Estelí ciudad creativa: empoderamiento de mujeres emprendedoras y desarrollo territorial

Estelí as a creative city: empowerment of women entrepreneurs and territorial development

Fátima Yelina Vanegas Avilés[1], Martha Miurel Suárez Soza[2] y Cliffor Jerry Herrera Castrillo[3]
[1]Alcaldía Municipal de Estelí | Poder Ciudadano; yelinavanegas@yahoo.com; https://orcid.org/0009-0002-7455-3786; Nicaragua
[2]Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua (UNAN-Managua), msuarezs@unan.edu.ni, https://orcid.org/0000-0002-1851-3774, Nicaragua
[3]Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua (UNAN-Managua), cliffor.herrera@unan.edu.ni, https://orcid.org/0000-0002-7663-2499, Nicaragua

Información del Artículo

Trazabilidad:

Recibido 01-09-2026
Revisado 25-09-2026
Aceptado 15-11-2026

Palabras Clave:

Empoderamiento femenino
Economía creativa
Emprendimiento
Desarrollo territorial
Estelí

RESUMEN

Esta investigación analizó las percepciones de mujeres emprendedoras acerca de la estrategia Estelí Ciudad Creativa de las Artes, Música y Muralismo y su contribución al empoderamiento y al desarrollo territorial de Estelí, Nicaragua. Se desarrolló un estudio no experimental, transversal y descriptivo, con encuesta estructurada y análisis documental complementario. Participaron 17 emprendedoras seleccionadas intencionalmente durante el primer semestre de 2026. El 76,47 % indicó haber emprendido por necesidad económica y el 70,59 % utilizó ahorros propios o familiares como capital inicial. Las participantes valoraron favorablemente su contribución a la economía local (media de 4,94 sobre 5), la autonomía económica y toma de decisiones (4,76), y la influencia de la estrategia en sus emprendimientos (4,35). Entre las barreras señaladas, la tecnología concentró el 50 % de las menciones. Los resultados muestran una valoración positiva de las oportunidades de comercialización, visibilidad e identidad cultural, aunque no permiten establecer efectos causales. Se concluye que la articulación institucional y las capacidades creativas constituyen oportunidades para fortalecer el emprendimiento femenino, siempre que se atiendan las brechas tecnológicas, de financiamiento y de género.

Keywords:

Women's empowerment
Creative economy
Entrepreneurship
Territorial development
Estelí

ABSTRACT

This study examined women entrepreneurs' perceptions of the Estelí Creative City of Arts, Music and Muralism strategy and its contribution to empowerment and territorial development in Estelí, Nicaragua. A non-experimental, cross-sectional, descriptive study was conducted using a structured survey and complementary documentary analysis. Seventeen intentionally selected women entrepreneurs participated during the first half of 2026. Economic necessity motivated 76.47% to start a business, and 70.59% relied on personal or family savings for initial capital. Participants positively rated their contribution to the local economy (mean 4.94 out of 5), economic autonomy and decision-making (4.76), and the strategy's support for business growth (4.35). Limited access to technology accounted for 50% of the reported barriers. Findings indicate favorable perceptions of market access, visibility, and cultural identity, but the design does not support causal claims. The study concludes that institutional coordination and creative capabilities offer opportunities to strengthen women-led entrepreneurship, provided that technological, financial, and gender-related barriers are addressed. The findings describe the participating group and should not be generalized statistically to all local entrepreneurs.

INTRODUCCIÓN

La economía creativa relaciona la generación de valor económico con la cultura, el talento, la innovación y los recursos simbólicos de los territorios. Más que una categoría de industrias, constituye un campo de articulación entre agentes culturales, microempresas, ciudadanía e instituciones. La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, 2024) documenta su relevancia para el comercio y el empleo, mientras que la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2022) destaca la importancia de políticas culturales inclusivas, especialmente ante la transformación digital y las desigualdades de género.

