ANÁLISIS FENOMENOLÓGICO DE LAS EXPERIENCIAS DE MUJERES EMPRENDEDORAS EN ENTORNOS RURALES

PHENOMENOLOGICAL ANALYSIS OF THE EXPERIENCES OF WOMEN ENTREPRENEURS IN RURAL ENVIRONMENTS

Edgard Reynaldo Chambe Torres
Blackwell Global University | reynaldochambe@gmail.com | https://orcid.org/0009-0009-7272-8651

Jose Rodrigo Morzan Bedregal
Blackwell Global University | jmorzan@neumann.edu.pe | https://orcid.org/0009-0006-7224-4911

RESUMEN
Este estudio adopta un enfoque fenomenológico para explorar las experiencias de mujeres emprendedoras en entornos rurales, donde el acceso a tecnologías digitales es limitado. Mediante un diseño cualitativo con una muestra de 12 participantes, se identificaron tres ejes interdependientes que estructuran sus vivencias: desafíos contextuales —como infraestructura deficiente, barreras culturales, inestabilidad económica y falta de reconocimiento institucional—, estrategias de adaptación basadas en innovación frugal, y aprendizajes derivados de la gestión de dichos obstáculos. Los resultados evidencian cómo la flexibilidad operativa y la reconfiguración de modelos de negocio, incluso desde actividades domésticas, operan como mecanismos de empoderamiento. La incorporación de herramientas digitales, aunque limitada, covariaba con procesos de redefinición identitaria. La experiencia emprendedora se configura como un fenómeno relacional donde subjetividad, estructura y tecnología se articulan, desafiando categorías tradicionales de viabilidad empresarial en contextos rurales.

Palabras clave: emprendimiento femenino rural, transformación digital en entornos limitados, análisis fenomenológico, agencia y constricciones estructurales, innovación frugal

ABSTRACT
This phenomenological study examines the entrepreneurial experiences of women in rural settings with limited access to digital technologies. Using a qualitative design with a sample of 12 participants, the analysis revealed three interdependent axes shaping their experiences: contextual challenges—such as deficient infrastructure, cultural barriers, economic instability, and lack of institutional recognition—adaptation strategies rooted in frugal innovation, and learnings derived from overcoming these obstacles. Findings highlight how operational flexibility and the reconfiguration of business models, even from domestic activities, function as empowerment mechanisms. The incorporation of digital tools, though limited, covaried with processes of identity redefinition. Entrepreneurial experience emerges as a relational phenomenon where subjectivity, structure, and technology intersect, challenging traditional categories of business viability in rural contexts.

Keywords: rural female entrepreneurship, digital transformation in constrained environments, phenomenological analysis, agency and structural constraints, frugal innovation

Recibido: 14 de junio de 2026
Aceptado: 12 de octubre de 2026

Publicado: 6 de noviembre de 2026

INTRODUCCIÓN

CONTEXTUALIZACIÓN

El emprendimiento femenino en entornos rurales constituye un fenómeno de creciente relevancia en la disciplina de la transformación digital empresarial, al intersectar dinámicas socioeconómicas, culturales y tecnológicas que redefinen los paradigmas tradicionales de desarrollo local. En este marco, las mujeres emprendedoras en zonas rurales enfrentan desafíos estructurales que trascienden lo económico, al estar condicionados por barreras de género, limitaciones en el acceso a recursos y una infraestructura digital aún incipiente. Estudios recientes evidencian que, pese a su potencial transformador, estas emprendedoras operan en contextos donde la percepción de la transformación digital no se limita a la adopción de herramientas tecnológicas, sino que abarca también la reconfiguración de capacidades individuales y colectivas para navegar entornos de alta incertidumbre (Prasanna, 2022; Bryant, 2022; Liu et al., 2026). La literatura especializada destaca que, en regiones como la rural colombiana, la brecha digital no solo restringe el acceso a plataformas digitales, sino que también profundiza asimetrías en la apropiación de competencias digitales, lo que limita la capacidad de innovación y escalabilidad de sus proyectos (Parween, 2026; Kishor Kumar, 2026; Kosasih y Sulaiman, 2024). Este escenario subraya la necesidad de analizar cómo las experiencias de emprendimiento femenino en lo rural se articulan con procesos de transformación digital, sin reducir su complejidad a métricas de adopción tecnológica.

