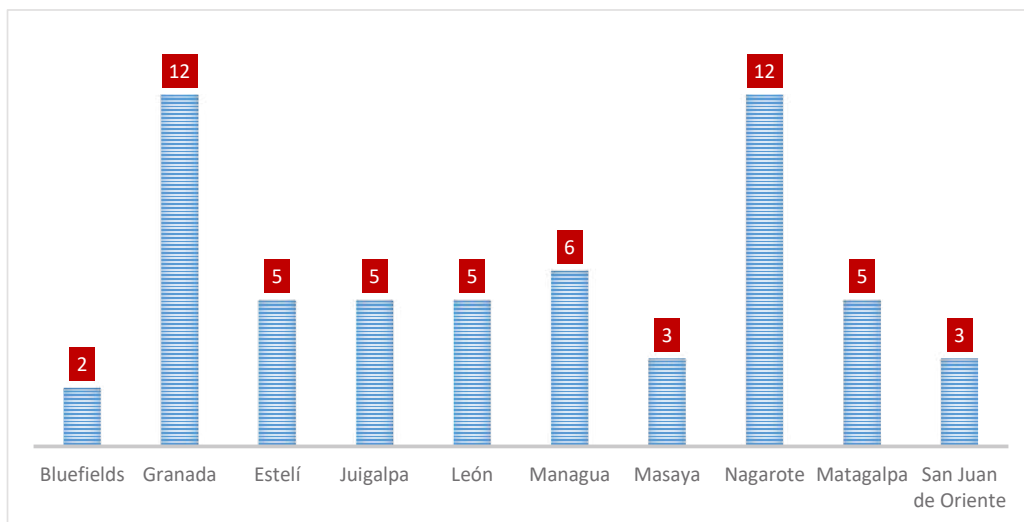


Ilustración 8 Representatividad de delegados institucionales por ciudad creativa

Las ciudades creativas de Granada y Nagarote contaron cada una con 12 delegados durante el desarrollo de los talleres, lo que representa la cifra más alta en cantidad de delegados para cada ciudad. Bluefields fue la ciudad creativa con menor participación, al contar con solo dos representantes institucionales.



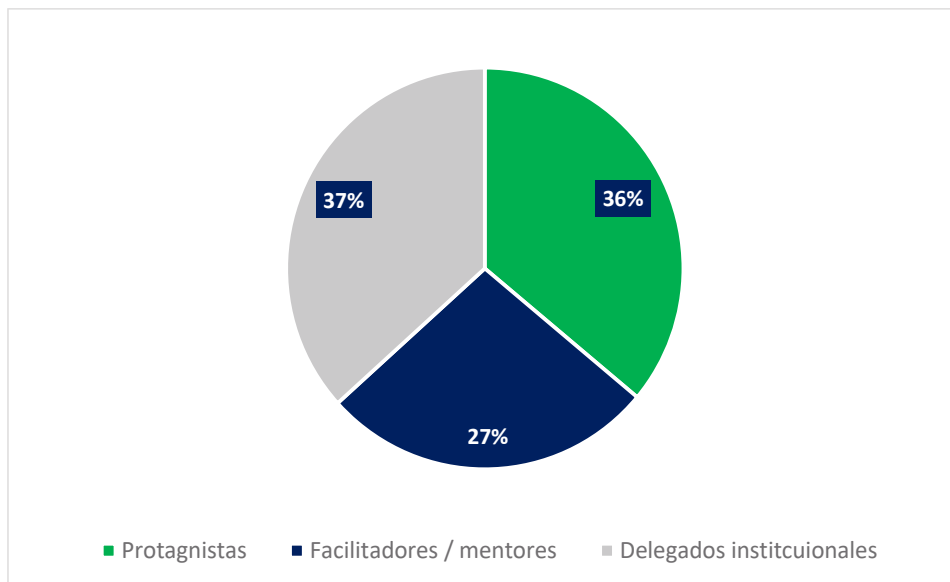


Ilustración 9 Participación según el origen de los participantes¹

Durante el desarrollo de los talleres, los protagonistas de las distintas ciudades creativas tuvieron un papel destacado y participaron activamente, representando el 37% del total de participantes. Los delegados institucionales del Gobierno tuvieron una presencia significativa con un 36%, mientras que los facilitadores desempeñaron un papel importante con el 27% restante.

Esta distribución de participación muestra la relevancia y el compromiso de los protagonistas locales en el proceso creativo de sus productos, la colaboración efectiva con las instituciones gubernamentales y el valioso aporte de los facilitadores del CNU en el éxito de los talleres, y desarrollo de cada uno de los productos estrella para las ciudades creativas del país.

¹ Ver anexo 2. Tabla de participación en los talleres de diseño de Productos Estrella por Ciudad Creativa de Nicaragua.



IV. METODOLOGÍA

El diseño y desarrollo de los productos estrellas se lleva cabo mediante un enfoque participativo e inclusivo, en el cual se involucran expertos en innovación y diseño, en colaboración con los actores culturales y creativos seleccionados en cada ciudad creativa. Durante el encuentro se utilizan técnicas y procesos creativos para crear bocetos y prototipos digitales únicos que reflejan la identidad cultural de cada ciudad. Este proceso se fundamenta en el enfoque sistemático y sistémico utilizado por el Centro de Innovación y Diseño (CID) de la UNAN-Managua, en el cual se desarrollan una serie de fases consecutivas y que se interrelacionan entre sí para el diseño y construcción de productos.

En el proceso creativo de los productos estrella, se promueve el ambiente de trabajo colaborativo, dialógico e interactivo, con el propósito de fomentar la inclusión, integración y representatividad de todos los participantes en la generación de ideas. Se utilizan técnicas como el brainstorming, la colaboración intersectorial y la incorporación de la retroalimentación (feedback), así como la inclusión de comentarios de los participantes durante todo el proceso de diseño. Esta dinámica de trabajo facilita la exploración de distintas perspectivas y enfoques, lo que enriquece el resultado final y potencia la creatividad e innovación en cada etapa del desarrollo del producto.

La metodología propuesta busca comprender y considerar todos los elementos y aspectos de diseño posibles en la construcción de los productos estrella, con el fin de obtener un resultado integral y coherente que refleje fielmente la identidad cultural de cada ciudad creativa. Al abordarse de manera exhaustiva todos estos elementos, se asegura que el producto final sea una representación auténtica y genuina de la riqueza cultural y creativa de cada ciudad.

En todas las etapas del proceso, se fomenta la creatividad e innovación como elementos clave para favorecer las ideas originales y fuera de lo común, lo que constituye la base esencial para la creación de los productos estrella, partiendo de las propuestas presentadas por las ciudades creativas. Cada producto se desarrolla de manera novedosa y única, resaltando así su autenticidad y singularidad.

En cada ciudad se conforman mesas de trabajo creativas y dinámicas, realizando el siguiente proceso creativo, dividido en varios momentos:



- **Momento 1: Evaluación de la necesidad o problema**

La evaluación del problema constituye el primer momento, y es fundamental para identificar las necesidades o desafíos que se pretenden abordar. A partir de esta evaluación, se inicia el proceso de conceptualización del producto.

A través de mesas de trabajo creativas, se realiza un análisis de las necesidades culturales e identitarias en cada ciudad. Este análisis permite identificar algunos desafíos y oportunidades de mejora en las que se puede innovar, lo que a su vez facilita enfocar el diseño del producto y asegurar que sea efectivo para representar la idiosincrasia de cada localidad, tomando en cuenta los rubros priorizados para la creación del producto estrella.

Mediante un proceso conversatorio, cada mesa de trabajo creativa se convierte en un grupo focal, integrado por los protagonistas, así como por delegados locales de economía creativa y especialistas multidisciplinarios de las universidades, para obtener diferentes perspectivas y enriquecer el análisis.

Cada mesa de trabajo creativa selecciona un relator. Al final del conversatorio el relator comparte los posibles desafíos a solucionar. Durante el proceso se hacen reflexiones sobre ¿cuál es el valor identitario y artístico del producto estrella? ¿tiene un valor funcional? ¿qué novedad o diferenciación ofrecerá al mercado? ¿quién es el posible comprador potencial? ¿Cómo pueden integrarse los rubros seleccionados?



- **Momento 2: Especificaciones de diseño**

Para este momento se definen las especificaciones de diseño, puntualizando los requerimientos y características que debe cumplir el producto estrella, tomando en cuenta las necesidades culturales e identitarias de cada ciudad creativa, así como la competitividad del producto en el mercado. Durante este paso, se establecen a nivel descriptivo las características y funcionalidades que tendrá el producto, incorporando aspectos como la experiencia de usuario (UX), tipos de materiales y calidad de los mismos.

Los participantes toman de referencia las tendencias (colores, forma, tipo de materiales, entre otros), así como la posible integración entre rubros y necesidades del mercado, para ofrecer un producto atractivo, representativo y competitivo.

Se valora de forma ágil el costo de producción del producto, para asegurar que sea rentable y viable económicamente. Para ello, se toma en consideración que los materiales se encuentren en el mercado local. También, se discute acerca de la viabilidad técnica del producto, valorando su posibilidad de fabricación y cumplimiento con estándares de calidad y seguridad requeridos.

Durante el análisis se realizan cuestionamientos tales como ¿Se encuentran fácilmente los materiales para la elaboración del producto estrella? ¿Pueden ser muy costosos? ¿Tengo las herramientas y tecnologías necesarias? ¿Existe suficiente talento humano para su fabricación? ¿Qué medidas tendrá el producto? ¿Los materiales conservarán la estructura y esencia del producto? ¿Es necesario que el producto cuente con algún tipo de empaque? ¿Qué funcionalidad tendrá el producto?

Se otorga a cada mesa de trabajo creativa una lista de cotejo para la evaluación del producto, considerando criterios que permitan analizar y filtrar posibles propuestas de diseño.



- **Momento 3: Generación de ideas de diseño para la solución**

La generación de ideas es una etapa fundamental en el proceso, donde se busca una amplia variedad de soluciones y enfoques creativos para el desarrollo del producto estrella estratégico.

En esta fase, se exploran diferentes posibilidades y puntos de vistas acerca del diseño del producto, desde los más tradicionales hasta los más innovadores y disruptivos. Para ello, se emplea la técnica de lluvia de ideas o brainstorming, generando una gran cantidad de ideas posibles y opciones de solución. Durante este proceso, se consideran aspectos clave como el mercado, la experiencia de usuario y las especificaciones de diseño establecidas en la etapa anterior, aunque sin limitarse a ellas. Los aportes se realizan de forma colaborativa e inclusiva, en el que todas las personas involucradas, principalmente los protagonistas aportan sus ideas y perspectivas.

También, se fomenta un ambiente de confianza y respeto, donde todos expresan libremente sus ideas sin temor a la crítica o el rechazo. Los artesanos o productores participantes, comparten sus conocimientos y experiencias desde su campo de trabajo.

En esta etapa se aplican técnicas creativas para generar varias posibilidades de solución con un diseño específico. Todas las mesas de trabajo creativas producen al menos 3 posibilidades, que posteriormente mediante discusión y filtro se selecciona una de ellas. Durante este proceso de elección, se consideran aspectos clave como la identidad cultural, la innovación o novedad del producto, su atractivo visual, funcionalidad, especificaciones de diseño, experiencia de usuario y su potencial comercial.

Posteriormente, utilizando la aplicación informática de WhatsApp, se genera una breve encuesta interna que incluye todas las propuestas definidas por cada grupo focal o mesa de trabajo creativa, donde se establece la mejor idea del producto estrella que representará a la ciudad creativa.



- **Momento 4: Diseño conceptual**

Se elaboran lienzos básicos que permiten visualizar de manera más concreta el diseño del producto, para ello, se realizan dibujos y bocetos. En esta etapa se detectan problemas técnicos o de diseño antes de avanzar en el proceso, lo que ahorra tiempo y recursos.

Durante este momento, se conforma una única mesa de trabajo creativa por ciudad para desarrollar el bocetaje del producto. A través de dibujos básicos, se explora y evalúa el diseño, así como la posible funcionalidad del mismo. Los miembros del equipo colaboran para plasmar las ideas y esbozos iniciales del producto, fomentando la sinergia y la creatividad colectiva. Este proceso permite explorar diversos enfoques y obtener bocetos más elaborados y precisos del producto estrella, lo que ayuda a visualizar el diseño de manera preliminar.

Los especialistas multidisciplinarios de las universidades apoyan en el diseño de los dibujos o bocetos, mientras que los delegados de MEFCCA, actúan como moderadores del proceso. Para el diseño conceptual del producto estrella, se utilizan papelógrafos y se desarrollan hasta tres alternativas conceptuales del mismo.

Al final cada ciudad creativa evalúa y valida el aspecto visual de la(s) propuesta(s) del producto estrella a nivel de diseño, tomando en cuenta los criterios mencionados anteriormente (identidad cultural, innovación o novedad en el producto, atractivo visual, funcionalidad, especificaciones de diseño, experiencia de usuario y potencial comercial).

Esta fase permite visualizar diferentes enfoques y opciones de diseño, lo que facilita la selección de la propuesta más adecuada para avanzar en el proceso creativo.



- **Momento 5: Diseño detallado**

El diseño detallado es una etapa crucial en el proceso de desarrollo del prototipo del producto estrella. En esta fase se establecen especificaciones y detalles visuales para la creación del prototipo, definiendo las características funcionales y técnicas que tendrá el producto, con mayor detalle. Para ello, se utilizan herramientas y técnicas de diseño avanzadas, como el CAD y softwares de diseño gráfico, que facilitan la creación de modelos virtuales del producto, permitiendo visualizarlo tanto en 2D como en 3D.

En este momento el equipo multidisciplinario de las universidades apoya en el modelado del producto, creando la maqueta digital del mismo a partir de las especificaciones del diseño conceptual o bocetaje elaborado en la etapa anterior. El diseño detallado incluye las especificaciones técnicas como las dimensiones, el material y los componentes necesarios para la fabricación del producto. También, se consideran aspectos como la ergonomía, la usabilidad y la experiencia del usuario al utilizarlo.

Al finalizar, cada ciudad creativa evalúa y valida el diseño detallado propuesto. Esta fase permite materializar de manera digital las ideas previas y obtener una representación más realista y precisa del producto estrella, antes de avanzar hacia la fase de Prototipado.

El diseño detallado es un paso fundamental en la creación del prototipo funcional del producto estrella, donde se realizan pruebas, así como detalles finales y ajustes, antes de su producción en masa.



Para los momentos siguientes, se orienta a los artesanos desarrollarlos desde sus talleres o negocios:

- **Momento 6: Prototipado funcional (post-taller)**

La construcción del prototipo funcional del producto estrella es un paso crítico en el proceso de desarrollo, y necesario para garantizar la calidad y éxito del mismo. Es importante que los productores o artesanos encargados de su construcción tengan la capacidad de tomar en cuenta la selección de los materiales adecuados, los bocetos y modelos 3D con las medidas definidas, la utilización de recursos reales y la incorporación de los rubros priorizados establecidos por cada ciudad creativa. Para garantizar que este proceso se lleve a cabo de manera adecuada, las comisiones locales de economía creativa deben supervisar y asegurar el cumplimiento de estos requisitos.