La perspectiva territorial permite comprender que la cultura local no solo preserva memoria e identidad, sino que también ofrece oportunidades para comercializar bienes y servicios. En Nicaragua, la estrategia Nicaragua Creativa incorpora el talento, el patrimonio y la innovación en distintos sectores productivos y culturales (Nicaragua Creativa, 2021). El Decreto Presidencial n.º 06-2021 incorporó la Secretaría de Economía Creativa y Naranja en la estructura de la Presidencia de la República (Presidencia de la República de Nicaragua, 2021). Solís Chavarría y Villanueva Núñez (2023) han estudiado su contribución a las micro, pequeñas y medianas empresas; Espinoza Rivera et al. (2025) analizan las contribuciones de mujeres emprendedoras a la economía familiar; y Lazo y Palazio Galo (2024) identificaron la importancia de los elementos culturales para el turismo en la ciudad creativa de Granada Colonial.

Estelí posee una tradición reconocida de muralismo, música, artes y actividades económicas locales. En el contexto de la estrategia Estelí Ciudad Creativa de las Artes, Música y Muralismo, las mujeres participan como creadoras de valor, gestoras de pequeños negocios y portadoras de saberes asociados con la identidad del municipio. El análisis de García Montoya (2026), sobre mujeres apicultoras del Geoparque Río Coco, muestra que el protagonismo económico femenino puede estudiarse en estrecha relación con el territorio, sus conocimientos y sus redes de colaboración. Por su parte, Ramos Andino y Obregón (2026) subrayan la multidimensionalidad de la sostenibilidad territorial en agroecosistemas de Estelí.

Sin embargo, el emprendimiento no elimina automáticamente los obstáculos estructurales. La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2024) y ONU Mujeres y el Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas (2025) describen persistentes desigualdades de género y cargas de cuidado. Una revisión regional identifica dificultades asociadas al financiamiento y la profesionalización empresarial (Agreda-Carbonel et al., 2025). De forma convergente, Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2025) y Rueda-Galvis et al. (2025) muestran la coexistencia de iniciativa emprendedora y barreras sociales, económicas y familiares.

El empoderamiento se entiende aquí como un proceso vinculado con la autonomía para utilizar recursos, tomar decisiones y participar en la vida económica y comunitaria; por ello no equivale únicamente a obtener ingresos. Desde una perspectiva multidisciplinaria, el emprendimiento combina la identificación de oportunidades, las motivaciones personales y la interacción con el entorno social (Solís Montoya y Castillo Herrera, 2021). En Estelí, Flores Toruño (2026) encuentra que las competencias digitales, financieras y de liderazgo son dimensiones relevantes de la formación emprendedora femenina.

A partir de este marco, el objetivo fue analizar las percepciones de mujeres emprendedoras vinculadas con la estrategia Estelí Ciudad Creativa respecto de su autonomía económica, las oportunidades de fortalecimiento empresarial y su contribución percibida al desarrollo territorial durante el primer semestre de 2026. Se examinaron tres ejes: emprendimientos creativos, género y empoderamiento, y desarrollo territorial. La pregunta orientadora fue: ¿cómo valoran las participantes el acompañamiento de la estrategia y la contribución de sus emprendimientos a la economía y la identidad cultural de Estelí?.

MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación adoptó un diseño no experimental y transversal, con alcance descriptivo y un componente interpretativo apoyado en la revisión documental. El componente empírico consistió en una encuesta aplicada durante el primer semestre de 2026 a 17 mujeres mayores de 18 años, residentes en Estelí, con emprendimientos formales o informales y vinculadas con programas o proyectos institucionales relacionados con la economía creativa. La selección fue no probabilística e intencional, con criterios de inclusión definidos por su relación con la estrategia local.

La encuesta recogió características sociodemográficas, motivación para emprender, procedencia del capital inicial, sector de actividad, acompañamiento institucional, generación de empleo, barreras y cinco valoraciones sobre contribución económica, autonomía, identidad cultural y estrategia municipal. Estas últimas se expresaron en una escala de cinco categorías, desde 1 (máximo desacuerdo) hasta 5 (máximo acuerdo). Se emplearon frecuencias, porcentajes y medias aritméticas descriptivas; los gráficos