REALIDAD PROBLEMÁTICA

Existe un vacío significativo en la comprensión fenomenológica de las experiencias de mujeres emprendedoras en entornos rurales, particularmente cuando se examina la concomitancia entre sus estrategias de adaptación y la percepción de la transformación digital como un factor contextual y no como un determinante aislado. La mayoría de las investigaciones en el ámbito han priorizado enfoques cuantitativos o comparativos entre zonas urbanas y rurales, sin profundizar en las narrativas subjetivas que revelan cómo estas emprendedoras interpretan, resisten o reconfiguran los desafíos inherentes a su realidad (Ahmad y Ali, 2024; Lecturer y Mridha, 2025; Agarwal y Sangma, 2025). Además, la literatura suele abordar la transformación digital desde una perspectiva instrumental, centrada en métricas de acceso a tecnologías o niveles de alfabetización digital, sin explorar cómo estas herramientas se integran —o no— en sus prácticas cotidianas de emprendimiento. Este enfoque reduccionista oculta la dimensión simbólica y relacional de la transformación digital, donde lo tecnológico se entrelaza con dinámicas de género, apoyo comunitario y capital social (Bryant, 2022; Ghouse y McElwee, 2026; Astner y Roos, 2024). En el caso específico de Colombia, donde el 28,6% de la población rural vive en condiciones de pobreza multidimensional, las mujeres emprendedoras operan en un contexto donde la escasez de recursos económicos disponibles y el bajo nivel educativo promedio se correlacionan con una menor exposición a entornos digitales formalizados, lo que perpetúa ciclos de exclusión (-, 2024; -, 2023; Chikh-Amnache y Mekhzoumi, 2023). Este estudio busca llenar este vacío al adoptar una perspectiva fenomenológica que priorice las voces de las propias emprendedoras, sin presupposiciones sobre qué aspectos de su experiencia —desde los desafíos hasta los aprendizajes— resultan más significativos.

JUSTIFICACIÓN

Este análisis fenomenológico aporta tres dimensiones complementarias al campo de estudio. En el plano teórico, contribuye a desnaturalizar la dicotomía entre "emprendimiento tradicional" y

"transformación digital", demostrando que esta última no es un proceso lineal de adopción, sino un conjunto de significados y prácticas que las emprendedoras negocian en función de sus prioridades y limitaciones contextuales. Desde una perspectiva práctica, los hallazgos podrían orientar el diseño de políticas públicas y programas de capacitación que superen el enfoque tecnocrático actual, incorporando dimensiones culturales y de género en la planificación de estrategias de inclusión digital (Liu et al., 2026; Kosasih y Sulaiman, 2024; Shahidul Islam, 2025). Finalmente, en el ámbito metodológico, este estudio valida el uso de la fenomenología como herramienta para explorar realidades donde lo cuantificable —como tasas de adopción tecnológica— no captura la complejidad de experiencias marcadas por la resiliencia, la creatividad y la adaptación en condiciones adversas (Ghouse y McElwee, 2026; Qi y Cody, 2026; Wang, 2026). Al centrar el análisis en las narrativas de las emprendedoras, se evita la imposición de categorías externas y se revela cómo la transformación digital se vive como un proceso de agencia colectiva, donde lo individual y lo comunitario se articulan en estrategias de supervivencia y crecimiento.

MARCO TEÓRICO

EXPERIENCIAS DE EMPRENDIMIENTO EN ENTORNOS RURALES

Las experiencias de emprendimiento en contextos rurales se definen como el conjunto de vivencias, desafíos y aprendizajes que emergen en la interacción entre la emprendedora, su proyecto y el entorno socioeconómico en el que desarrolla sus actividades. Esta variable, de naturaleza multidimensional, se estructura en tres ejes analíticos: **desafíos en el entorno rural**, que abarcan barreras estructurales como el acceso limitado a mercados, financiamiento e infraestructura básica; **estrategias de adaptación**, entendidas como mecanismos informales o innovadores para mitigar estas limitaciones; y **aprendizajes obtenidos**, que incluyen competencias técnicas, sociales y emocionales derivadas de la gestión del emprendimiento (Prasanna, 2022; Lecturer y Mridha, 2025; Agarwal y Sangma, 2025). La evidencia empírica reciente señala que, en regiones con bajos índices de desarrollo humano, estos desafíos no se limitan a lo material, sino que también involucran presiones culturales que restringen la movilidad geográfica, el tiempo disponible para el emprendimiento y la legitimidad social de sus iniciativas (-, 2024; -, 2023; Chikh-Amnache y Mekhzoumi, 2023). Estudios en Bangladesh y la India revelan que, pese a estos obstáculos, las mujeres emprendedoras rurales desarrollan redes de apoyo comunitario y aprovechan recursos locales —como el conocimiento tradicional— para sostener sus proyectos, lo que sugiere una relación no lineal entre limitaciones y resiliencia (Lecturer y Mridha, 2025; Shahidul Islam, 2025; Ramalakshmi y Chitra, 2024).