Además, es fundamental que los criterios previamente establecidos para plasmar la identidad cultural, innovación o novedad en el producto, atractivo visual, funcionalidad, especificaciones de diseño, experiencia de usuario y potencial comercial, sean considerados en todo momento durante la construcción del prototipo funcional. Esto garantizará que el producto final sea coherente con lo planteado en la etapa de diseño.

Se destaca que este paso se lleva a cabo en los talleres o negocios de los artesanos o productores, y las comisiones locales de economía creativa de cada ciudad deben asegurar que este proceso se ejecute después del taller de diseño de productos culturales de los pueblos de Nicaragua, “Productos Estrellas”, para garantizar la calidad y los parámetros establecidos.

Este momento se realiza posterior al taller y deben participar artesanos o productores, y comisiones locales de economía creativa de cada ciudad. Si en esta fase se requiere del apoyo de las universidades del CNU, podrán colaborar activamente en la construcción del prototipo funcional, fortaleciendo así el proceso de desarrollo del producto estrella.



- **Momento 7: Pruebas o testeos (post-taller)**

El momento de pruebas o testeos se debe realizar desde el prototipo inicial hasta la versión final del producto. Se recomienda que los artesanos o productores realicen las validaciones de los prototipos funcionales en conjunto con las comisiones locales de economía creativa en cada ciudad. Es importante documentar y registrar los resultados de las pruebas para poder realizar modificaciones y mejoras requeridas, antes de que el producto sea producido en grandes cantidades y se dé su lanzamiento al mercado.

Las pruebas o testeos deben realizarse para validar la funcionalidad del prototipo y realizar ajustes necesarios para asegurar la calidad del producto final. Es crucial la participación de todos los artesanos y productores locales seleccionados en cada ciudad creativa, a fin de asegurar la participación y la fidelidad de los prototipos a la cultura y tradiciones locales. El resultado final serán prototipos funcionales de los productos estrellas, que podrán ser presentados y evaluados para su posterior producción a nivel comercial.

Se deben realizar pruebas de resistencia, durabilidad, calidad, seguridad, entre otras, dependiendo del tipo de producto y su finalidad. Además, se recomienda realizar pruebas con usuarios reales para evaluar la experiencia de uso y obtener retroalimentación para posibles mejoras.

Las pruebas y evaluaciones realizadas deben ser exhaustivas para garantizar que el producto cumpla con los requerimientos definidos previamente, así como con los posibles requisitos legales y de seguridad establecidos por las autoridades competentes. Esta minuciosa evaluación asegura que el producto esté en pleno cumplimiento con los estándares y normativas aplicables, lo que a su vez proporciona confianza y seguridad tanto a los productores como a los consumidores. Este enfoque cuidadoso ayudará a evitar posibles problemas o contratiempos en la etapa de producción y comercialización del producto estrella.

Este momento se realiza posterior al taller y deben participar artesanos o productores, y comisiones locales de economía creativa de cada ciudad. Si en esta fase se requiere del apoyo de las universidades del CNU, podrán colaborar activamente en la validación del prototipo funcional, fortaleciendo así el proceso de testeo y mejora del producto estrella.



- **Momento 8: Versión final del producto (post-taller)**

La elaboración de la versión final del producto, consiste en la fabricación final del producto estrella, listo para presentarse y comercializarse en el mercado. En este momento es importante que los artesanos y productores sigan los estándares y especificaciones establecidas durante la fase de diseño para garantizar la calidad del producto final.

Es importante realizar un nuevo control de calidad para detectar posibles defectos, y asegurarse de que el producto cumple con todas las normas de seguridad y regulaciones aplicables. Una vez que el producto haya pasado todas las pruebas posibles y se haya comprobado que cumple con todas las especificaciones, incluyendo la valoración del usuario, y de la comisión local de economía creativa, se procede al lanzamiento comercial del producto.

Es esencial considerar la construcción de una ruta creativa que permita potenciar y promover los productos estrella en cada ciudad creativa, mediante estrategias efectivas de promoción y comercialización. Esta ruta creativa se convertirá en un elemento clave para asegurar el éxito sostenible de los productos, y fomentar el crecimiento económico a nivel local.

Los artesanos o productores en conjunto con las comisiones locales de economía creativa explicarán el producto estrella y su conceptualización, describiendo el aporte identitario e innovador, y su vínculo con la ruta creativa establecida, mediante una presentación que deberá realizarse previo a su lanzamiento ante los delegados de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-Managua), el Ministerio de Economía Familiar Comunitaria Cooperativa (MEFFCA) y Asociativa, y la Secretaría de Economía Creativa y Naranja (SEPRES).



Al cerrarse el último momento del proceso creativo, los delegados de las universidades deberán realizar y asegurar la evaluación del taller, a cada uno de los protagonistas, haciendo uso de formulario digital, mediante lectura de código QR.

El taller concluye con las indicaciones de MEFFCA sobre la planificación de actividades futuras dentro del marco de la construcción del producto estrella. Además, se brindan orientaciones por parte del delegado de la UNAN-Managua o, en casos específicos, por el delegado representante de la universidad que coordina el proceso.

Se resalta que la colaboración interinstitucional y el compromiso de los artesanos o productores es crucial para el éxito del producto estrella, así como para impulsar la innovación y la identidad cultural en cada ciudad creativa. Esta colaboración enriquece el proceso creativo y contribuye a que el producto estrella refleje auténticamente la identidad y creatividad propia de cada ciudad. Además, el trabajo conjunto entre instituciones fortalece la sostenibilidad y el impacto positivo del proyecto en la promoción del patrimonio cultural y el emprendimiento local.

En cada momento del proceso, se fomenta la participación de los artesanos, productores, delegados locales de economía creativa y especialistas multidisciplinarios de las universidades participantes. Con este proceso se busca la creatividad, innovación, identidad cultural y viabilidad comercial en el desarrollo del producto estrella.

V. DESARROLLO DEL TALLER:

El taller se inicia con las palabras de bienvenida y una breve explicación sobre la relevancia del diseño del producto estrella en cada ciudad creativa. Se indica que este proceso forma parte de la implementación de la metodología de diseño de productos culturales de los pueblos de Nicaragua, denominado "Productos Estrella", que se lleva a cabo en el marco del Programa COCREAMOS.

Durante la introducción al taller, se enfatiza la relevancia y el impacto significativo de este proceso innovador en la creación y promoción de productos locales. Se destaca el papel crucial que desempeñan los productos estrella en el fortalecimiento de la identidad cultural y el impulso del emprendimiento local en todo el país, comentando a la vez que con esta iniciativa se busca impulsar



la valoración y reconocimiento de las expresiones culturales propias de cada ciudad, generando oportunidades valiosas de crecimiento para los artesanos y productores, al tiempo que enriquece el turismo cultural en las ciudades creativas de Nicaragua.

Así mismo, se explica la metodología a utilizarse en el taller, objetivos y alcance del mismo. Se detallaron los momentos que se realizarían durante el proceso, y los momentos post-taller que deberán efectuarse en los talleres o negocios de los artesanos. El taller se desarrolla mediante un conversatorio interactivo, basándose en la participación activa de los facilitadores expertos en innovación y diseño, en conjunto con los artesanos seleccionados en cada ciudad creativa, delegados del MEFCCA y delegados de la comisión local de cada ciudad.

Durante los primeros momentos, se realizó un análisis de los elementos culturales e identitarios presentes en cada ciudad creativa, con la finalidad de que el diseño del producto estrella resuelva una necesidad o problema específico, pero además represente la idiosincrasia de la ciudad, considerando los rubros priorizados para su creación. Se hizo hincapié en que el producto estrella debe concebirse como un producto estratégico que cumpla con criterios fundamentales, como tener un valor identitario, artístico y funcional, así como destacar por su novedad o diferenciación (innovación), además de ser atractivo comercialmente. También, se mencionó que debía existir una integración o asociación de los rubros priorizados, para asegurar la cohesión y coherencia del producto con la esencia cultural de cada ciudad.

Para este análisis se sugirió la realización de algunas preguntas:

- ¿Cuál es el valor identitario de nuestro producto?
- ¿En qué representa a nuestra ciudad?
- ¿Cuál es el valor artístico de nuestro producto estrella?
- ¿Tiene un valor funcional? ¿Cuál es su utilidad?
- ¿Para quién diseñamos el producto? ¿Quién lo comprará?
- ¿Cuál es la novedad o diferenciación?



- ¿Cómo pueden integrarse los rubros seleccionados? ¿Es posible?
- ¿Es llamativo? ¿Las personas lo comprarían

Estas interrogantes fueron clave para reflexionar sobre la creación de los productos estrella que representarán a cada ciudad creativa. A partir de ellas, se generaron las primeras ideas y debates que condujeron a la conceptualización de los productos estrella, teniendo en cuenta tanto la problemática o necesidad que resolverían, como el acervo cultural único de cada ciudad creativa. Asimismo, durante esta etapa se propusieron posibles nombres que identificaban la historia cultural e identidad de los productos, lo que le aporta un valor distintivo y evocador a cada propuesta.

Durante estas primeras fases se generó un ambiente productivo donde los participantes realizaron importantes aportes para la elaboración de los productos estrellas. Se llevaron a cabo discusiones y sugerencias, buscando capturar la esencia y simbolismo de manera precisa.

Para generar las especificaciones de diseño se tomaron en cuenta las siguientes interrogantes:

- ¿Qué tipo de materiales utilizaremos?
- ¿Se encuentran fácilmente los materiales para la elaboración del producto estrella?
- ¿Pueden ser muy costosos?
- ¿Tengo las herramientas y tecnologías necesarias? ¿Existe suficiente talento humano para su fabricación? ¿Qué medidas tendrá el producto?
- ¿Cuál ser forma o estructura?
- ¿Qué colores tendrá?
- ¿Los materiales conservarán la estructura y esencia del producto?
- ¿Es necesario que el producto cuente con algún tipo de empaque?
- ¿Qué funcionalidad tendrá el producto? ¿Qué es lo que hará?
- ¿Para que servirá? ¿Cuál será el empaque? ¿Tendrá código QR?



Las respuestas condujeron a explorar y evaluar diferentes aspectos relacionados con las características de los productos, obteniendo información relevante para tomar decisiones sobre el diseño y construcción de los mismos. Se comprendió que el producto estrella tiene un significado especial y representativo en cada ciudad creativa. Durante este momento, se establecieron a nivel descriptivo las funcionalidades y requerimientos que tendrán los productos, así como aspectos relevantes que incluyen la experiencia de usuario (UX), costos, tipos de materiales, colores, forma estructural, viabilidad técnica, entre otros. Además, se analizó la posible integración entre rubros y necesidades del mercado, para ofrecer un producto atractivo, representativo, coherente y competitivo.

De manera paralela, se aplicaron técnicas creativas para generar varias posibilidades de solución con un diseño específico. Todas las mesas de trabajo creativas produjeron al menos 3 posibilidades, que posteriormente mediante discusión y filtro se seleccionó una de ellas. Durante este proceso de elección, se consideraron los criterios como identidad cultural, innovación o novedad del producto, atractivo visual, funcionalidad, especificaciones de diseño, experiencia de usuario y potencial comercial. Estos criterios sirvieron para evaluar el diseño y viabilidad de los productos.

Se destaca que el proceso más complejo se dio en la etapa de integración de los distintos rubros, para conformar una sola pieza del producto o utilizar algunos como piezas complementarias. Además, en algunas ciudades, la creación de sinergias entre artesanos o productores resultó un poco más compleja, debido a que algunos comentaban que se especializaban en sus oficios o profesiones, evidenciando que trabajaban de manera mecanizada e individual. Esto dificultó en algunos casos la articulación en la producción conjunta del producto.

Finalizados los momentos de análisis, definición e ideación, se desarrollaron algunos bocetos conceptuales del producto estrella, teniendo en cuenta los criterios mencionados. Los expertos en innovación y diseño trabajaron en estrecha colaboración con los actores culturales y creativos en cada ciudad, para capturar la esencia de la propuesta y transformarla en un producto único que represente fielmente la identidad cultural de cada ciudad. Para el diseño conceptual del producto estrella, se utilizaron papelógrafos donde se plasmaron tres alternativas conceptuales del mismo.

Seguido, los equipos multidisciplinarios de las universidades apoyaron en el diseño detallado, modelando el producto estrella a través de una maqueta digital 2D y 3D, tomando de referencia las especificaciones del diseño conceptual o bocetaje elaborado. Se orientó detallar lo mejor posible



el producto, mediante una ilustración técnica con aspectos claves como dimensiones, materiales, estructura y otros elementos necesarios para comprender visualmente el diseño en su totalidad, que conlleve a su posterior construcción como un prototipo funcional en los talleres de los propios artesanos. Se enfatizó la importancia de prestar especial atención a las dimensiones del producto, asegurándose de que sean proporcionales y estén en armonía con la representación conceptual del producto.

Durante el proceso de conceptualización y diseño, también se le dio importancia al empaque, explicando la relevancia que tiene un buen diseño. Se destacó que su función es preservar y transportar el producto, pero también, es reflejar elementos representativos y característicos del mismo como de la ciudad, convirtiéndose en un elemento adicional para la proyección y posicionamiento de los productos estrella.

En algunos casos, se sugirió la realización de un primer prototipo de empaque Premium y otro básico, manteniendo abierta la propuesta y teniendo en cuenta los segmentos de mercado nacional e internacional. Además, se valoró la importancia de incorporar decoraciones representativas de cada ciudad tanto en los empaques como en los productos estrella. Esta estrategia permitirá atender a diferentes públicos y adaptarse a sus necesidades y preferencias, asegurando la versatilidad y la posibilidad de proyectar la identidad cultural de cada ciudad de manera única y atractiva.

El encuentro concluyó con orientaciones sobre la construcción de un prototipo funcional, que sería probado y validado en los talleres o negocios de los artesanos. Se solicitó que se elaborara la propuesta del prototipo funcional, para someterla a un análisis detallado, validación y recibir retroalimentación con el objetivo de realizar mejoras. Además, se indicó que la comisión local de economía creativa de cada ciudad debía asegurar que los artesanos elaboren el producto estrella y lo presenten como un producto final ante la Comisión Nacional del Programa COCREAMOS, previo a su lanzamiento al mercado.

El taller se desarrolló a través de un espacio dialógico, en el que se intercambiaron en forma constante ideas, saberes y sentires, y en donde los participantes tuvieron la oportunidad de debatir y evaluar los distintos bocetos. El desarrollo de las propuestas se orientó a la búsqueda de preservar la autenticidad y el valor cultural de los símbolos emblemáticos de cada ciudad creativa.



Los protagonistas mostraron mucho interés y emoción por ser seleccionados como los artesanos oficiales en el diseño de los productos estrella de su ciudad. Así mismo, en la mayoría de los casos demostraron anuencia de trabajar colaborativamente para lograr la creación de un producto estrella que integre los rubros priorizados de su ciudad.

Se destaca que los artesanos y productores compartieron sus conocimientos y experiencias en el desarrollo de las propuestas, la cuales variaron en cada ciudad. A continuación, se detallan algunas acciones y resultados obtenidos de forma específica en cada ciudad creativa visitada:

BLUEFIELDS

Se seleccionaron los rubros priorizados (madera y fibra vegetal “coco”) para la creación del producto estrella.

a. Conceptualización del Producto Estrella

“**Cultura Afro Nicaragüense**”, se propone como elemento clave e identitario de la ciudad de Bluefields, la cual se representará mediante una artesanía que en su diseño personificará a la mujer y hombre de descendencia afro nicaragüense de la ciudad de Bluefields, haciendo uso de madera de palo de rosa y detalles a base de la fibra a de coco.