institucionales y de barreras se interpretaron como distribuciones de menciones cuando las categorías sumaban más respuestas que participantes.
La información documental se utilizó para contextualizar el modelo de economía creativa y contrastar las percepciones con estudios sobre emprendimiento, género y desarrollo local. La integración se realizó mediante comparación temática, sin efectuar pruebas inferenciales ni un análisis estadístico de correlación. Las tablas y las figuras se elaboraron a partir de los valores registrados en el manuscrito original, sin disponer de una base individual para reanalizar respuestas.
En consecuencia, la evidencia describe exclusivamente a las participantes y sus percepciones: no estima el efecto atribuible de la estrategia ni acredita cambios anteriores y posteriores a su implementación. La documentación de origen no especifica los procedimientos de validación del instrumento, consentimiento informado o aprobación ética; por ello, el texto no atribuye tales procesos y presenta los datos de manera agregada.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Perfil de las emprendedoras, motivaciones y estructura de los negocios
La mayoría de las encuestadas reportó educación universitaria (12 de 17; 70,59 %), frente a tres con secundaria (17,65 %) y dos con primaria (11,76 %). Ocho participantes (47,06 %) se identificaron como principales proveedoras económicas del hogar, cinco (29,41 %) indicaron que no lo eran y cuatro (23,53 %) compartían la provisión de gastos. Trece mujeres (76,47 %) señalaron la necesidad económica como principal motivación para emprender y cuatro (23,53 %) destacaron sus conocimientos previos.
La fuente del capital inicial fue predominantemente el ahorro propio o familiar (12; 70,59 %), seguido por préstamos bancarios (3; 17,65 %) y programas gubernamentales (2; 11,76 %). Esta distribución revela que el inicio de los emprendimientos depende, en el grupo estudiado, de recursos cercanos y capacidades personales. Ello es compatible con las barreras financieras descritas por GEM (2025) y por Agreda-Carbonel et al. (2025), sin que permita concluir que las experiencias sean idénticas.

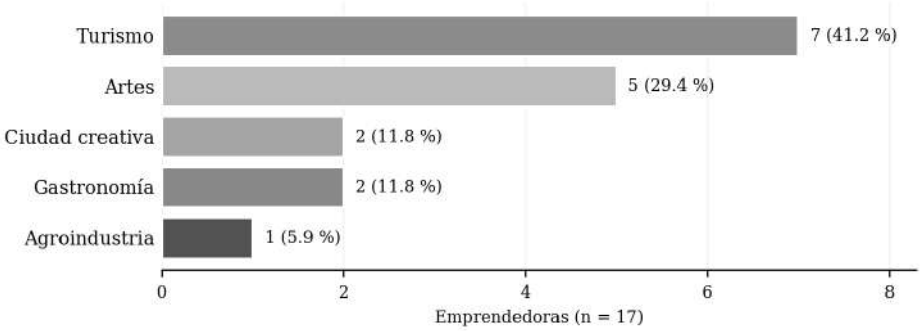


Fig. 1: Distribución de las participantes según el sector de emprendimiento. Fuente: elaboración a partir de la encuesta (n = 17).

En los sectores declarados, turismo representó 7 de los 17 emprendimientos (41,18 %), artes 5 (29,41 %), ciudad creativa 2 (11,76 %), gastronomía 2 (11,76 %) y agroindustria 1 (5,88 %). Se conservan las categorías de respuesta empleadas en la encuesta, aunque algunas podrían superponerse con las clasificaciones oficiales de economía creativa. El predominio del turismo y las artes es congruente con el potencial cultural señalado por Lazo y Palazio Galo (2024).

Acompañamiento institucional y oportunidades de comercialización
Las participantes identificaron acciones asociadas con la Alcaldía de Estelí, el Instituto Nicaragüense de Turismo, INATEC y programas de apoyo a emprendimientos, entre ellos Usura Cero y MICROEMPRENDE. Entre 33 menciones de tipos de acompañamiento, 12 correspondieron a espacios de comercialización (36,36 %), 7 a financiamiento (21,21 %), 6 a capacitación (18,18 %), 6 a promoción del emprendimiento (18,18 %) y 2 a asistencia técnica (6,06 %). Estos porcentajes reflejan menciones, no proporciones exclusivas de mujeres.
El papel del acompañamiento institucional resulta pertinente para comprender la experiencia local, pero los datos no permiten establecer qué componente fue más efectivo. Solís Montoya y Castillo Herrera (2022) analizan la articulación del ecosistema emprendedor nicaragüense; Solís Montoya y Castillo Herrera (2025) identifican la función de los centros de innovación abierta en las relaciones de apoyo entre instituciones; y

Picado Juárez y Golovina (2021) enfatizan la relevancia de la gestión empresarial en las MIPYMES. En conjunto, estos aportes respaldan la conveniencia de conectar exhibición, capacitación, acceso a mercados y asistencia técnica, más allá de acciones aisladas.