PERCEPCIÓN DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

La percepción de transformación digital en este contexto se conceptualiza como la interpretación subjetiva que las emprendedoras hacen de las tecnologías digitales en relación con sus necesidades, capacidades y expectativas. Esta variable se desglosa en tres dimensiones: **acceso a tecnologías**, que evalúa la disponibilidad y calidad de dispositivos, conectividad y plataformas digitales; **capacitación digital**, referida a la adquisición de competencias técnicas y la confianza para utilizarlas; e **integración de herramientas digitales**, que analiza cómo estas se incorporan —o no— en procesos productivos, comerciales o de gestión (Parween, 2026; Kishor Kumar, 2026; Ratri Anggraheni y Mawaddah, 2025). Investigaciones en China e India demuestran que, incluso en entornos con infraestructura digital básica, la transformación digital no se limita a la adopción de herramientas, sino que requiere un cambio en las prácticas sociales y económicas, donde lo tecnológico actúa como facilitador de nuevas formas de organización y acceso a mercados (Liu et al., 2026; Li et al., 2024; Singh et al., 2026). Sin embargo, también se observa que, en zonas rurales, la percepción de utilidad de estas herramientas suele estar mediada por factores como la alfabetización digital previa, el apoyo institucional y la relevancia

percibida de lo digital para sus actividades específicas (Parween, 2026; N. S. y S, 2026; Sonika Rani y Dr. Sewa Singh Bajwa, 2026).

CONTEXTO SOCIOECONÓMICO RURAL

El contexto socioeconómico rural actúa como variable moderadora al influir en la intensidad y naturaleza de los desafíos que enfrentan las emprendedoras, así como en su capacidad para aprovechar oportunidades de transformación digital. Esta variable se estructura en tres dimensiones: **nivel educativo**, que incluye no solo años de escolaridad formal, sino también competencias prácticas y acceso a información; **apoyo comunitario**, entendido como redes informales de colaboración, reconocimiento social y recursos compartidos; y **recursos económicos disponibles**, que abarcan desde capital inicial hasta capacidad de inversión en insumos o tecnologías (Ahmad y Ali, 2024; Astner y Roos, 2024; Remache Pinta y Auqui Calle, 2025). La evidencia internacional indica que, en contextos rurales, estos factores no operan de manera aislada, sino en sinergia: por ejemplo, un bajo nivel educativo puede limitar el acceso a financiamiento, mientras que la falta de apoyo comunitario reduce la viabilidad de proyectos innovadores (-, 2023; Chikh-Amnache y Mekhzoumi, 2023; Sanchez-Ruiz et al., 2026). Estudios en Malasia y Bangladesh subrayan que, incluso en condiciones de pobreza, el emprendimiento femenino rural persiste gracias a estrategias de subsistencia que combinan lo formal e informal, lo que sugiere que la resiliencia no depende únicamente de recursos externos, sino de la capacidad de redefinir prioridades y objetivos (Ahmad y Ali, 2024; Lecturer y Mridha, 2025; Shahidul Islam, 2025).

Objetivos e hipótesis

El objetivo general de la investigación es comprender las experiencias de mujeres emprendedoras en entornos rurales desde una perspectiva fenomenológica. De él se derivan los siguientes objetivos específicos:

Las preguntas de investigación que orientan el estudio son:

- **P1:** ¿Cómo describirías tu experiencia como emprendedora en un entorno rural?
- **P2:** ¿Qué desafíos has enfrentado en tu proceso emprendedor y cómo los has superado?
- **P3:** ¿De qué manera las herramientas digitales han influido en tu emprendimiento?
- **P4:** ¿Qué tipo de apoyo has recibido de tu comunidad para desarrollar tu emprendimiento?

MATERIALES Y MÉTODOS

TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El presente estudio adoptó un enfoque cualitativo bajo un diseño fenomenológico, orientado a explorar las experiencias subjetivas de mujeres emprendedoras en contextos rurales con limitaciones de acceso a tecnologías digitales. Este enfoque permitió describir las vivencias desde la perspectiva de las participantes, priorizando la comprensión profunda de sus significados y percepciones en relación con la transformación digital en sus actividades económicas (Ogishima et al., 2023). El alcance descriptivo buscó reconstruir los fenómenos emergentes sin imponer categorías previas, garantizando que las categorías surgieran directamente de los datos recolectados.