Bluefields es conocida como el centro cultural y la capital de la costa caribeña de Nicaragua, donde la población afrodescendiente desempeña un papel fundamental en la identidad y la vida cotidiana de la ciudad. La cultura afro nicaragüense en Bluefields se caracteriza por su rica historia, tradiciones únicas y una mezcla de influencias africanas, indígenas y europeas. La música, la danza, la comida y la artesanía son aspectos destacados de esta cultura vibrante.

La música afro caribeña, como el Palo de Mayo, el Mento y el Reggae, tiene una presencia importante en Bluefields. El Palo de Mayo es un baile tradicional que se celebra en mayo y combina música en vivo con danzas sensuales y coloridas. El Mento, por otro lado, es un género musical folclórico que se originó en Jamaica y se ha arraigado en la cultura afro nicaragüense de la región. Además, el Reggae también ha ganado popularidad en Bluefields, especialmente debido a la influencia de la música jamaicana. La gastronomía afro nicaragüense es otro elemento destacado en Bluefields. Platos como el rondón, un guiso a base de pescado o mariscos con leche de coco y condimentos, son muy populares.



La cultura afro nicaragüense en Bluefields está estrechamente relacionada con la figura de la mujer y el hombre nicaragüense. Las mujeres afro nicaragüenses son líderes y activistas culturales, preservando tradiciones como música, danza y artesanía, y transmitiéndolas a las generaciones jóvenes. Los hombres afro-nicaragüenses son músicos y bailarines destacados, aportando vitalidad a eventos y festivales. Además, la artesanía local utiliza el palo de rosa y la fibra de coco, elementos significativos en la cultura afro-nicaragüense. La habilidad de trabajar con estos rubros se transmite de generación en generación, y estas artesanías son una expresión cultural y una fuente de ingresos para las familias.

Los artesanos locales elaboran hermosas cestas tejidas a mano, conocidas como "yatama", que son reconocidas por su calidad y diseño único. Estas cestas son utilizadas para llevar alimentos, productos agrícolas y otros objetos, y se consideran un símbolo de la cultura afro nicaragüense en la región. La artesanía afro nicaragüense es apreciada tanto a nivel nacional como internacional.

b. Características del Producto Estrella

El producto estará confeccionado con materiales de madera de palo de rosa y fibra de coco, rubros característicos en la elaboración de artesanías culturales de la ciudad de Bluefields. Para agregar un toque artístico y representativo, se incorporarán detalles culturales de la ciudad como los colores caribeños, el traje típico del Palo de Mayo y la unidad del pueblo costeño.

La figura de la mujer y el hombre afro nicaragüense se elaborarán por separado, pero se diseñará una estructura modular que permita unirse en una sola pieza, creando una canasta o copa para disfrutar de las bebidas típicas de la ciudad, como Cocoboom o el Gifiti. La copa estará hecha principalmente de coco, con el cuerpo en forma de cilindro de bambú y una base de madera de palo de rosa, decorada con elementos ornamentales también de madera. Estos detalles podrán incluir grabados o adornos que resalten la tradición y la cultura de la ciudad.

Se propone que la figura de la mujer tenga compartimentos elaborados a base de coco, que puedan ser utilizados por el género femenino y sirvan para guardar aretes u otros objetos. La elección de las figuras del hombre y la mujer afro nicaragüense busca rendir homenaje a la historia y la identidad de Bluefields.



c. Diseño visual del Producto Estrella



Ilustración 10 Modelado de producto identitario de Bluefields “Cultura Afro Nicaragüense”



Ilustración 11 Bases para las figuras representativa de la cultura afronicaragüense con el nombre de la ciudad de Bluefields





Ilustración 12 Propuesta de empaque con el diseño tradicional de las casa de tambo de Bluefields



Ilustración 13 Propuesta de empaque con el diseño tradicional de las casa de tambo, simbolizando las palmeras de coco



GRANADA

Se seleccionaron los rubros priorizados (Textil bordados, Cuero, Calzado, Mimbres) para la creación del producto estrella.

Se destaca que realizaron 3 propuestas de productos estrellas:

- **Sonido de paz:** Esta propuesta consiste en un diseño de un cañón, que funciona como porta botellas y contiene porta copas en una bandeja. El material principal será madera, con el cañón en tono quemado y la base y llantas en el mismo estilo. La mecha del cañón llevará los colores de la bandera de Nicaragua. Se utilizará tela en la parte interior de la bandeja, que contendrá accesorios como servilletas finas bordadas con diseños representativos de Granada, las isletas, el volcán Mombacho, la catedral y el coche (cuatro en total). La funda será desmontable en tres piezas: el cañón completo, la base con la estructura adherida y la bandeja.

El empaque será tipo cofre forrado en tela. Los accesorios incluirán servilletas bordadas, cristalería transparente (copas y shots) y un porta vaso forrado en cuero. La base tendrá forma con bordes en decadencia en diagonal, en los cuales se incluirá una frase representativa del producto. El lema del producto será "Ya no ruge la voz del cañón".

- **Granada en tu mesa:** Este set incluirá una batea con un símbolo característico de Granada (como la catedral o los coches) reflejado en su fondo, y protegido con una capa de resina. Además, se diseñarán pocillos y platos en madera. Se incorporará un servilletero el cual estará forrado en cuero y, se incluirá un individual tejido con diseños representativos y un logotipo del producto estrella. También, se proporcionará un bolso de cuero como empaque para presentar y transportar el producto, el cual además podrá ser utilizado como bolso personal una vez desocupado.

Se plantea la posibilidad de incorporar una vajilla completa y un bolso de cuero en el futuro. En el frente del bolso se mostrará la catedral u otro símbolo representativo de Granada, junto con un código QR y una ficha descriptiva.

- **Caja Histórica de Granada,** fue el producto seleccionado y representa la identidad colonial de la ciudad.



a. Conceptualización del Producto Estrella

“Caja Histórica de Granada”, se propone como un elemento emblemático y representativo de la ciudad de Granada. Una artesanía que captura la esencia de los elementos identitarios y culturales de la ciudad en su diseño. Cada uno de los elementos incluidos en la caja tiene un significado y una conexión con la historia y el patrimonio de Granada. A través de la caja se busca recrear una experiencia simbólica, adentrándonos en la historia colonial de la ciudad.

Granada es conocida por sus hermosas puertas antiguas y por la arquitectura distintiva de sus hogares. El diseño de las puertas en la caja cerrada evoca la sensación de entrar en el pasado y descubrir la riqueza histórica de la ciudad.

Las tejas son muy características en los hogares de la Gran Sultana, siendo una parte integral de la arquitectura tradicional de la ciudad, y representan los techos inclinados y rojizos que se encuentran en muchas casas antiguas, brindando un aspecto característico y pintoresco.

La Catedral de Granada, es uno de los principales símbolos arquitectónicos y religiosos de la ciudad. Su presencia en la caja histórica resalta el patrimonio colonial y el acervo cultural de Granada.

Los faros de la ciudad representan la luminaria de las calles de la ciudad, siendo un símbolo pintoresco, y su inclusión destaca la relación de la ciudad con la vida nocturna de la misma.

El volcán Mombacho es una prominente característica geográfica de la región y un destino turístico popular. Su representación subraya la geografía única y la belleza natural de Granada.

El coche granadino refleja la época colonial y la importancia del transporte en la ciudad. Su inclusión realza la conexión con el pasado y evoca la imagen de las calles empedradas y los carruajes que alguna vez recorrieron las calles de Granada.

Los pisos Favilli son pintorescos en muchos hogares de Granada, los cuales se caracterizan por sus patrones coloridos y detallados, que a menudo representan motivos geométricos o florales. Estos pisos resaltan la belleza estética y artística de la ciudad, añadiendo un toque visualmente llamativo a la representación de la identidad cultural de Granada en la caja histórica.



La inclusión de artesanías y productos representativos en la caja resalta la importancia de la artesanía local en la cultura de Granada. El coche granadino, un pañuelo bordado y las pequeñas sillas de mimbre son algunos ejemplos de objetos que reflejan la tradición y habilidades artesanales de la región.

Cada vez que se observa, la caja ofrece una representación visual y tangible de la identidad de la ciudad y su rica historia, siendo un recordatorio de la importancia de preservar y valorar el acervo cultural de Granada, así como una forma de transmitir esa identidad a las generaciones futuras.

b. Características del Producto Estrella

Se seleccionó la caja de souvenir, que funciona como regalo, retratera y como centro de mesas para hoteles u hogares. Estará hecha a base de madera, con 10 pulgadas de ancho, barnizada en color miel, con algunos elementos forrados en cuero y el piso decorativo e identitario de los hogares granadinos. Tendrá bisagras laterales para abrir las puertas de la caja histórica. El objetivo de la propuesta es lograr un diseño que tenga tanto valor artístico, identitario como funcional.

En el diseño propuesto, el producto estará confeccionado con materiales de madera, cuero y fibra y textil, rubros característicos en la elaboración de productos culturales de la ciudad de Granada. Para agregar un toque artístico y representativo, se incorporarán detalles ilustrativos de la ciudad.

La “Caja Histórica de Granada” incorpora elementos que representan la cultura de la Gran Sultana, se recrean las puertas antiguas características de los hogares de la ciudad, que simbolizan la entrada a la historia y al patrimonio de Granada. Las tejas representativas de los techos de las casas antiguas también están presentes, evocando la arquitectura tradicional de la ciudad.

Dentro de la caja se encuentran artesanías y productos representativos de Granada, como el coche granadino, un pañuelo bordado, una pulsera hecha de textil y pequeñas sillas de mimbre a escala. Estos objetos encarnan la artesanía y las tradiciones locales, transmitiendo el legado cultural de la ciudad.

Además, se incluyen representaciones simbólicas de la Catedral de Granada, los faros de la ciudad y el volcán Bombacho, elementos que son icónicos en el paisaje de Granada y reflejan su entorno geográfico y natural.



En el fondo de la caja, se muestra la silueta elaborada en cuero de un coche, haciendo referencia a la historia colonial y al uso de carruajes en la época. Los pisos Favilli característicos de los hogares de la ciudad se representan, resaltando la importancia del entorno arquitectónico en la identidad de Granada. Como paisaje de fondo, se encuentra el volcán Mombacho, un elemento distintivo de la geografía local.

La caja, hecha de madera, se convierte en un recipiente que contiene la historia de la ciudad de Granada. Es un tesoro que guarda el acervo cultural e identitario de la comunidad granadina y representa la herencia y el legado de la ciudad a lo largo de su historia.

c. Diseño visual del Producto Estrella



Ilustración 14 Modelado de producto identitario de Granada "Caja Histórica de Granada"





Ilustración 15 Diseño de puertas coloniales con techos de teja representando los hogares granadinos



Ilustración 16 Elementos representativos de la ciudad creativa de Granada

(Catedral de Nuestra Señora de la Asunción, pisos estilo Favilli, volcán Mombacho y coches de la época colonial)



ESTELÍ

Durante el taller, cada participante inició trabajando de forma individual proponiendo cinco ideas de productos estrella para la ciudad de Estelí. Durante el proceso creativo, se destacó la importancia de definir el tamaño del producto, considerando aspectos como dimensiones y peso, para asegurar su facilidad de transporte y manejo.

Los participantes se organizaron en parejas para discutir y elegir una de las ideas propuestas. Algunos desafíos presentados, fue el alto entusiasmo mostrado por los participantes en defender su propuesta para que fuese seleccionada como el producto estrella. Con el fin de llegar a una decisión consensuada, se acordó que cada pareja elaboraría una propuesta más detallada, teniendo en cuenta los materiales finales, las dimensiones y el peso del producto. Se indicó que estas propuestas serían presentadas ante una comisión local y posteriormente ante una comisión nacional, para recibir retroalimentación y evaluar las posibilidades de crear un producto que combine elementos locales para representar a la ciudad de Estelí.

Se llevó a cabo una votación, donde se seleccionó como producto estrella al “Chamán”, un elemento representativo de la cultura local de Estelí. Además, se acordó que habría productos secundarios relacionados con el “Chamán”, que también podrían ser promocionados junto a este producto estrella. Esta estrategia busca beneficiar a más artistas y artesanos, permitiendo una mayor participación en la creación y comercialización del producto estrella, y contribuir de esta manera a desarrollo económico y cultural de la ciudad de Estelí.

Se seleccionaron los rubros priorizados (Fibra vegetal [tusa], Marmolina, Madera, Cuero, Textil [tejido] para la construcción del producto estrella.

a. Conceptualización del Producto Estrella

“**El Chaman de Estelí**”, representa una pieza cultural y simbólica de gran importancia para la ciudad. Su elección como producto estrella de Estelí se basa en diversas razones significativas. El “Chamán” es un ícono que refleja las raíces culturales y tradiciones ancestrales de la ciudad de Estelí, representado un ícono identitario profundamente arraigado en el acervo cultural de la ciudad. Su elección como emblema representativo forma parte del rescate y valorización de la historia y cultura de los primeros pobladores de la región.



Es una figura que evoca la conexión con las raíces y las tradiciones indígenas que han dejado su huella en el territorio. El petroglifo muestra elementos relacionados con la naturaleza, la cosmogonía y la espiritualidad de las antiguas civilizaciones mesoamericanas. Es un testimonio tangible de la rica herencia cultural de la región y refleja la sabiduría y conocimiento transmitido por generaciones. Algunos investigadores extienden su interpretación y lo identifican como un chamán o curandero con un tocado en la cabeza, sosteniendo chirimías o sonajas para realizar danzas o rituales. Asimismo, en la parte inferior se muestran los pies y, en el lado derecho, la cola de un animal que cubría su cuerpo.

El emblema del “Chaman” ha sido un elemento poderoso para promover la ciudad y atraer turismo. Los habitantes de Estelí cariñosamente han apodado a este importante símbolo cultural como "el brujito", reflejando así el profundo vínculo emocional y la simpatía que sienten hacia él.

b. Características del Producto Estrella

Se busca resaltar la importancia y significado cultural del "Chaman de Estelí" al convertirlo en el producto estrella de la ciudad. Este símbolo, arraigado en la identidad local, será creado como un presente o souvenir especial, elaborado principalmente con madera y enriquecido con la inclusión de fibra vegetal de tuza u otro material priorizado, lo que le otorgará un valor artístico y artesanal único.

La propuesta contemplará diferentes aspectos del chamán y su relevancia en la cultura estiliana. El diseño deberá ser meticulosamente elaborado para capturar la esencia de este símbolo y reflejar su profunda importancia en la ciudad. Este producto será un adorno de escritorio, permitiendo que sea apreciado y usado tanto en hogares como en oficinas.

Además de su valor artístico, el producto será funcional. Para ello, se diseñará como portalápices o portallaves, dándole la utilidad práctica en su uso. Asimismo, se diseñará un bolso de cuero con ilustraciones gráficas del “Chaman”, como un producto complementario, para ampliar su impacto y promoción. Este bolso no solo será un artículo de moda, sino que también permitirá a las personas llevar consigo un fragmento de la cultura estiliana y mostrar el orgullo de esta ciudad y sus tradiciones.