Empoderamiento económico, toma de decisiones e identidad

Las cinco afirmaciones de la escala Likert presentaron medias superiores a 4,3 puntos. La mayor valoración correspondió a la contribución de las mujeres emprendedoras al desarrollo económico de Estelí (4,94), seguida por la autonomía y la toma de decisiones económicas en el hogar (4,76). La apreciación de mayores opciones de desarrollo obtuvo 4,58; la contribución a la identidad cultural y al turismo, 4,47; y el impulso de la estrategia municipal al crecimiento del negocio, 4,35 (Fig. 2).

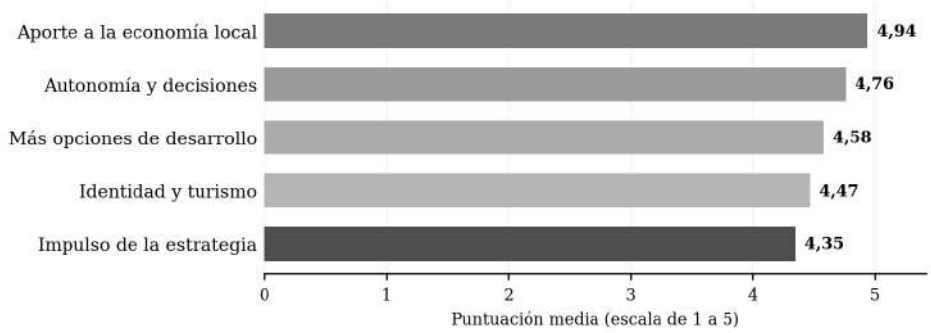


Fig. 2: Promedios de cinco afirmaciones sobre economía, autonomía e identidad. Escala de 1 a 5; resultados declarados en el estudio (n = 17).

Las medias describen niveles favorables de acuerdo, no un máximo uniforme en todas las preguntas. Además, la autoestima y la autonomía no se pueden atribuir de manera causal a la estrategia municipal sin comparación temporal o grupos de referencia. Los hallazgos dialogan con Flores Toruño (2026), quien analiza la relación entre capacidades emprendedoras y autonomía femenina, y con García Montoya (2026), quien examina la contribución territorial de mujeres productoras en el norte de Nicaragua. Lira Lira y Flores Toruño (2026) también documentan factores que condicionan la participación femenina en actividades productivas rurales.

Al describirse a sí mismas, las participantes emplearon expresiones como “creativa”, “resiliente”, “emprendedora”, “luchadora”, “solidaria” y “valiente”. Estas autopercepciones, representadas en el material original mediante una nube de palabras, complementan la lectura económica: el emprendimiento también se relaciona con identidad, perseverancia y reconocimiento personal, aunque la frecuencia visual de los términos no debe interpretarse como una medición psicométrica.

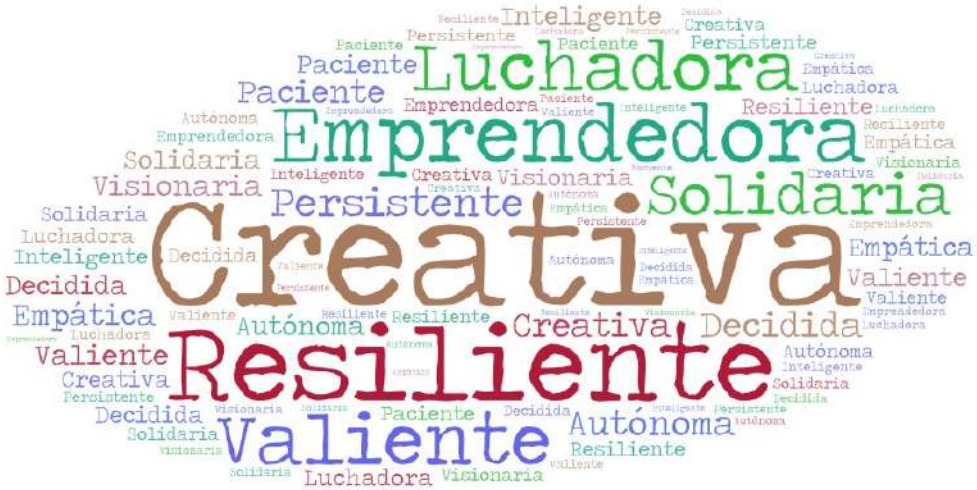


Fig. 3: Palabras con las que se identificaron las participantes. Nube de palabras del documento original; representación cualitativa ilustrativa, sin frecuencias verificables.