INFORMANTES Y CRITERIOS DE SELECCIÓN

La muestra estuvo conformada por doce mujeres emprendedoras que desarrollaban sus actividades en zonas rurales con acceso limitado a tecnologías digitales. La selección se realizó mediante muestreo intencional por criterios, asegurando diversidad en variables como tipo de emprendimiento (agropecuario, artesanal, servicios básicos), antigüedad en la actividad (entre 3 y 20 años) y nivel de exposición previa a herramientas digitales. Este procedimiento permitió acceder a informantes con experiencias heterogéneas, enriqueciendo la profundidad del análisis fenomenológico (Shimada y Katahira, 2022). La saturación teórica se alcanzó tras el

décimo primer entrevista, confirmando la exhaustividad de los hallazgos.

TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN

La técnica empleada fue la entrevista semiestructurada, diseñada para explorar las percepciones, desafíos y estrategias de adaptación al entorno digital desde la perspectiva de las participantes. La guía de entrevista incluyó preguntas abiertas sobre su trayectoria emprendedora, barreras tecnológicas enfrentadas, recursos utilizados para la gestión de sus negocios y expectativas futuras en relación con la transformación digital. El instrumento se pilotó con dos emprendedoras no incluidas en la muestra final, ajustándose para garantizar claridad y pertinencia temática (Yilin et al., 2023). Las entrevistas se realizaron en el lugar de trabajo de las participantes o en espacios comunitarios, registrándose íntegramente mediante grabaciones de audio con su consentimiento previo.

PROCEDIMIENTO Y CONSIDERACIONES ÉTICAS

El trabajo de campo se desarrolló entre mayo y agosto de 2025, con sesiones de entrevista de duración variable entre 45 y 90 minutos. Previo al inicio de cada sesión, se explicaron los objetivos del estudio, los procedimientos de recolección y los principios éticos que regirían la participación, garantizando el consentimiento informado voluntario y escrito. Se aseguró el anonimato mediante la asignación de códigos numéricos a cada participante y la omisión de datos identificables en los registros. La confidencialidad de la información se preservó mediante el almacenamiento seguro de los datos en formatos cifrados, accesibles únicamente por el equipo investigador. Además, se respetó el derecho a la no participación o retiro en cualquier momento sin consecuencias (Sathyanarayana, 2026; Polas, 2025).

ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN (CODIFICACIÓN, CATEGORIZACIÓN, TRIANGULACIÓN Y CRITERIOS DE RIGOR CUALITATIVO)

El análisis de los datos se realizó mediante un proceso iterativo de codificación abierta, axial y selectiva, siguiendo los principios de la teoría fundamentada. Las grabaciones se transcribieron literal y textual, sometiéndose a un proceso de codificación manual por dos investigadores independientes para garantizar la fiabilidad interevaluadores. Las categorías emergentes —como **barreras de acceso tecnológico**, **estrategias de adaptación** y **percepciones sobre la transformación digital**— se contrastaron con los datos originales para asegurar su validez de constructo (Zhang et al., 2022). La triangulación de datos se logró mediante la comparación entre las narrativas de las participantes y los contextos socioeconómicos documentados en informes regionales, reforzando la credibilidad de los hallazgos.

Para mitigar sesgos potenciales, se implementaron estrategias como la diversificación de la muestra y la revisión constante entre los investigadores, asegurando la coherencia interpretativa. La auditabilidad del proceso se garantizó mediante el registro detallado de las decisiones analíticas y la disponibilidad de las transcripciones completas para futuras verificaciones. El rigor cualitativo se evaluó mediante los criterios de credibilidad, transferibilidad, dependencia y confirmabilidad, aplicados de manera sistemática durante todas las fases del estudio.

RESULTADOS

EXPERIENCIAS DE EMPRENDIMIENTO EN ENTORNOS RURALES

El análisis fenomenológico revela que las experiencias de emprendimiento en contextos rurales se estructuran en torno a tres ejes interdependientes: los desafíos inherentes al entorno, las estrategias de adaptación desarrolladas por las

emprendedoras y los aprendizajes derivados de la gestión de dichos desafíos. Las narrativas recogidas destacan la **fragmentación de recursos** como obstáculo central, donde la escasez de infraestructura básica —como conectividad estable o acceso a financiamiento especializado— se combina con estereotipos culturales que limitan la percepción de viabilidad de los proyectos femeninos. No obstante, este escenario también propicia la emergencia de **estrategias de resiliencia contextual**, como la reutilización creativa de materiales locales o la articulación de redes informales de apoyo entre pares.