En conjunto, estas propuestas enriquecerán la oferta de productos representativos de Estelí y contribuirán al fortalecimiento del emprendimiento local. La intención es resaltar la identidad cultural de la ciudad y promover la valoración de sus expresiones artísticas y tradiciones, impulsando así el desarrollo económico y el reconocimiento de Estelí a nivel nacional e internacional.

c. Diseño visual del Producto Estrella

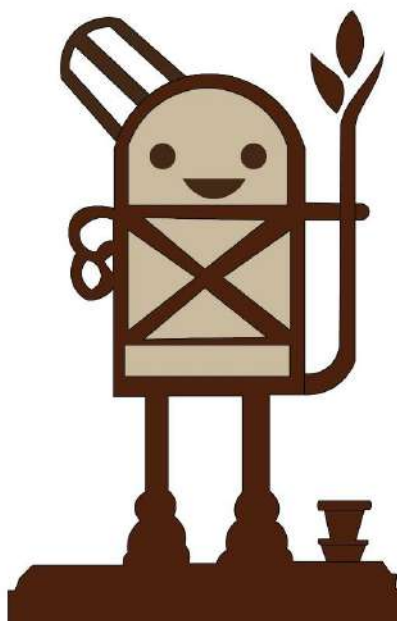


Ilustración 17 Modelado del Producto identitario de Estelí "Chamán de Estelí"

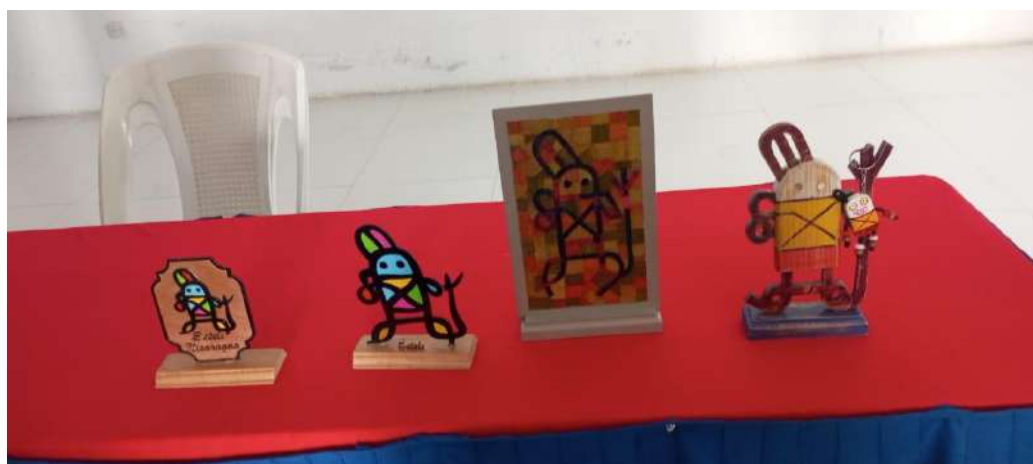


Ilustración 18 Propuestas de prototipos funcionales "Chamán de Estelí"





Ilustración 19 Una propuesta diferente del diseño del Chamán de Esteli



Ilustración 20 Propuesta de bolso de cuero con grabados del Chamán de Esteli



JUIGALPA

Se seleccionaron los rubros priorizados (Cuero y Madera) para la creación del producto estrella. Es relevante destacar que en el encuentro participaron representantes de otros rubros, como textiles, cerámica y reciclaje (bisutería), quienes fueron invitados por la Comisión Local de Economía Creativa de la ciudad. Los rubros de madera y cuero son la base para la construcción del producto estrella, pero se podrán incorporar los nuevos rubros de forma complementaria para no ser excluyente de los mismos.

Se explicó que se debe desarrollar un producto simbólico y estratégico que, a su vez, pueda permitir la creación de productos complementarios que refuercen al producto estrella. Estos productos adicionales podrían incluir camisetas, llaveros, vasos y otros objetos que utilicen el nuevo símbolo distintivo e identitario de la ciudad.

Se recalcó que el producto estrella no estaría desconectado del trabajo de cada artesano, sino que actuaría como un incentivo para la colaboración entre ellos, fomentando la innovación en cuanto a materiales y diseños, y generando un producto emblemático que les otorgaría prestigio y, a su vez, generarían ingresos tanto a través de ese producto en particular como de los productos complementarios fabricados.

a. Conceptualización del Producto Estrella

“**Morir Soñando**”, se propone como elemento clave e identitario de la ciudad de Juigalpa, el cual incorporará en su diseño una cubierta hecha a base madera y cuero con detalles en tejido y bisutería en forma de caracoles.

El producto estrella "Morir Soñando" de la ciudad de Juigalpa, es una bebida tradicional y representativa de la región. Esta refrescante y deliciosa bebida combina distintos ingredientes con una receta especial de los productores de la ciudad de Juigalpa, creando una mezcla única y sabrosa.

Esta bebida se ha convertido en un símbolo cultural de la ciudad de Juigalpa y es apreciada tanto por los habitantes locales como por los visitantes. Su popularidad ha trascendido las fronteras de la región y es reconocida en todo el país.



Además, de su sabor distintivo el "Morir Soñando" representa un patrimonio culinario que ha sido transmitido de generación en generación, preservando así la cultura y las tradiciones locales. Es un símbolo de orgullo y tradición. Su popularidad y reconocimiento son testamento de su calidad y su capacidad para deleitar a quienes tienen el privilegio de probarla.

Juigalpa se caracteriza por su licor "Morir Soñando", pero también por preservar su esencia cultural en la fabricación de productos a base de cuero y madera, que reflejan la artesanía y la tradición local. Los orígenes del nombre de Juigalpa es Nahuatl "xuctli", significa "pequeño caracol negro".

Durante el proceso de conceptualización del producto estrella "Morir Soñando", se enfatizó la importancia de integrar los diferentes rubros para crear un producto único y no repetitivo.

b. Características del Producto Estrella

En el diseño propuesto, la cubierta de la botella estaría confeccionada con materiales como cuero y madera, que son característicos de los rubros prioritarios en Juigalpa. Para agregar un toque artístico y representativo, se incorporarán detalles de cuero en la parte superior de la cubierta. Estos detalles pueden tener grabados o adornos que resalten la tradición y la cultura de la ciudad.

Un aspecto destacado del diseño sería el troquelado en el medio de la cubierta, que permitirá visualizar el líquido en el interior de la botella. Esta característica no solo será estética, sino también funcional, ya que los consumidores podrán apreciar el color y la textura de la bebida antes de abrirla.

Además, se propone incorporar tejido y bisutería en forma de caracoles negros, que representan el nombre de Juigalpa en Náhuatl, añadiendo un elemento único y simbólico al diseño. Estos elementos artesanales aportarán un toque de tradición y autenticidad al producto.

En cuanto al tapón de la botella, se plantea utilizar madera y darle forma de cachos, símbolos emblemáticos que representan la tradición ganadera de la ciudad. Esta elección del tapón no solo será estética, sino también un homenaje a la historia y la identidad de Juigalpa.



La cubierta de la botella también tendrá un cordón de cuero que permitirá utilizarla como un bolso para transportar el licor. El cordón se unirá mediante broches al medio de la estructura de la cubierta de la botella. Esta funcionalidad añadirá versatilidad al producto, permitiendo a los consumidores llevarlo de manera cómoda y elegante.

Además del diseño de la botella, se propone incluir dos copas con diseño de cachos, elaboradas en madera o barro, que complementarán la experiencia de disfrutar el "Morir Soñando". Estas copas tendrán una forma representativa de la ciudad de Juigalpa, tomando como inspiración los cachos, símbolos icónicos que reflejan la tradición ganadera de la zona. Para completar el conjunto, se crearía una base de soporte para las copas, brindando una presentación elegante y funcional. Esta base no solo servirá como un elemento decorativo, sino también como una forma de exhibir y mantener las copas en un lugar seguro.

El producto estrella contará con un empaque de alta calidad, que resaltará resalte la identidad cultural y el patrimonio de la ciudad de Juigalpa.

Una propuesta concreta para el empaque consiste en un estuche fabricado en madera, con la imagen de un toro en la parte frontal. Este diseño simbolizaría la tradición ganadera y sería un distintivo representativo de la ciudad. En su interior, el estuche contendría el producto estrella, así como las copas destinadas para disfrutar del licor. Además, se sugiere la inclusión de elementos coleccionables, como un llavero con figuras representativas de la ciudad, que añadirían un valor adicional al producto.

También, se sugirió la incorporación de código QR al producto, ya que puede proporcionar acceso a información adicional, mejorar la experiencia del cliente, facilitar el marketing y la promoción, brindar oportunidades de interacción y retroalimentación. Puede crearse un sitio web del producto donde se describa la historia e identidad del mismo.



c. **Diseño visual del Producto Estrella**



Ilustración 21 Modelado de producto identitario de Juigalpa “Morir soñando”



Ilustración 22 Propuesta de empaque y set del producto estrella de Juigalpa



LEÓN

Se seleccionaron los rubros priorizados (Madera, Yeso, Textil y Reciclaje) para la creación del producto estrella.

El encuentro fue un espacio de intercambio de ideas y conocimientos, donde los participantes tuvieron la oportunidad de debatir y evaluar los distintos bocetos, sin embargo, no se pudo llegar al diseño detallado, ya que surgió una fricción entre algunos participantes, lo cual generó diferencias y provocó que algunos no se sintieran plenamente involucrados en el desarrollo del producto estrella. Ante esta situación, se tomó la decisión de reorganizar el proceso con el objetivo de encontrar una solución que permitiera una mejor identificación y construcción de "La Gigantona" como producto representativo.

Un aspecto relevante, es que los artesanos mostraron preocupación por la posibilidad de que "La Gigantona" sea replicada en otras ciudades de Nicaragua, lo que podría llevar a una tergiversación de su historia y esencia artística. Ante esta preocupación, se sugirió a la Comisión Local de Economía Creativa de León impulsar en colaboración con otras ciudades, una política de protección de la identidad de los productos estrella de cada ciudad creativa. El objetivo de esta política sería evitar que estos productos sean replicados en otros departamentos del país que no representen a la ciudad creativa a la que pertenecen.

Con esta propuesta se busca preservar la autenticidad y el valor cultural de "La Gigantona" y otros productos emblemáticos de cada ciudad creativa. Al promover una política de protección, se busca garantizar que estos productos sean exclusivos de su lugar de origen y que su producción y comercialización se realicen de manera responsable y respetuosa hacia su historia y esencia artística.

a. Conceptualización del Producto Estrella

“La Gigantona”, se considera un símbolo popular para la ciudad, pero además se conoce como una figura tradicional y emblemática de la cultura popular nicaragüense. Se trata de una enorme marioneta que representa a una mujer, vestida con ropa llamativa y colorida, que lleva en la cabeza una corona adornada con flores y cintas.



La Gigantona es manipulada por una persona que se encuentra dentro de la estructura y la hace moverse y bailar al ritmo de la música. Se dice que su origen se remonta a la época de la colonia española, y ha sido parte de las celebraciones populares durante siglos.

La Gigantona es especialmente protagonista durante las festividades religiosas y tradicionales, como la Semana Santa y las fiestas patronales. Durante estos eventos, la marioneta es parte de los desfiles y bailes que se llevan a cabo en las calles de León, donde la gente se congrega para disfrutar y participar en la celebración.

La Gigantona se originó como una representación satírica de las mujeres españolas y su forma de vestir y comportarse. Durante la época colonial, los indígenas y esclavos africanos que vivían en Nicaragua crearon la figura de la Gigantona para burlarse y criticar a los colonizadores españoles y su cultura. Fue diseñada como una representación exagerada y grotesca, con vestidos voluminosos y coloridos, una corona adornada y rasgos faciales caricaturizados. Aunque ha perdido parte de su carácter satírico original, se ha convertido en un símbolo cultural y festivo de León, y que hoy en día se conoce en todo el país.

b. Características del Producto Estrella

Entre los aportes destacados surgió la idea de incorporar luz a "La Gigantona", convirtiéndola en una especie de lámpara que resaltara su presencia y le diera un efecto visual único, con rostros y vestidos pomposos, lleno de colores brillantes, diseños e ilustraciones personalizados, según las rutas creativas y escenarios de la ciudad de León que pudieran asociarse y reflejarse en la marioneta.

Se propuso la creación de un catálogo que mostrara diferentes diseños de vestuarios para "La Gigantona", ofreciendo variedad y opciones para adaptarse a distintas ocasiones y gustos, reflejando su valor artístico, funcional y atractivo comercial. Fue aceptada la posibilidad de crear varias versiones de "La Gigantona" como una colección, inspiradas en diferentes temáticas como la revolución, la poesía, la religión y la literatura. Esta idea buscaba ampliar el alcance y la diversidad de "La Gigantona", brindando opciones que resonaran con distintos segmentos de la sociedad.



Otra sugerencia interesante fue la complementariedad de "La Gigantona" con una imagen en yeso de la catedral, creando así una conexión simbólica entre la marioneta gigante y el patrimonio arquitectónico de la ciudad.

También, se sugirió la incorporación del código QR al producto, ya que puede proporcionar acceso a información adicional, mejorar la experiencia del cliente, facilitar el marketing y la promoción, brindar oportunidades de interacción y retroalimentación. Puede crearse un sitio web del producto donde se describa la historia e identidad del mismo.

Se sugiere que "La Gigantona" cuente con un diseño modular armable que facilite su almacenamiento y transporte, especialmente si se tiene en mente que sea un producto exportable. Además, se recomienda que el producto cuente con un empaque que refleje su identidad cultural. Como propuesta concreta, se sugiere utilizar el diseño de la catedral de León como estructura del empaque, incluyendo una imagen visual de este icónico monumento.

Dentro del empaque, se podrían incluir las piezas de "La Gigantona" de manera organizada y segura. Además, se podría considerar la inclusión de otros productos complementarios en menor escala que identifiquen a su comitiva, por ejemplo, un enano cabezón, Pepe Chineado y otros personajes tradicionales. Asimismo, se podrían incluir elementos representativos de la ciudad de León, como un busto de Rubén Darío, una libreta de coplas musicales, representaciones de catedrales y el Cerro Negro, entre otros. Estos elementos podrían ser elaborados utilizando materiales como yeso, madera u otros rubros representativos de la ciudad.

La propuesta busca no solo ofrecer un producto de calidad, sino también resaltar la identidad cultural y el patrimonio de la ciudad de León. Al incorporar elementos simbólicos en el empaque, se brinda una experiencia completa y se permite que "La Gigantona" y sus complementos se conviertan en representantes auténticos de la riqueza cultural de la ciudad. Se genera la idea de convertir a "La Gigantona" en un producto que sea coleccionable, a fin de buscar ampliar el mercado y su comercialización.



c. Diseño visual del Producto Estrella



Ilustración 23 Producto identitario de León “La Gigantona”

MANAGUA

Durante los primeros momentos, la Comisión Local de Economía Creativa de Managua sugirió algunas propuestas desarrolladas por los protagonistas. Entre ellas se encontraba un vaso de bambú con vinil adhesivo impreso con la figura de las Huellas de Acahualinca. Otro protagonista mostró una impresión en cerámica de una fotografía representativa de Managua, mientras que el tercer protagonista exhibió llamativas lámparas hechas con material de PVC.