Contribuciones territoriales y barreras percibidas

Respecto de la generación de empleo, diez participantes (58,82 %) reportaron entre dos y cinco puestos directos y otras dos (11,76 %) declararon más de cinco; el documento original no desagrega la condición de las cinco restantes. Esta información sugiere capacidad de movilización económica en una parte de los emprendimientos, pero no cuantifica empleo neto creado ni su duración. El vínculo entre cultura, turismo y valoración de experiencias locales se relaciona con el trabajo de Ortiz et al. (2025), mientras que Castro Zambrano et al. (2026) resaltan la importancia de estrategias de gestión para la sostenibilidad de pequeños negocios rurales.

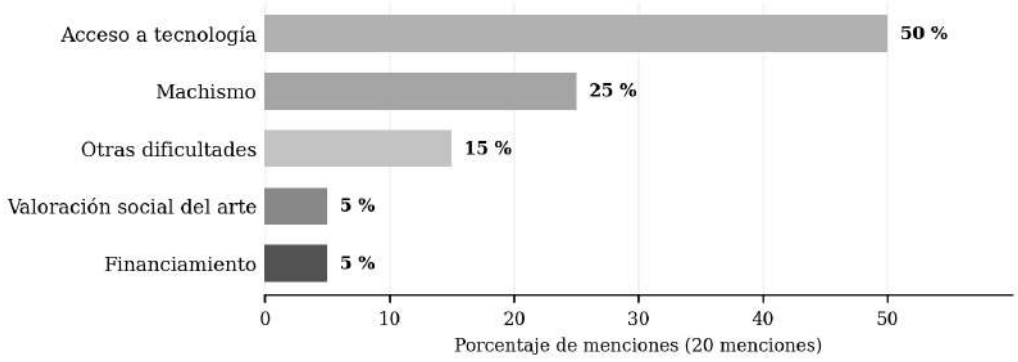


Fig. 4: Barreras percibidas por las emprendedoras. Distribución de 20 menciones; una participante pudo mencionar más de una barrera.

El acceso a la tecnología representó 10 de 20 menciones (50 %); el machismo, 5 (25 %); otras dificultades, 3 (15 %); y la valoración social del arte y el financiamiento, una cada una (5 %). Estas categorías no pueden presentarse como porcentajes de las 17 mujeres porque se obtuvieron 20 menciones. La relevancia de la brecha tecnológica coincide con las necesidades formativas señaladas por Flores Toruño (2026) y con los desafíos de digitalización analizados por UNCTAD (2024). Asimismo, las desigualdades sociales y de cuidado documentadas por CEPAL (2024) y ONU Mujeres y DAES (2025) justifican considerar los obstáculos de género dentro de una política de apoyo integral.

Interpretación de los hallazgos desde la búsqueda de oportunidades

La propuesta teórica de búsqueda de oportunidades asociada a Howard Stevenson permite interpretar que emprender no requiere disponer desde el inicio de todos los recursos, sino identificar oportunidades y movilizar apoyos, conocimientos y redes. Esta lectura es coherente con la revisión de Solís Montoya y Castillo Herrera (2021). La tabla 1 sintetiza las relaciones conceptuales destacadas en el manuscrito original, entendidas como interpretación y no como prueba estadística de la teoría.

Tabla 1: Correspondencia interpretativa entre el enfoque emprendedor y la experiencia local

Dimensión	Enfoque de oportunidades	Lectura en Estelí
Orientación	Reconocer oportunidades aun con recursos limitados.	Uso del patrimonio artístico, turístico y gastronómico como fuente de iniciativas.
Movilización de recursos	Combinar recursos propios, redes y apoyos graduales.	Ahorro familiar y participación en ferias, capacitaciones o financiamiento.
Organización	Generar colaboración entre actores.	Vínculos declarados con instituciones municipales y nacionales.
Valor creado	Integrar retorno económico y beneficios sociales.	Percepción de autonomía, empleo, identidad cultural y actividad local.