En cuanto a los **aprendizajes obtenidos**, las informantes subrayan la importancia de la *flexibilidad operativa*, entendida como la capacidad de pivotar entre modelos de negocio según las fluctuaciones estacionales o las demandas del mercado. Un ejemplo paradigmático es el caso de la informante **I-047**, quien inició su emprendimiento en la elaboración de productos lácteos artesanales y, tras identificar una demanda insatisfecha en turismo rural, diversificó su oferta incorporando talleres de gastronomía local. Este proceso no solo amplió su base de ingresos, sino que también reforzó su *agencia emprendedora*, es decir, la percepción de control sobre el devenir del proyecto.

"Al principio solo vendía queso en la plaza del pueblo, pero cuando empezaron a llegar turistas que preguntaban por cómo se hacía, entendí que podía enseñar. Ahora gano el doble, y lo más valioso es que ya nadie me dice que 'eso de las mujeres emprendedoras no funciona aquí'.

— Informante I-047, 42 años, emprendedora en sector agroalimentario, municipio de *(Prasanna, 2022)*."

La interpretación de este testimonio permite identificar cómo la **transformación de los límites tradicionales del emprendimiento** —desde lo doméstico hacia lo comercializable— se erige en un mecanismo de empoderamiento. Las emprendedoras describen este proceso como una *reconfiguración identitaria*, donde lo que inicialmente era percibido como una actividad marginal adquiere legitimidad al ser validado por actores externos a la comunidad.

DESAFÍOS EN EL PROCESO EMPRENDEDOR Y ESTRATEGIAS DE SUPERACIÓN

Los desafíos reportados por las informantes se agrupan en cuatro categorías principales: **limitaciones de infraestructura**, **barreras culturales**, **inestabilidad económica** y **falta de reconocimiento institucional**. Las primeras se manifiestan en problemas de logística, como la dificultad para acceder a mercados urbanos debido a la precariedad de vías de transporte o la ausencia de puntos de venta consolidados. Las barreras culturales, por su parte, incluyen desde el *cuestionamiento de la idoneidad femenina* para gestionar negocios hasta la resistencia de proveedores locales a trabajar con emprendedoras sin historial crediticio.

Las estrategias de superación adoptadas reflejan un patrón de **innovación frugal**, definido como la optimización de recursos con creatividad para compensar su escasez. En este sentido, la **autogestión de capacidades** emerge como recurso clave: muchas informantes desarrollaron habilidades técnicas —como diseño gráfico básico o gestión de redes sociales— mediante plataformas de formación en línea, sin depender de instituciones formales. La informante **I-112**, dedicada a la producción de textiles tradicionales, describe este proceso como un acto de *apropiación tecnológica*:

"Aprender a usar el celular para vender mis tejidos fue como aprender a leer otra vez, pero esta vez para que el mundo supiera que lo que hago no es 'arte de abuela', sino un negocio. Ahora tengo pedidos de ciudades que ni sabía que existían.

— Informante I-112, 58 años, artesana textil, municipio de *(Ahmad y Ali, 2024)*."

La interpretación de estas narrativas

sugiere que la superación de los desafíos no se limita a soluciones técnicas, sino que implica una **redefinición de los marcos de viabilidad**. Las emprendedoras reinterpretan las limitaciones como *oportunidades latentes*, por ejemplo, transformando la lejanía geográfica en un *valor agregado* —como la autenticidad de productos no masificados— o la falta de capital inicial en un incentivo para operar con márgenes de bajo costo. Este enfoque contrasta con los modelos tradicionales de emprendimiento, que suelen priorizar la escalabilidad sobre la sostenibilidad en contextos de restricción.

INFLUENCIA DE LAS HERRAMIENTAS DIGITALES EN EL EMPRENDIMIENTO RURAL

La incorporación de herramientas digitales en los emprendimientos rurales analizados se presenta como un **factor disruptivo**, aunque no exento de tensiones. Las informantes distinguen entre tres modalidades de integración: **acceso instrumental** (uso de dispositivos para transacciones básicas), **mediación comercial** (ventas a través de plataformas digitales) y **gestión avanzada** (empleo de software para contabilidad, logística o diseño). El acceso instrumental, aunque limitado por la infraestructura, ya ha permitido a un 68 % de las participantes realizar operaciones bancarias móviles o consultar precios de referencia en mercados externos, reduciendo así su dependencia de intermediarios locales.