A medida que se presentaban los productos, se enfatizaba la importancia de integrar los diferentes rubros para crear un producto único y no repetitivo. La Comisión Local expresaba su preocupación por esta integración, ya que cada artesano tenía sus propias habilidades e intereses económicos. Sin embargo, se explicó que la metodología de desarrollo de productos identitarios buscaba la unidad entre los artesanos y la integración de los rubros prioritarios para construir un producto representativo de la ciudad de Managua.

Se explicó, que la idea es desarrollar un producto simbólico y estratégico que posteriormente pueda generar productos complementarios que refuercen al producto principal. Estos productos podrían incluir camisetas, llaveros, vasos y otros objetos con el mismo símbolo. Cada artesano también tendría la libertad de elaborar su propio producto, pero sin competir con el producto oficial. Por el contrario, se busca fortalecer al producto estrella y, al mismo tiempo, comercializar productos individuales con la imagen de este. Se utilizó la Torre Eiffel de Francia como ejemplo para respaldar este argumento.

Se subrayó que el producto estrella no estaría desvinculado del trabajo de cada artesano, sino que sería una invitación a la unidad entre ellos, a la innovación con materiales y diseños diferentes, así como a la creación de un producto emblemático que les brindaría prestigio. Se comentó a los productores que podrán generar ingresos a través del producto estrella, además de los productos complementarios que fabriquen con la imagen del mismo.

Se enfatizó en la importancia de desarrollar la metodología propuesta para el taller, mencionando que lo ideal era no mostrar productos desde un principio, sino permitir que las ideas surgieran del encuentro entre los propios protagonistas y establecer la propuesta del producto estrella, sin dejar de considerar las opciones de los productos presentados, reconociendo el valor y esfuerzo desarrollado.



Durante el proceso de evaluación, se descartaron algunas ideas, entre las cuales se encuentran:

- El vaso de bambú con el diseño de las Huellas de Acahualinca, donde se buscaba incorporar un relieve para lograr un efecto tridimensional. Aunque el efecto 3D despertó cierto interés, la mayoría consideró que no era lo suficientemente atractivo ni novedoso.
- Un reloj con una imagen representativa de la ciudad de Managua, como la Catedral, impresa en su fondo. Sin embargo, se argumentó que esta propuesta no era tan original. Además, se requería comprar el mecanismo del reloj, lo que aumentaría los costos y dependería de un proveedor externo, ya que no se fabrican en el país.

Encuentro para el diseño conceptual y detallado del producto estrella, posterior a los talleres

Se destaca que, posterior al taller, los protagonistas visitaron el Centro de Innovación y Diseño (CID) de la UNAN-Managua. Durante la visita, compartieron ideas y colaboraron estrechamente con los especialistas en innovación y diseño de la universidad, en el desarrollo y fortalecimiento de los bocetos conceptuales del producto estrella.

Durante este proceso, se tuvieron en cuenta criterios como el valor artístico, funcional, cultural, innovador y comercial del producto. Los expertos en innovación y diseño trabajaron sinérgicamente con los actores culturales y creativos de la ciudad para capturar la esencia del producto seleccionado "La Luz de Managua", y transformarla en un producto único que refleje la identidad cultural de la ciudad. Este encuentro permitió mejorar la calidad y la precisión del diseño.

El segundo encuentro fue un paso clave para generar una propuesta más detallada centrada en el diseño de una lámpara tubular. Se acordó que la base del producto sería de PVC, mientras que la estructura estaría hecha de bambú, proporcionando tanto un elemento de diseño como protección para el producto. Se planteó la idea de que la lámpara fuera modular y ensamblable tanto en posición vertical como horizontal, con la capacidad de almacenarse en un empaque junto con el bombillo. También se sugirió la posibilidad de incorporar una batería de litio, aunque se analizará el costo asociado.



Los participantes tuvieron la oportunidad de debatir y evaluar los diferentes bocetos propuestos., ya con un nivel visual más detallado mediante el modelado 3D del producto estrella.

El encuentro concluyó con orientaciones sobre la construcción del prototipo funcional, que debe ser probado y validado en los talleres o negocios de los artesanos. Se solicitó a los protagonistas elaborar la propuesta del prototipo en las semanas siguientes, con el objetivo de cumplir con los plazos establecidos, y también para recibir retroalimentación que conlleven a mejorar el producto estrella.

Posteriormente, los artesanos sostuvieron un tercer encuentro en el CID, donde afinaron detalles y discutieron algunas mejoras para fortalecer la identidad, estética y funcionalidad del producto estrella de la ciudad de Managua.

Esta colaboración interdisciplinaria enriqueció el proceso creativo y aseguró que el producto estrella reflejara la identidad cultural de la ciudad, al tiempo que cumplía con los criterios establecidos.

Se seleccionaron los rubros priorizados (Reciclaje y Bambú) para la creación del producto estrella.

a. Conceptualización del Producto Estrella

“**La Luz de Managua**”, se propone como una lámpara que incorporará el diseño de las Huellas de Acahualinca y la Culebra Emplumada de Asososca.

La Luz de Managua puede asociarse metafóricamente al ambiente vibrante y dinámico de la vida nocturna de la ciudad. Managua es conocida por su animada escena nocturna, con una amplia variedad de bares, discotecas, restaurantes y eventos culturales que mantienen la ciudad en constante movimiento.

La expresión Luz de Managua puede evocar la energía y vitalidad de la vida nocturna de la capital, donde los destellos y brillos de las luces de neón, los letreros luminosos y las actividades nocturnas iluminan toda la ciudad. Es un símbolo de la actividad social y cultural que ocurre después del anochecer, donde la ciudad cobra vida con la música, la danza, la gastronomía y la diversión.



Esta interpretación de la "Luz de Managua" resalta el carácter animado y enérgico de la ciudad, donde la vida nocturna ofrece una amplia gama de opciones de entretenimiento para residentes y visitantes. Es un reflejo de la vitalidad y el ritmo frenético de Managua, que nunca parece detenerse y donde siempre hay algo emocionante que hacer o descubrir en las horas nocturnas.

Además "La Luz de Managua" ha sido descrita como un resplandor anaranjado o rojizo que crea una atmósfera especial y distintiva en la ciudad durante la noche. Es considerada una característica única de Managua y ha inspirado a artistas, escritores y poetas a lo largo de los años. Un color adquirido producto de la incandescencia que emana del volcán Momotombo y se refleja en las nubes y la atmósfera de la ciudad.

Las "*Huellas de Acahualinca*" son un importante sitio arqueológico ubicado en la ciudad de Managua. Este sitio es conocido por contener una serie de huellas humanas y animales fosilizadas que datan de hace miles de años, durante el período precolombino que se conservan en capas de barro endurecido. Estas huellas son consideradas un valioso tesoro arqueológico y científico, ya que proporcionan información sobre las actividades y formas de vida de las personas que habitaron la zona en tiempos prehistórico.

Las huellas humanas son particularmente notables, ya que revelan detalles sobre el tamaño, la forma y la forma de caminar de los antiguos habitantes de la región. Algunas de las huellas muestran la presencia de adultos, niños e incluso animales, lo que sugiere la convivencia e interacción entre diferentes grupos en ese momento.

Las Huellas de Acahualinca son reconocidas como un importante patrimonio cultural y científico para la ciudad de Managua. Son un elemento de interés y orgullo para los habitantes de Managua y para la comunidad arqueológica en general. Estas huellas ofrecen una conexión tangible con la historia antigua de la región y son un recordatorio de la riqueza cultural y la diversidad que ha existido en el área a lo largo del tiempo.

La "*Culebra Emplumada*" de Asososca es un símbolo cultural que se encuentra entre el Lago Xolotlán y la Laguna de Nejapa, en Managua. Esta figura pictográfica fue descubierta en algún momento desconocido en la Laguna de Asososca y representa una serpiente emplumada con la cabeza levantada.



Lo más interesante de esta pictografía es su orientación hacia los cuatro puntos cardinales, lo cual sugiere que no fue colocada al azar. Se cree que la Serpiente Emplumada de Asososca puede tener un origen religioso debido a su simbolismo y su relación con la cultura nahua o náhuatl.

La "Culebra Emplumada" de Asososca es reconocida y valorada por los habitantes de Managua como un elemento distintivo de su identidad cultural. Es un símbolo cultural y patrimonial representativo de la ciudad en diferentes contextos, como el arte, artesanía, festividades o eventos culturales. La figura de la culebra emplumada tiene connotaciones históricas, mitológicas o espirituales que conectan a la comunidad con su herencia cultural y tradiciones ancestrales. Despierta mucho interés de estudiosos y visitantes que se adentran en la historia precolombina de Nicaragua.

b. Características del Producto Estrella

La propuesta es crear "La Luz de Managua" como una lámpara inspirada en la culebra emplumada, incorporando detalles de las Huellas de Acahualinca y un efecto lumínico único con ilustraciones personalizadas.

Se plantea utilizar una estructura de PVC y bambú para la lámpara, con un diseño contemporáneo que permita la proyección de la luz a través de orificios que reflejen el diseño de la culebra emplumada (esto se verificará para asegurar su viabilidad, según el protagonista que trabaja con PVC). La base y la estructura protectora de la lámpara serán elaboradas con bambú, y se añadirán decoraciones de cerámica alrededor de la estructura, realzando su valor artístico, funcional y atractivo comercial.

Se recomendó que el producto incluya un empaque que refleje su identidad cultural. La propuesta del producto estrella y su empaque debe ofrecer calidad y al mismo tiempo destacar la identidad cultural y el patrimonio de la ciudad de Managua. Se considera que el empaque puede ser de cartón o bambú, con diseño troquelado que contenga ilustraciones de la culebra emplumada y las huellas de Acahualinca.



c. Diseño visual del Producto Estrella

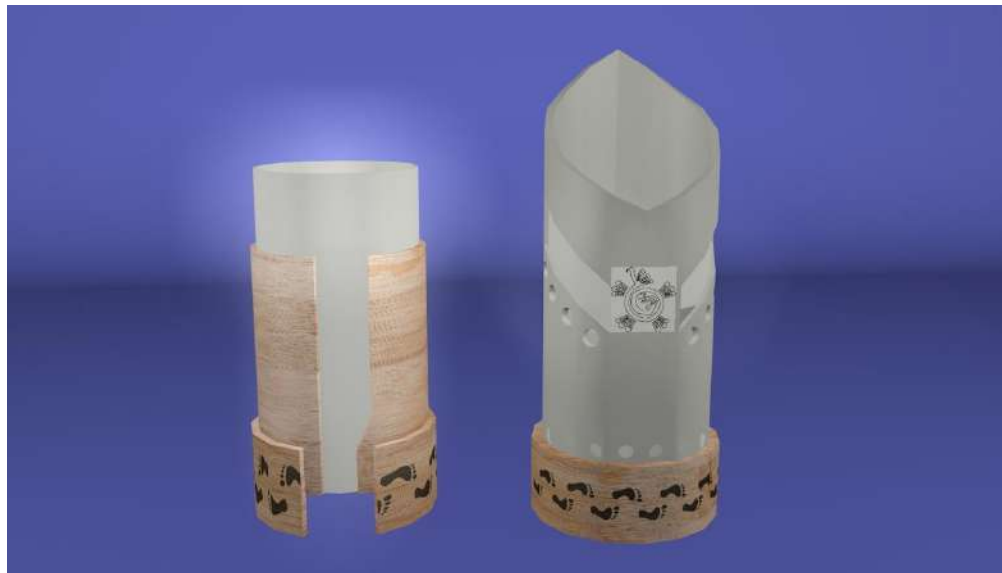


Ilustración 24 Propuestas de diseño del Producto identitario de Managua “La luz de Managua”



Ilustración 25 Propuesta de empaque elaborado en cartón



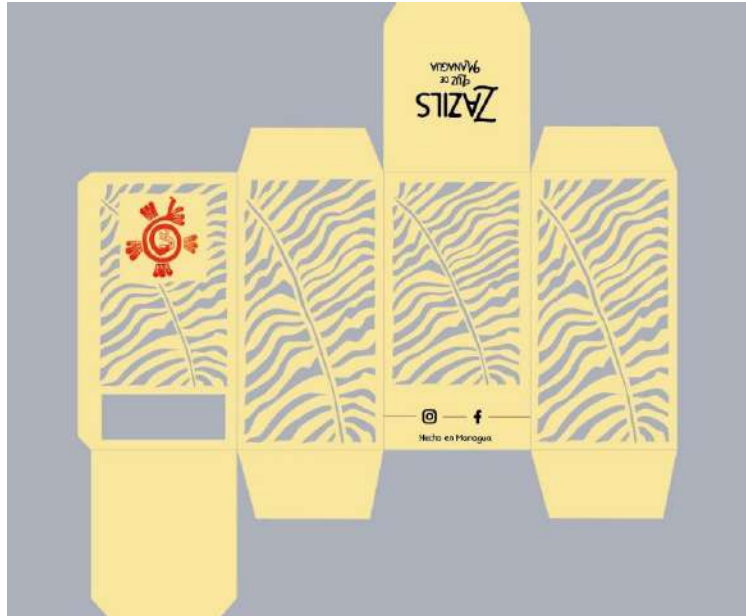


Ilustración 26 Propuesta de empaque troquelado elaborado en cartón o bambú



Ilustración 27 Referencia del diseño de empaque troquelado





Ilustración 28 Prototipo funcional del producto estrella de Managua



Ilustración 29 Prototipo funcional 2 del producto estrella de Managua



MASAYA

Se seleccionaron los rubros priorizados (Madera, Textil, Manila, Fibra) para la creación del producto estrella.

a. Conceptualización del Producto Estrella

“**MARIMBAR**”, se propone como un elemento emblemático y representativo de la ciudad de Masaya. Una artesanía que captura la esencia de los elementos identitarios y culturales de la ciudad en su diseño. La marimba es un elemento de gran importancia en la ciudad de Masaya. Este instrumento musical de percusión tiene sus raíces en África, pero a lo largo de los años se ha arraigado profundamente en la cultura y se ha convertido en un símbolo representativo de la ciudad.

Es un instrumento que se ha transmitido de generación en generación como una valiosa tradición cultural, considerado como un elemento central en la música y las expresiones folclóricas del país. Su presencia es especialmente destacada en festividades tradicionales, fiestas patronales y eventos culturales, donde se escucha su cautivador sonido y se disfruta de su vibrante ritmo.

La marimba en Masaya no solo es apreciada por su melodía y su capacidad para animar las celebraciones, sino que también tiene un profundo significado social. El tocar la marimba se ha convertido en una actividad comunitaria en la que personas de todas las edades se unen para compartir su pasión por la música y el baile, representando un símbolo de unidad y cohesión dentro de la comunidad de Masaya; y a través de ella, se fortalecen los lazos entre las personas y se fomenta el sentido de pertenencia a la ciudad.

Por lo tanto, la marimba es un patrimonio cultural invaluable para Masaya, y la Nación. Su preservación y promoción son fundamentales para mantener viva la riqueza musical de la región y transmitirla a las generaciones futuras. Es un símbolo de identidad y pertenencia, pues la marimba de Masaya tiene su propio estilo y peculiaridades sonoras que la diferencian de otras marimbas en el país y en la región. Es un motivo de orgullo para los habitantes de Masaya, quienes encuentran en este instrumento una forma de expresar su historia, su herencia y su amor por su cultura.



b. Características del Producto Estrella

Se propone una Marimba que se convierte en un elemento simbólico que guarda la historia y el patrimonio cultural de Masaya. La marimba estará hecha de madera, un material tradicionalmente utilizado en la fabricación de este instrumento musical, que aportará calidez y autenticidad al diseño.