La lectura de conjunto muestra convergencias entre la motivación económica para emprender, las redes de acompañamiento y la valoración positiva de los aportes territoriales. Sin embargo, son necesarias evaluaciones con seguimiento longitudinal, indicadores de ventas y empleo verificables, medidas de autonomía y muestras más amplias para estimar cambios o contrastar asociaciones. Las experiencias comparadas de economía creativa y turismo también requieren distinguir entre percepción favorable,

eficacia del programa y sostenibilidad del negocio (UNESCO, 2022; Ortiz et al., 2025; Ramos Andino y Obregón, 2026).

CONCLUSIÓN

Las 17 mujeres emprendedoras participantes valoraron favorablemente la contribución de sus negocios a la economía de Estelí, su autonomía para tomar decisiones y el fortalecimiento de la identidad cultural y turística. La estrategia Estelí Ciudad Creativa constituye, desde sus percepciones, un espacio que facilita visibilidad, comercialización y articulación con instituciones de apoyo. Esta conclusión se limita a la experiencia declarada de las encuestadas y no constituye una demostración de impacto causal.

El estudio conserva tres aportes centrales: la creatividad como recurso para generar oportunidades económicas, el protagonismo de las mujeres en la economía familiar y la vinculación de los emprendimientos con el desarrollo territorial. A la vez, revela necesidades de fortalecimiento en acceso a tecnologías, formación, financiamiento y superación de barreras de género. Se recomienda integrar seguimiento de resultados empresariales, asesoría digital y evaluación participativa para orientar futuras decisiones institucionales y nuevas investigaciones.

REFERENCIAS

Agreda-Carbonel, M. del C., Inga-Jesus, G. A., Malpartida-Condezo, V. A., Paniora-Sulca, J., Quispe-Gaspar, V. S., Castro-Villacorta, M. del P., & Pachas-Fuentes, M. O. (2025). Challenges of the gender gap in Latin America: Barriers to female entrepreneurship. A systematic review. LACCEI, 1(12). https://doi.org/10.18687/LACCEI2025.1.1.1300

Castro Zambrano, J. W., Velásquez García, M. J., & Bravo Cedeño, M. C. (2026). Estrategias de gestión y su impacto en la sostenibilidad de los emprendimientos rurales: Un estudio de caso en la parroquia San Francisco de Novillo. Revista Latinoamericana de Calidad Educativa, 3(3), 257–265. https://doi.org/10.70625/rlce/895

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2024). Panorama social de América Latina y el Caribe, 2024: Desafíos de la protección social no contributiva para avanzar hacia el desarrollo social inclusivo. https://www.cepal.org/es/publicaciones/80858-panorama-social-america-latina-caribe-2024-desafios-la-proteccion-social

Espinoza Rivera, S. M., Picado Guerrero, E. A., Bonilla Anduray, J. de D., & Chávez Urtecho, W. A. (2025). Aportes de las mujeres emprendedoras en la economía familiar de Nicaragua. Revista Soberanía, (18), 16–25. https://www.unan.edu.ni/wp-content/uploads/Revista-Soberania-N18.pdf#page=16

Flores Toruño, S. Y. (2026). Emprendimiento femenino en la educación superior: Factores vinculados al desarrollo de competencias emprendedoras en estudiantes universitarias. Revista Latinoamericana de Calidad Educativa, 3(3), 443–450. https://doi.org/10.70625/rlce/881

García Montoya, B. (2026). Mujeres apicultoras rurales como protagonistas de la dinamización socioeconómica del Geoparque Río Coco-Nicaragua. Revista Multidisciplinar Innova Scientia, 2(1), 211–223. https://doi.org/10.70625/rmis/436

Global Entrepreneurship Monitor. (2025). GEM 2024/2025 women's entrepreneurship report: Navigating challenges, driving change. https://gemconsortium.org/report/gem-20242025-womens-entrepreneurship-report-navigating-challenges-driving-change-2

Lazo, P. A., & Palazio Galo, E. (2024). Turismo sostenible: Elementos culturales aprovechables para la potencialización turística de la ciudad creativa "Granada Colonial". Revista Compromiso Social, 7(11), 93–100. https://doi.org/10.5377/recoso.v7i11.18426

Lira Lira, A. S., & Flores Toruño, S. Y. (2026). Factores determinantes en la participación femenina en la apicultura: Estudio comparativo en San Juan del Río Coco y Quilalí, Nicaragua. Revista Latinoamericana de Calidad Educativa. https://doi.org/10.70625/rlce/805

Nicaragua Creativa. (2021). Concepto de economía creativa. https://www.nicaraguacreativa.com/que-es-la-economia-creativa/

ONU Mujeres & Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas. (2025). Progress on the sustainable development goals: The gender snapshot 2025 [Progreso en los Objetivos de Desarrollo Sostenible: Panorama de género 2025]. https://knowledge.unwomen.org/sites/default/files/2025-09/progress-on-the-sustainable-development-goals-the-gender-snapshot-2025-en.pdf

Ortiz, R. A., Crespo, J., Ramos, E. R., Chen, C., & Castillo, M. (2025). Preferencias del turista sostenible y su disposición a pagar: Estrategias de marketing hotelero para maximizar rentabilidad en destinos

de naturaleza. Revista Multidisciplinar Innova Scientia, 1(4), 170–178. https://doi.org/10.70625/rmis/609

Picado Juárez, A. M., & Golovina, N. S. (2021). La gestión empresarial en las micro, pequeñas, medianas empresas. Revista Científica de FAREM-Estelí, 96–114. https://doi.org/10.5377/farem.v0i0.11610

Presidencia de la República de Nicaragua. (2021). Decreto Presidencial n.º 06-2021: Reformas al Decreto n.º 111-2007, Reglamento de la Ley n.º 290. https://ni.vlex.com/vid/decreto-presidencial-no-06-866719848

Ramos Andino, R. A., & Obregón, N. del C. (2026). Transición agroecológica en agroecosistemas de Estelí, Nicaragua: Aportes a la sostenibilidad territorial. Revista Multidisciplinar Innova Scientia, 2(4), 41–54. https://doi.org/10.70625/rmis/603

Rueda-Galvis, J. F., Garavito-Hernández, Y., Castro-Castro, M. L., & Pérez-Picón, K. L. (2025). Profile of female entrepreneurship in pre-pandemic Latin America: Trends and challenges [Perfil del emprendimiento femenino en América Latina antes de la pandemia: Tendencias y desafíos]. Journal of Innovation and Entrepreneurship, 14, Article 147. https://doi.org/10.1186/s13731-025-00604-7

Solís Chavarría, B. A., & Villanueva Núñez, G. J. (2023). La economía creativa y su aporte al desarrollo de las MIPYMES en Nicaragua. Revista Compromiso Social, 5(9), 113–120. https://doi.org/10.5377/recoso.v9i9.18584

Solís Montoya, V. L., & Castillo Herrera, B. (2021). Pluralidad en las teorías del emprendimiento. Revista Científica de FAREM-Estelí, 76–95. https://doi.org/10.5377/farem.v0i0.11609

Solís Montoya, V. L., & Castillo Herrera, B. (2022). La Comisión Nacional de Educación (CNE) y su aporte al ecosistema de emprendimiento en Nicaragua. Revista Científica de FAREM-Estelí, 11(43), 19–39. https://doi.org/10.5377/farem.v11i43.15137

Solís Montoya, V., & Castillo Herrera, B. E. (2025). Los centros de innovación abierta como elementos claves en el ecosistema de emprendimiento en las universidades de Nicaragua 2021–2023. Revista Científica Estelí, 14(55), 162–179. https://doi.org/10.5377/esteli.v14i55.21305

UNCTAD. (2024). Creative economy outlook 2024 [Panorama de la economía creativa 2024]. Naciones Unidas. https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024

UNESCO. (2022). Re|shaping policies for creativity: Addressing culture as a global public good [Repensar las políticas para la creatividad: Plantear la cultura como un bien público global]. https://www.unesco.org/reports/reshaping-creativity/2022/es/descargar-informe