Los bolillos utilizados para tocar la marimba se incorporarán en los laterales del instrumento. Estos elementos son esenciales en la interpretación de la música tradicional de Masaya y agregarán un toque distintivo al diseño. La base de la marimba contará con dos orificios diseñados específicamente para incorporar botellas de ron o vino, y resaltará la tradición festiva de Masaya y su carácter social. Debajo de las teclas de la marimba se ubicarán shot o pequeñas copitas para servir el trago de licor, lo que acentuará la interacción y el aspecto social de la marimba, proporcionando una experiencia completa para músicos y público en general.

El diseño de la marimba incluirá ilustraciones propias de Masaya, que pueden reflejar elementos culturales, históricos o naturales icónicos de la ciudad. Estos diseños añadirán un carácter único y distintivo al instrumento, capturando la esencia de Masaya en cada detalle.

La propuesta de marca ciudad de Masaya se integrará en el diseño de la marimba, ya sea mediante logotipos, símbolos o tipografías, lo que fortalecerá la identidad visual de Masaya y creará una conexión entre la marimba y la promoción de la ciudad.

Este producto mostrará un diseño único y significativo que capturará la esencia de Masaya y su rica herencia cultural en un instrumento musical emblemático.



c. **Diseño visual del Producto Estrella**



Ilustración 30 Modelado del Producto identitario de Masaya “MARIMBAR”



Ilustración 31 Detalles del producto estrella de Masaya





Ilustración 32 Proceso de fabricación del Prototipo funcional "MARIMBAR"



MATAGALPA

Durante el taller, se lograron diseñar 6 propuestas, basados en los requerimientos, ideas y creatividad aportadas por los artesanos y los especialistas en innovación y diseño de la UNAN-Managua. Se destaca que todos los diseños estuvieron enfocados en la misma funcionalidad y utilidad. Para la etapa de validación, se sugiere seleccionar 2 prototipos que representen de manera óptima la esencia del producto estrella, pero definiendo el diseño oficial.

Con miras a la comercialización y posicionamiento del producto estrella en diferentes presentaciones, se propone elaborar los 4 prototipos restantes para el futuro. De esta manera, se podrán ofrecer variaciones y opciones atractivas para satisfacer distintos segmentos del mercado.

La consideración de múltiples prototipos permitirá una evaluación más completa de las características, funcionalidades y aceptación entre el público. Así, se asegurará que el producto estrella se destaque por su autenticidad y adaptabilidad, contribuyendo al impulso del emprendimiento local y la promoción del turismo cultural en la ciudad creativa de Matagalpa.

Se seleccionaron los rubros priorizados:

- Bambú Carrizo (ocote y comunidad San Francisco)
- Cerámica Negra (Matagalpa)
- Telares Indígenas El Chile (comunidad indígena El Chile)
- Barro (piedra de agua) *
- Palma (sitio viejo)

d. Conceptualización del Producto Estrella

“Chorreador de café”. El café es para la ciudad de Matagalpa de gran importancia y representatividad, como para el país, debido a su tradición histórica y calidad excepcional. Matagalpa es conocida como una de las principales regiones cafetaleras de Nicaragua, y su café es reconocido tanto a nivel nacional como internacional por su sabor y aroma distintivos.



La producción y exportación de café han sido una parte fundamental de la economía de Matagalpa durante décadas. La ciudad cuenta con una geografía y un clima ideales para el cultivo de café, lo que ha permitido que se cultiven variedades de gran calidad y se implementen prácticas sostenibles en su producción. Un aspecto interesante a resaltar es que *“cuando se habla de Matagalpa, lo primero que se viene a la mente es un buen café”*.

Además del café en sí, otro elemento icónico y representativo de la cultura cafetalera en Matagalpa es el *"chorreador"*. El chorreador es un método tradicional de preparar café que ha sido transmitido de generación en generación en la región. Consiste en una especie de soporte o marco de madera con un filtro de tela, donde se coloca el café molido y se vierte agua caliente de manera lenta y continua, permitiendo que el café se infunda y se filtre gradualmente.

El chorreador es considerado un símbolo de la cultura cafetalera en Matagalpa y representa la conexión profunda entre la tradición, la comunidad y el café en la vida diaria de las personas. Su uso resalta la importancia de la preparación cuidadosa y artesanal del café, lo que realza su sabor y experiencia sensorial al disfrutar de esta bebida.

e. Características del Producto Estrella

El producto estrella de Matagalpa *“Chorreador de café”*, se visualiza como un producto estrella que formaría parte esencial de la cultura cafetalera del departamento y de Nicaragua en general. Este producto se destacará por su cuidadoso diseño y sus características técnicas bien pensadas.

La estructura del chorreador se construirá utilizando bambú de alta calidad, lo que asegurará una base sólida y resistente, brindando estabilidad y durabilidad al conjunto. La parte superior del chorreador se compone de un filtro de tela de alta calidad. Este filtro juega un papel crucial en el proceso de preparación, permitiendo que el café se infunda con agua caliente y que, posteriormente, se filtre de manera gradual, lo que garantizará una extracción óptima de los sabores y aromas del café.

Se pretende que donde se ubique el filtro tenga forma de canasto, siendo otra característica distintiva de la estructura del chorreador. Esta forma evoca la tradición y la conexión con la naturaleza del proceso de recolección del café, realzando la experiencia auténtica y artesanal de preparar esta bebida icónica.



El filtro del chorreador, como un elemento esencial en la preparación del café, se elaborará a partir de los telares del chile. Esta elección representa un enfoque original y sostenible, al aprovechar las técnicas tradicionales de tejido y la fibra natural para su fabricación.

El uso de los telares del chile para confeccionar el filtro aporta un valor añadido, ya que esta técnica de tejido es una expresión cultural arraigada en la región de Matagalpa. Al incorporar elementos locales y artesanales en el proceso, el filtro adquiere un carácter único y distintivo, resaltando la riqueza de la tradición textil del lugar.

El diseño del marco de bambú incluirá detalles troquelados o ilustraciones que rinden homenaje a los campesinos recolectores de café, resaltando su papel vital en la cultura cafetalera de la región. Esta representación visual es una manera de reconocer y valorar el esfuerzo y la dedicación de quienes cultivan y cosechan el café, lo que añade un valor simbólico y emocional al producto.

La base del chorreador será amplia y estará hecha también de bambú. Se añadirá al conjunto una tasa de barro rojo en forma de pocillo, que aportará un toque tradicional y distintivo de la zona. Este pocillo típico de la cultura cafetalera local, permitirá disfrutar de un buen café, conectándonos con la riqueza histórica y cultural de Matagalpa. Además, se añadirá como valor agregado una elegante azucarera elaborada en cerámica negra, que complementa el diseño, y permitirá endulzar el café según el gusto de cada persona.

El chorreador dispondrá de compartimentos estratégicos en la base o parte lateral de su estructura, donde se ubicarán de 2 a 3 canastos elaborados a base de fibra de palma, forrado con los telares del chile. Estos canastos brindarán la posibilidad de almacenar rosquillas, café u otros alimentos que el usuario desee, realzando así la rica tradición gastronómica local. Esta adición enriquecerá la experiencia de degustar el café al acompañarlo con otros productos típicos de la región.

El diseño del chorreador será modular garantizando un ensamblaje sencillo y rápido. Esta característica práctica asegura que el chorreador sea accesible y funcional tanto para los usuarios locales como para su exportación a otros lugares.

Se sugiere un empaque minimalista y práctico, para garantizar la portabilidad y protección del chorreador. En su diseño tendrá la marca de la ciudad creativa, así como ilustraciones representativas de Matagalpa. Este empaque permitirá que el chorreador sea un souvenir especial y apreciado, tanto en el ámbito nacional como en el internacional.



Cambios en la propuesta

Se sostuvieron encuentros posteriores con los artesanos, donde presentaron varios prototipos funcionales del chorreador. Durante estas sesiones, se sugirió reducir el tamaño del chorreador e incorporar en su diseño ilustraciones gráficas que representen a un campesino recolectando granos de café, lo que destacará la identidad cultural de la región cafetalera. Además, se consideró el tamaño del filtro para garantizar una preparación adecuada del café, ya que era demasiado grande y muy grueso.

Es relevante mencionar que algunas recomendaciones adicionales fueron aportadas por una experta en catación de café, quien brindó su valioso conocimiento y experiencia para perfeccionar el diseño del producto. Gracias a estas sugerencias, se logró optimizar el chorreador en términos de funcionalidad, estética y experiencia de usuario, asegurando así un producto estrella de alta calidad y adaptado a las preferencias del mercado y los amantes del café.

f. Diseño visual del Producto Estrella



Ilustración 33 Modelado del Producto identitario de Matagalpa "Chorreador de café"





Ilustración 34 Modelado2 del Producto identitarios de Matagalpa "Chorreador de café"



Ilustración 35 Prototipo funcional "Chorreador de café"





Ilustración 36 Prototipo funcional 2 "Chorreador de café"



Ilustración 37 Prototipo funcional 3 "Chorreador de café"





Ilustración 3821 Prototipo funcional 4 "Chorreador de café"



NAGAROTE

Se seleccionaron los rubros priorizados (Cuero, Madera, Barro y Reciclaje) para la creación del producto estrella.

a. Conceptualización del Producto Estrella

“**La Quesillera**”. El Quesillo representa un plato típico y tradicional de la región, que se ha convertido en un símbolo gastronómico de la localidad. El quesillo es un tipo de queso fresco enrollado en una tortilla de maíz suave y acompañado de cebolla encurtida, crema agria y sal. Es una delicia culinaria muy popular en Nagarote y en toda Nicaragua. Además, de representar el gusto y el paladar de los habitantes nacionales, este plato típico también atrae a turistas y visitantes que desean probar esta especialidad local. Es un símbolo de identidad gastronómica y una parada obligatoria para aquellos que quieren experimentar la cocina nicaragüense auténtica.

La figura del quesillero o quesillera también representa un símbolo de identidad local y orgullo para la comunidad de Nagarote. En esta ciudad, la figura del quesillero o quesillera es muy importante y representa una tradición y profesión culinaria, a través de la cual se vende el quesillo como un medio de sustento para muchas personas.

Las Quesilleras son personas dedicadas a la preparación y venta de quesillos, y su trabajo es altamente apreciado en la comunidad. Son reconocidas por preservar y promover esta tradición culinaria, y tradicionalmente son mujeres quienes ejercen esta labor. Muchas veces, esta habilidad es transmitida de generación en generación, convirtiéndose en una tradición familiar. Se dice que las quesilleras cuando van por las calles vendiendo quesillos, van cantando o tarareando notas musicales que alegran a los transeúntes.

Además, el trabajo de la quesillera tiene un impacto económico significativo en la comunidad. Muchas familias dependen de la venta de quesillos para su sustento diario, lo que convierte a los quesilleras en emprendedoras locales y contribuyentes a la economía local. Estos argumentos permiten reconocer que “La Quesillera” se considere como un símbolo identitario de la ciudad de Nagarote.



b. Características del Producto Estrella

El producto estrella de Nagarote “La Quesillera” tiene un significado especial y representa a las mujeres laboriosas del municipio que se dedican a la producción de quesillos. En un esfuerzo por resaltar esta figura y promover la identidad local, se propone la creación de la imagen de una quesillera en forma de guitarra, elaborada en madera y decorada con piezas de reciclaje como el vidrio y caucho.

Esta Quesillera se convertirá en un elemento único al combinarla con un ukulele ensamblado en una base de material reciclado. El objetivo es integrar todos los aspectos relacionados en un solo elemento, mostrando la complementariedad entre la figura de “La Quesillera” y la música que la acompaña mientras vende por las calles y canta.

Además, se diseñará una Quesillera complementaria con diseño más tradicional utilizando materiales como barro, madera y material reciclado, la cual incorporará elementos naturales como cabello real en su cabeza, por lo que se pueden establecer alianzas con peluquerías locales, lo que dinamizará también a este sector socioeconómico. Se busca capturar la esencia de “La Quesillera” y su importancia cultural, representándola de manera auténtica en el diseño. Parea ello, se tomó en cuenta la incorporación de elementos icónicos, como el delantal con el diseño del árbol de jenízaro, y se prestó especial atención a los detalles estéticos que aportarán un toque distintivo al producto.

También, se sugirió crear otros diseños de los delantales con ilustraciones representativas de la ciudad de Nagarote, esto permitirá que este producto se vuelva coleccionable para lograr estilos diferentes, a fin de atender distintos gustos y preferencias existentes en el mercado.

Se consideró que, para el caso de la bandeja y la batea utilizadas por la quesillera, se elaboren en madera, y los depósitos para los productos se utilicen materiales reciclados.

El diseño del empaque para este producto debe reflejar los elementos representativos y característicos del municipio, y se sugiere realizar un primer prototipo Premium en una caja de madera, y uno básico quedando abierta la propuesta, considerando que tengan decoraciones representativas de la ciudad. En síntesis, el producto estrella será un combo de dos Quesilleras, una hecha de barro y otra elaborada a base de madera representando una guitarra musical.



Se solicitó prestar especial atención a las dimensiones del producto, asegurándose de que fueran proporcionales y acordes con la representación conceptual de “La Quesillera”, de tal forma que la propuesta en forma de ukulele fuese de igual dimensión al diseño de “La Quesillera” de barro.

La ruta del queso se destaca como parte de la propuesta, enfatizando la importancia de mantener un municipio limpio, fomentando la artesanía local, los emprendimientos y, por supuesto, el producto estrella: La Quesillera. El mercado potencial para este producto incluye a personas que aprecian la decoración y la música, y por supuesto a los amantes del queso.

También, se sugirió la incorporación del código QR al producto, ya que puede proporcionar acceso a información adicional, mejorar la experiencia del cliente, facilitar el marketing y la promoción, brindar oportunidades de interacción y retroalimentación. Puede crearse un sitio web del producto donde se describa la historia e identidad del mismo.

Cambios en la propuesta

Se destaca que en encuentros posteriores con los artesanos se decidió dejar únicamente a la Quesillera de barro, la cual se abriera por la mita como una muñeca matrioska (artesanía representativa de Rusia) y almacenará alimentos secos, según la preferencia de los consumidores. Esta propuesta mantendría el resto de especificaciones establecidas.

c. Diseño visual del Producto Estrella



Ilustración 39 Modelado del Producto identitario de Nagarote “La Quesillera”





Ilustración 40 Batea elaborada con caucho reciclado



Ilustración 41 Prototipo funcional "La Quesillera"



SAN JUAN DE ORIENTE

Se seleccionaron los rubros priorizados (Barro y Piedra) para la creación del producto estrella.

a. Conceptualización del Producto Estrella

“**TOTTEM PRECOLOMBINO**”, se propone como un elemento emblemático y representativo de la ciudad de San Juan de Oriente. Una artesanía elaborada a base de barro que incluye el Jaguar y los ídolos ciego, mudo y sordo, que capturan la esencia de los elementos identitarios y culturales de la ciudad en su diseño.

La identidad de San Juan de Oriente se entrelaza con el arte ancestral del barro, que ha sido moldeado a través de los siglos por sus ancestros, mediante la memoria colectiva, la conexión con la tierra y el transcurrir del tiempo. Conocido como "La Cuna del Arte y Belleza Precolombina", este pueblo resplandece con una paleta de colores vivos y una abundancia de obras de arte en barro que decoran cada rincón. Cada una de estas piezas exhibe una calidad artística excepcional y diseños mágicos, que reflejan el legado cultural arraigado en la comunidad. En San Juan de Oriente, los talleres de barro y cerámica se llenan de vida, color y, sobre todo, con ese toque ancestral transmitido de generación en generación.

El *barro* es más que un simple material en San Juan de Oriente; es un medio a través del cual se conectan con sus raíces y mantienen viva la herencia precolombina. Cada pieza moldeada en barro es una manifestación tangible de su historia y un testimonio de la creatividad, destreza y espiritualidad que fluye en esta comunidad.

Los *ídolos*, figuras humanas y animales modelados en barro, representan la conexión de la comunidad con sus antepasados y sus creencias ancestrales. Estos ídolos son considerados amuletos protectores y objetos de veneración.

El *jaguar* es un símbolo de gran importancia en la cultura precolombina de Nicaragua y está estrechamente relacionado con la cosmología y las creencias indígenas. Este majestuoso felino se consideraba un ser poderoso y sagrado, y su presencia se puede encontrar en muchas manifestaciones artísticas y culturales en San Juan de Oriente. Las representaciones del jaguar en cerámicas, pinturas y esculturas son un recordatorio del vínculo ancestral entre la comunidad y la naturaleza, así como un símbolo de fuerza y protección.



Las *figuras del ciego, el sordo y el mudo* son otro elemento identitario de la zona que se encuentran en diversas manifestaciones artísticas y son parte de las representaciones ancestrales de los ídolos de la época. Estas representaciones pueden interpretarse como una expresión de respeto y reconocimiento a la diversidad humana, así como una reflexión sobre la importancia de la inclusión y la igualdad en la comunidad. Además, estas figuras pueden tener un significado simbólico relacionado con el poder de la comunicación no verbal y la conexión espiritual.

b. Características del Producto Estrella

Se propone el “Totem Precolombino”, con un diseño compuesto por el jaguar y los ídolos ciego, sordo y mudo, elaborados en barro con detalles precolombinos, que resaltará la historia y el patrimonio cultural de las tradiciones de San Juan de Oriente, así como el orgullo de su rica herencia cultural.

Este totem estará diseñado de forma modular, conformado por 5 piezas que pueden desarmarse. Al desmontar el totem, los ídolos ciego, sordo y mudo se transformarán en vasos o jarrones, mientras que la base y la cabeza del jaguar se combinarán para crear una nueva artesanía. La cabeza del jaguar, al separarse del conjunto, la base podrá utilizarse como un recipiente para snacks u otros recursos.

La caja que contiene el totem será de cartón o madera, con un diseño precolombino que resalte la belleza y la importancia cultural de la pieza. El empaque de madera puede ofrecerse como un producto premium, añadiendo un toque de exclusividad.

Las dimensiones de los vasos serán de aproximadamente 4 pulgadas de ancho y 2.40 pulgadas de alto. La cabeza del jaguar tendrá una altura de 2.5 a 3 pulgadas, mientras que la base con las patitas medirá entre 1.5 y 2 pulgadas de alto. El tamaño total del totem será de aproximadamente 2.5 a 3 pulgadas de ancho y 20 pulgadas de alto.

Por su parte, el empaque tendrá dimensiones de 21 pulgadas de alto y de 2.5 a 3.5 pulgadas de ancho, brindando protección y presentación identitaria al totem precolombino.

Esta propuesta de diseño modular y funcional resalta la versatilidad del totem, permitiendo su transformación en diferentes elementos decorativos y utilitarios, al tiempo que se enfatiza su valor artístico y cultural.



Cambios en la propuesta

Se destaca que en encuentros posteriores con los artesanos se decidió realizar algunas modificaciones al diseño del totem, adecuando ilustraciones precolombinas con mayor identidad cultural. Esta propuesta mantendría el resto de especificaciones establecidas.

c. Diseño visual del Producto Estrella



Ilustración 42 Modelado de la cabeza del Jaguar



Ilustración 43 Primer modelado del Totem Precolombino



VI. RESULTADOS

Logros alcanzados:

- Proyección de las expresiones culturales y creativas, a través del diseño de productos identitarios de las ciudades creativas de Nicaragua, contribuyendo al fortalecimiento y competitividad de los productos locales y a la economía creativa del país.
- Generado el pensamiento divergente en los artesanos, lo que ha permitido romper algunas prácticas tradicionales en el desarrollo de los productos en la mayoría de las ciudades creativas, dando lugar a la exploración de múltiples posibilidades, perspectivas y enfoques creativos para el desarrollo de los productos estrella.
- Definidos y seleccionados los productos estrellas que representarán el acervo cultural de las 10 ciudades creativas del país.
- Fortalecidas la capacidad creativa y emprendedora de 57 artesanos, para la solución de problemas concretos y el diseño de productos originales, ajustados a las necesidades y tendencias del mercado actual.
- Elaborado los bocetos conceptuales y modelos digitales de los productos estrellas, incorporando la identidad y características únicas de cada ciudad creativa. Los productos estrellas han sido cuidadosamente diseñados para preservar la autenticidad y el valor cultural de los símbolos emblemáticos de cada ciudad creativa.
- Diseñados 10 productos estrellas que cumplen con los criterios definidos: valor cultural, artístico, funcional, innovación y comercial.
- Intercambio de ideas, experiencias y sentires entre los artesanos, productores, Comisiones Locales de Economía Creativa y la academia.
- Productos estrellas diseñados para ser vendidos en el mercado nacional e internacional, teniendo en cuenta su facilidad de transporte.
- Divulgado el proceso de los talleres, a través de publicaciones en plataformas virtuales, para el fortalecimiento del proceso y posicionamiento del Programa COCREAMOS.



Recomendaciones y perspectivas futuras

- Promover capacitaciones en materia de creatividad e innovación, así como en el desarrollo de habilidades blandas, con el objetivo de fomentar el trabajo colaborativo y transformar las prácticas tradicionales utilizadas por algunos artesanos y productores en la construcción de sus productos. Estas capacitaciones serán fundamentales para seguir fomentando la diferenciación y calidad en los productos estrellas, así como en los productos que se elaboran a nivel local en cada una de las ciudades creativas.
- Es esencial que los artesanos y productores seleccionados comprendan el alcance e importancia que tiene su participación en el proceso de diseño y creación de los productos estrella para su ciudad. Conscientes de su rol fundamental, podrán contribuir de manera significativa al desarrollo de productos que reflejen la identidad y riqueza cultural de su ciudad, promoviendo así un mayor sentido de pertenencia y valoración de sus creaciones tanto a nivel local como en el mercado internacional.
- Es crucial alcanzar un mayor compromiso y apropiación por parte de algunas Comisiones Locales de Economía Creativa para fortalecer la metodología destinada a la promoción de productos culturales de nuestros pueblos, específicamente en los Productos Estrella. La colaboración activa y proactiva de las Comisiones será determinante para potenciar la difusión y el éxito de los productos culturales locales.
- Para garantizar un proceso exitoso, es fundamental que las Comisiones Locales de Economía Creativa mantengan una participación continua en el desarrollo de los productos estrella, incluyendo visitas a los negocios o talleres de los artesanos. Esta implicación constante asegurará la calidad de los productos y el cumplimiento en los plazos establecidos. Las Comisiones deben proporcionar una orientación y apoyo constante a los productores, de modo que se sientan acompañados durante todo el proceso y se asegure el compromiso pleno de los propios protagonistas. Además, la cercanía y asistencia activa contribuirá al fortalecimiento de los lazos de confianza.
- Resulta necesario llevar a cabo pruebas exhaustivas de los prototipos con el objetivo de lograr el desarrollo de los productos estrella deseados por cada ciudad creativa. Es imprescindible valorar los resultados y criterios definidos durante este proceso para garantizar una comercialización exitosa en el mercado.



El análisis riguroso de los prototipos permitirá pulir y perfeccionar los productos, asegurando así su calidad y aumentando la probabilidad de aceptación por parte de los clientes potenciales.

- Se sugiere llevar a cabo grupos focales con posibles clientes potenciales para analizar los gustos y preferencias del mercado. Estos grupos proporcionarán una valiosa contribución para la aceptación o mejora de los productos estrella.
- Los productos estrella de cada ciudad creativa deben mantenerse en constante actualización y adaptarse a las tendencias del mercado emergente, para garantizar que sigan siendo atractivos y relevantes para los clientes, asegurando así su competitividad y éxito a largo plazo.
- Mantener el fomento del trabajo colaborativo mediante la co-creación y facilitar el intercambio de ideas entre los artesanos y productores de cada ciudad creativa puede ayudar a abrir nuevas oportunidades de negocio y emprendimiento en el ámbito cultural. A través de la sinergia y la formación de alianzas, se podrían crear nuevos proyectos y empresas culturales que impulsen el desarrollo económico local y generen empleo en el sector creativo.
- Es fundamental promover y lograr que los productos estrellas destaquen por su calidad y originalidad, para alcanzar reconocimiento a nivel nacional e internacional. Esto puede ayudar a que se abran puertas para la exportación y la proyección de la cultura nicaragüense en mercados extranjeros, lo que contribuiría a la promoción del país como destino creativo y cultural, a la vez que se fortalece la economía creativa nacional.



VII. ANEXOS

Anexo 1. Galería fotográfica

Fotografías del proceso en Bluefields



Ilustración 44 Interacción con protagonistas y miembros de la Comisión Local de Economía Creativa de Bluefields



Ilustración 45 Explicación de las especificaciones de diseño para el producto estrella de Bluefields





Ilustración 46 Propuesta de Bocetaje 1 de la “Cultura Afro Nicaragüense”



Ilustración 47 Propuesta de Bocetaje 2 de la “Cultura Afro Nicaragüense”



Fotografías del proceso en Granada



Ilustración 48 Interacción con protagonistas y miembros de la Comisión Local de Economía Creativa de Granada



Ilustración 49 Mesas de trabajo creativa generando ideas para el diseño del producto estrella de Granada



Ilustración 50 Exposición de una de las propuestas de producto estrella de Granada



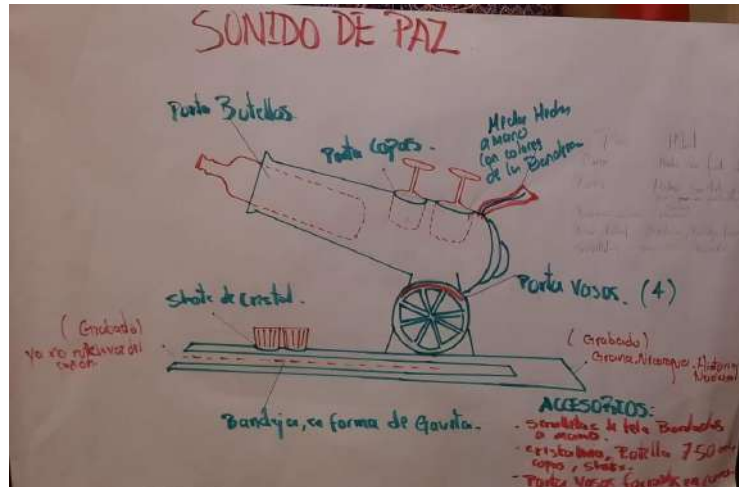


Ilustración 51 Bocetaje de la propuesta "Sonido de Paz"



Ilustración 52 Propuesta de la maqueta digital de la "Caja Histórica de Granada"



Fotografías del proceso en Estelí



Ilustración 53 Interacción con protagonistas y miembros de la Comisión Local de Economía Creativa de Estelí



Ilustración 54 Proceso creativo del diseño conceptual del producto "El Chaman"



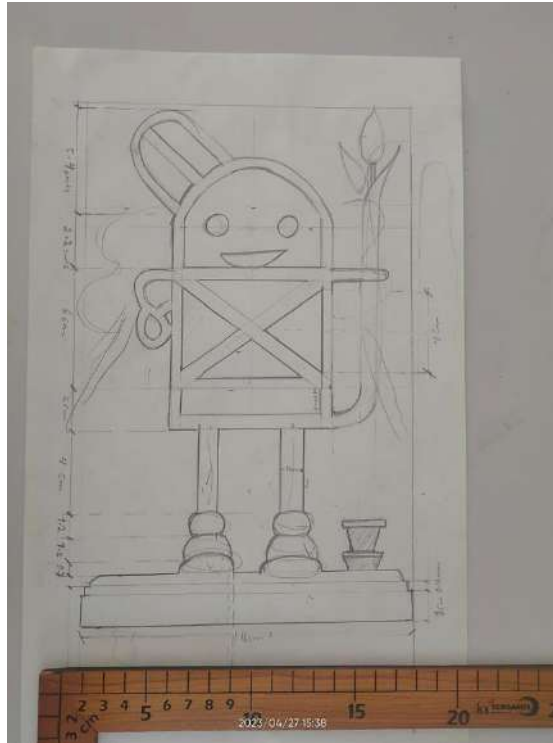


Ilustración 55 Dibujo técnico de "El Chamán"



Fotografías del proceso en Juigalpa



Ilustración 56 Exposición de la metodología del taller a protagonistas de la ciudad creativa de Juigalpa



Ilustración 57 Debate sobre el diseño del producto estrella de Juigalpa





Ilustración 58 Presentación del producto estrella "Morir Soñando"

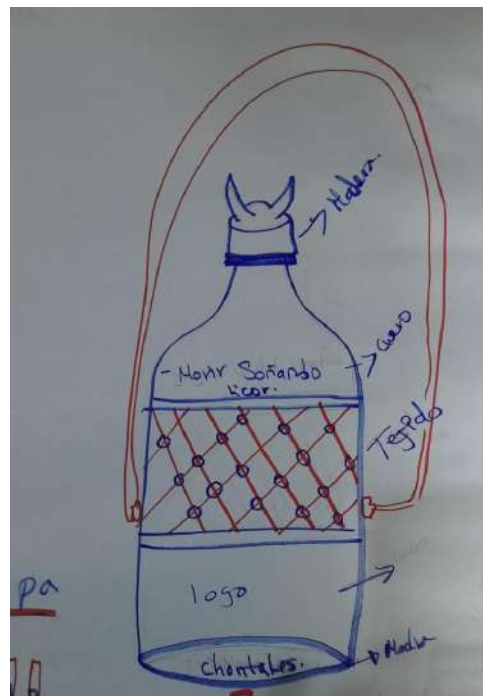


Ilustración 59 Dibujo técnico del "Morir Soñando"



Fotografías del proceso en León



Ilustración 60 Interacción con protagonistas y miembros de la Comisión Local de Economía Creativa de León



Ilustración 61 Debate sobre el diseño del producto estrella de León



Fotografías del proceso en Managua



Ilustración 62 Interacción con protagonistas y miembros de la Comisión Local de Economía Creativa de Managua



Ilustración 64 Debate sobre el diseño del producto estrella de Managua



Ilustración 63 Visita de protagonistas al Centro de Innovación y Diseño, CID UNAN-Managua



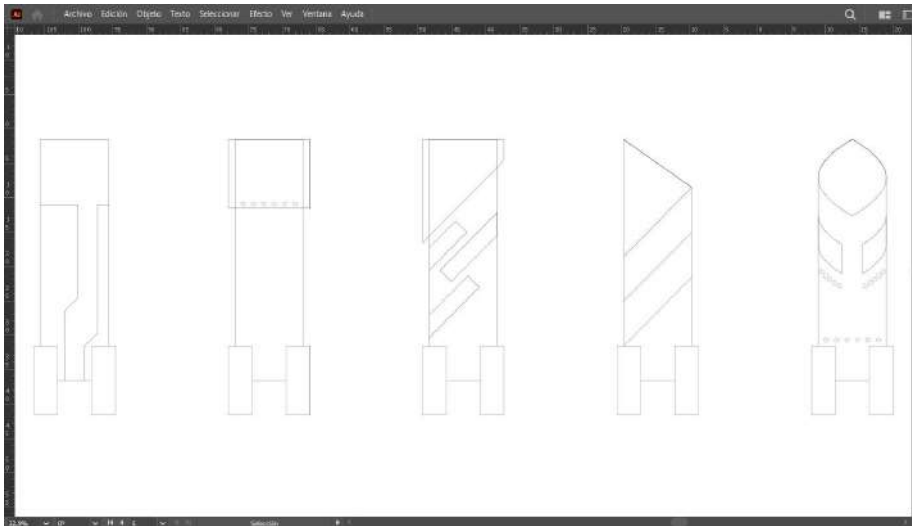


Ilustración 66 Propuestas de Bocetaje de “La Luz de Managua”

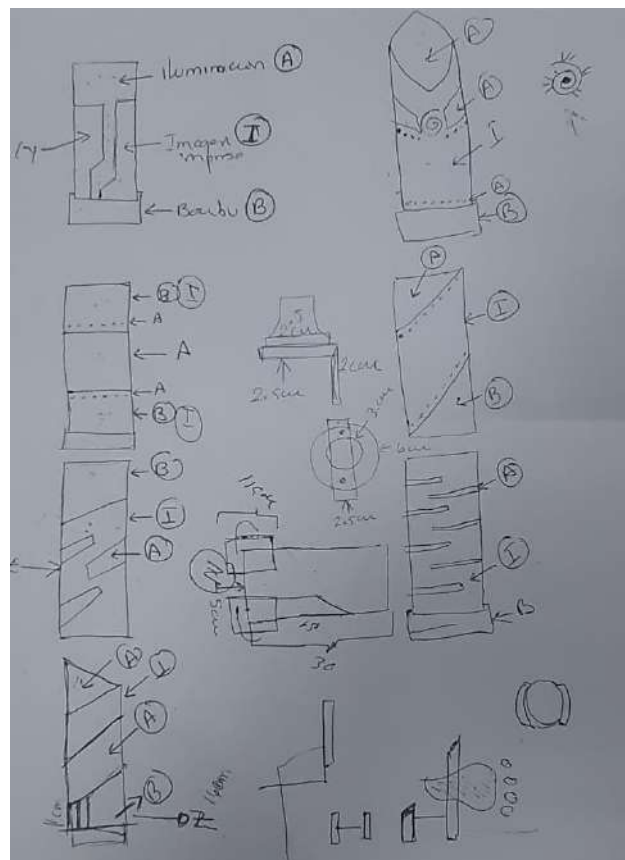


Ilustración 65 Dibujo técnico de “La Luz de Managua”



Fotografías del proceso en Masaya y San Juan de Oriente



Ilustración 67 Interacción con protagonistas y miembros de la Comisión Local de Economía Creativa de Masaya y San Juan de Oriente



Ilustración 68 Debate sobre el diseño del "Totem Precolombino"



Ilustración 69 Presentación del producto estrella de Masaya





Ilustración 70 Presentación del producto estrella de San Juan de Oriente



Ilustración 71 Ilustración 61 Construcción del Prototipo Funcional "MARIMBAR"



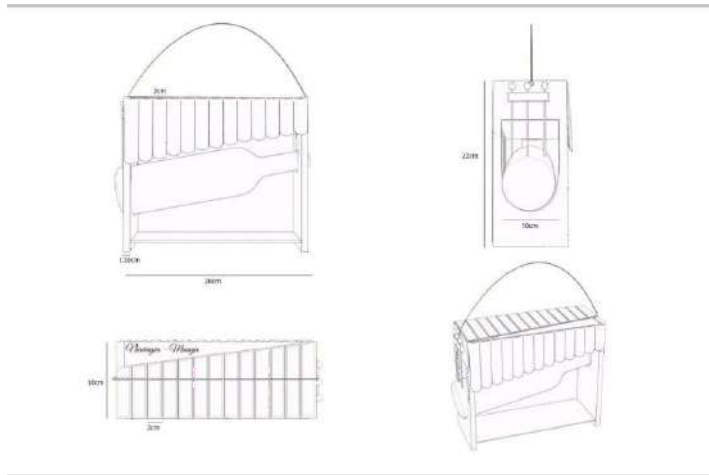


Ilustración 72 Dibujo técnico de "MARIMBAR"

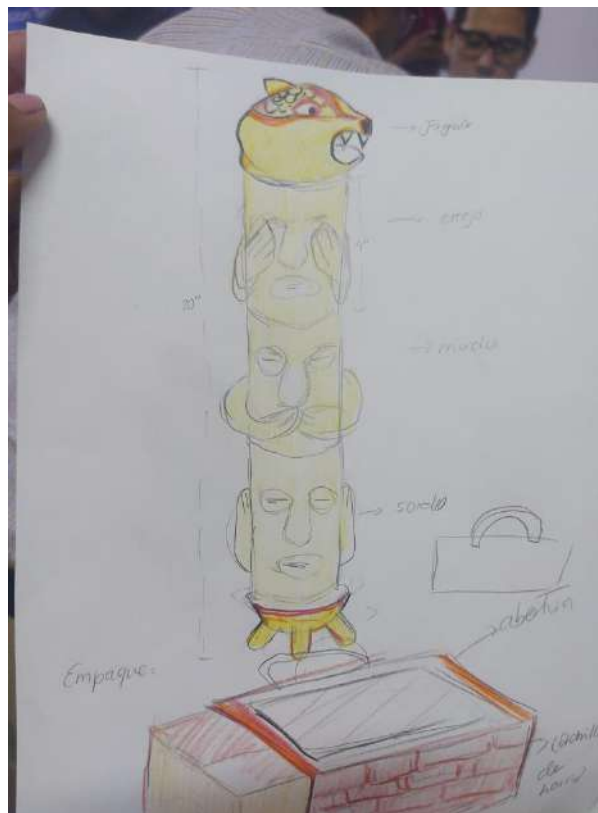


Ilustración 73 Dibujo técnico del "Totem Precolombino"

Fotografías del proceso en Matagalpa



Ilustración 74 Participantes del taller de diseño de productos estrellas en FAREM Matagalpa



Ilustración 75 Explicación de la metodología del taller





Ilustración 76 Protagonistas y delegados de la ciudad creativa de Matagalpa



Ilustración 77 Debate sobre diseño del "Chorreador de café"





Ilustración 78 Mesas de trabajo creativo generando propuesta de diseño del "Chorreador de café"



Ilustración 79 Dibujo técnico del "Chorreador de café"



Fotografías del proceso en Nagarote



Ilustración 80 Interacción con protagonistas y miembros de la Comisión Local de Economía Creativa de Nagarote



Ilustración 81 Debate sobre el diseño de "La Quesillera"





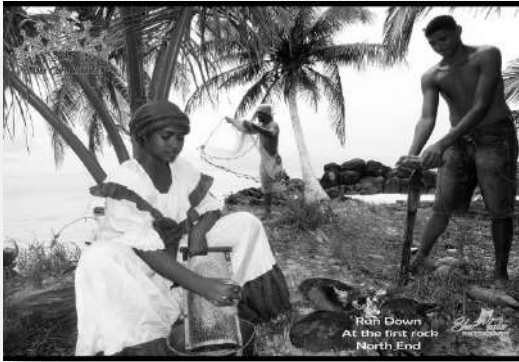
Ilustración 82 Participantes del taller de diseño de productos en la ciudad creativa de Nagarote



Anexo 2. Tabla de participación en los talleres de diseño de Productos Estrella por Ciudad Creativa de Nicaragua.

#	Ciudad Creativa	Participación Ciudades Creativas Nicaragua											Total
		Protagonistas		Facilitadores / mentores		Delegados institucionales		Total participantes * género					
		Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres				
1	Bluefields	1	4	0	1	2	0	3	5	8			
2	Granada	2	4	2	2	8	4	12	10	22			
3	Estelí	2	4	2	5	3	2	7	11	18			
4	Jugalpa	2	6	1	1	4	1	7	8	15			
5	León	2	3	0	2	4	1	6	6	12			
6	Managua	0	3	2	2	4	2	6	7	13			
7	Masaya	1	3	3	4	2	1	6	8	14			
8	Nagarote	2	1	0	2	9	3	11	6	17			
9	Matagalpa	11	2	1	6	4	1	16	9	25			
10	San Juan de Oriente	0	4	3	4	2	1	5	9	14			

Los valores representan los datos específicos de cada ciudad creativa, indicando el número de protagonistas, delegados institucionales y facilitadores que participaron en los talleres de diseño de productos estrella.



MEMORIA FOTOGRAFICA DE CORN ISLAND





Fig. 78-83. Reunión con las autoridades y taller con el equipo de trabajo de la Alcaldía Municipal y Comisión de Ciudades Creativas de Corn Island. Fuente: Equipo de Investigación.



Fig. 84-87. Vida cotidiana y medicina tradicional de Corn Island. Fuente: Equipo de Investigación.



Fig. 88-93. Spring Hole y Ojo de agua de Corn Island. Fuente: Equipo de Investigación.



Fig. 94-96. Pozo más antiguo y mirador natural de Corn Island. Fuente: Equipo de Investigación.



Fig. 97 – 102. Muro de los esclavos, Parque Rodrigo E. J Campbell. A., y Monumento del Cangrejo Azul de Corn Island. Fuente: Equipo de Investigación.



Fig. 103 – 108. Vértice del Alma (Soul of the World) de Corn Island. Fuente: Equipo de Investigación.



Fig. 109 – 114. Parque Infantil La Loma de Corn Island. Fuente: Equipo de Investigación.



Fig. 115 – 120. Casas más antiguas de Corn Island. Fuente: Equipo de Investigación.



Fig. 121-124. Iglesias más antiguas de Corn Island. **Fuente:** Equipo de Investigación.



Fig. 125-130. Vida cotidiana de Corn Island. Fuente: Equipo de Investigación.



Parada de la Langosta



Fig. 131-135. Medios de transporte (terrestre y acuático) y paradas de transporte colectivo de Corn Island. **Fuente:** Equipo de Investigación.

Cementerios de Corn Island



Fig. 136-141. Medios de transporte (terrestre y acuático) y paradas de transporte colectivo de Corn Island. Fuente: Equipo de Investigación.

Desechos sólidos



Fig. 142-147. Manejo de residuos sólidos: plásticos en Great Corn Island y Little Corn Island. Fuente: Equipo de Investigación.

Lugares Escénicos



Fig. 148-151. Lugares escénicos en Great Corn Island y Little Corn Island. **Fuente:** Equipo de Investigación.

Gastronomía



Coco, Musáceas y Fruta de Pan



Fig. 152-156. Elementos gastronómicos de Great Corn Island y Little Corn Island. **Fuente:** Equipo de Investigación.



Fig. 157-160. Comidas y bebidas de Great Corn Island y Little Corn Island. **Fuente:** Equipo de Investigación.





Fig. 161-171. Comidas y bebidas de Great Corn Island y Little Corn Island. Fuente: Equipo de Investigación.

Postres



Fig.172-175. Postre Tradicional de Great Corn Island: Duff. Fuente: Equipo de Investigación.



Fig. 176-180. Postre Tradicionales en Great Corn Island. **Fuente:** Equipo de Investigación.



Fig. 181. Pan de coco de Corn Island. **Fuente:** Equipo de Investigación.

Medicina Tradicional



Fig. 182-185. Plantas medicinales de Corn Island. Fuente: Equipo de Investigación.

Arte y Cultura: Pintura y Muralismo de Great y Little Corn Island

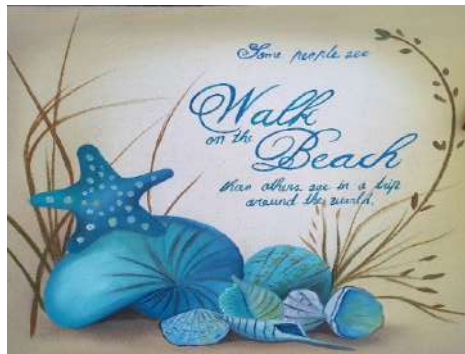


Fig. 186-190. Roxanell White, artesana y diseñadora de Corn Island. Fuente: Equipo de Investigación.



Fig. 191-192. Murales que muestran la vida cotidiana de Corn Island. Fuente: Equipo de Investigación.



Fig. 193- 198. Otras expresiones culturales de Corn Island. Fuente: Equipo de Investigación.

Tesoros Humanos



Fig. 199- 202. Otras expresiones culturales de Corn Island. Fuente: Equipo de Investigación.



Fig. 203-206. Otras expresiones culturales de Corn Island. Fuente: Equipo de Investigación.



Fig. 207-212. Otras expresiones creativas y culturales de Corn Island. Fuente: Equipo de Investigación.

Infraestructura de Great y Little Corn Island



Fig. 213- 216. Infraestructura educativa en Great Corn Island y Little de Corn Island. Fuente: Equipo de Investigación.



Fig. 217- 219. Casa de Cultura de Corn Island. Fuente: Equipo de Investigación.



Fig. 220-221. Hoteles de Corn Island. Fuente: Equipo de Investigación.



Fig. 222-226. Aeropuerto, muelle, hoteles y casas de interés social en Great y Little Corn Island. Fuente: Equipo de Investigación.

Vulnerabilidad de Little Corn Island



Fig. 227-230. Contaminación y destrucción de las playas de Little Corn Island por fenómenos naturales y antrópicos.
Fuente: Equipo de Investigación.



Fig. 231-232. Contaminación y destrucción de las playas de Great y Little Corn Island por fenómenos naturales y antrópicos. **Fuente:** Equipo de Investigación.



Fig. 220. Muro de contención para evitar la erosión en Little Corn Island. **Fuente:** Equipo de Investigación.



Fig. 221. Vista área de Corn Island. **Fuente:** Equipo de Investigación.



Fig. 222. Problemática que viven los dueños de lugares turísticos de Little Corn Island. **Fuente:** Equipo de Investigación.

Snorkeling en Corn Island



Fig. 223-224. Práctica de Snorkeling en Corn Island. **Fuente:** Equipo de Investigación.

Árboles frutales de Great Corn Island



Fig. 225-227. Variedad de mango de Little Corn Island, entre ellos el codiciado Sugar Mango. Fuente: Equipo de Investigación. Fig. 228. Fotos del equipo de Investigación de la UNAN-Managua.