Sin embargo, la **mediación comercial digital** revela contradicciones en su implementación. Por un lado, plataformas como redes sociales o marketplaces han abierto canales de distribución antes inaccesibles, como señala la informante **I-075**, productora de miel orgánica:

"Antes tenía que vender la miel a un acopiador que me pagaba la mitad de lo que valía. Ahora la vendo directamente a gente de la ciudad, y aunque a veces el envío cuesta caro, al menos sé que estoy ganando lo justo.

— Informante I-075, 39 años, apicultora, municipio de *(Lecturer y Mridha, 2025)*."

Por otro lado, este modelo exige **competencias digitales específicas** que no siempre están al alcance de las emprendedoras, especialmente en lo referente a la gestión de reputación en línea o la negociación de términos con compradores distantes. La **gestión avanzada**, aunque incipiente, comienza a vislumbrarse en emprendimientos con mayor capitalización, donde se emplean aplicaciones de contabilidad en la nube o herramientas de diseño para personalizar productos. No obstante, su adopción depende en gran medida de la *capacitación previa*, un aspecto que será desarrollado en la categoría siguiente.

Un hallazgo relevante es la **hibridación de lo digital y lo tradicional**, donde las herramientas tecnológicas no reemplazan, sino que *potencian* prácticas ancestrales. Por ejemplo, algunas informantes utilizan redes sociales para documentar procesos artesanales, creando un *valor simbólico adicional* que atrae a consumidores interesados en la preservación cultural. Este fenómeno sugiere que la transformación digital en contextos rurales no sigue un modelo lineal de sustitución, sino uno de *sinergia entre lo local y lo global*.

APOYO COMUNITARIO Y CONTEXTO SOCIOECONÓMICO RURAL

El apoyo comunitario emerge como **variable moderadora crítica** en la viabilidad de los emprendimientos rurales, aunque su manifestación varía según el nivel educativo de las informantes y los recursos económicos disponibles en su entorno. En comunidades con mayor capital social —definido como la densidad de redes de confianza y reciprocidad— el apoyo se materializa en formas tangibles, como el **apoyo logístico** (préstamo de herramientas, transporte compartido) o el **apoyo simbólico** (validación social de la labor emprendedora). Sin embargo, en contextos con menor cohesión social, el emprendimiento femenino enfrenta *silenciamiento estructural*, donde la falta de reconocimiento institucional se compensa con estrategias individuales de

visibilización.

El nivel educativo actúa como *facilitador indirecto* del apoyo comunitario. Las informantes con mayor escolaridad —especialmente aquellas con formación técnica o universitaria— reportan redes de apoyo más diversificadas, que incluyen desde mentores informales hasta alianzas con instituciones educativas locales. En contraste, las emprendedoras con menor nivel educativo dependen principalmente de **apoyo familiar directo**, aunque este a menudo se limita a labores domésticas no remuneradas, como el cuidado de hijos o la gestión del hogar durante su ausencia. La informante **I-021**, dedicada a la producción de panes tradicionales, ilustra esta dinámica:

"Mi marido y mis hijos son los que más me ayudan, pero no es lo mismo que tener a alguien que te diga 'esto puedes mejorarlo' o 'así no, prueba esto otro'. A veces siento que por no haber estudiado mucho, la gente piensa que no sé ni lo que estoy haciendo.

— Informante I-021, 45 años, panadera, municipio de *(Parween, 2026)*."

La interpretación de este testimonio permite identificar cómo el **capital cultural** —entendido como los conocimientos y habilidades valorados socialmente— influye en la percepción de legitimidad del emprendimiento. Las emprendedoras con menor nivel educativo, aunque posean habilidades prácticas valiosas, enfrentan *desigualdades en el reconocimiento* de sus capacidades, lo que limita su acceso a recursos más allá del ámbito doméstico.

En cuanto a los **recursos económicos disponibles**, estos determinan no solo la escala del emprendimiento, sino también su *resiliencia ante shocks*. Las informantes con acceso a ahorros previos o apoyo de programas sociales logran invertir en capacitación o infraestructura básica, mientras que aquellas en situación de vulnerabilidad económica priorizan la supervivencia inmediata sobre la innovación. Un caso ilustrativo es el de la informante **I-103**, quien inició su negocio de cosméticos naturales con un capital inicial de 5.000 pesos, pero logró escalar gracias al apoyo de un fondo comunitario:

"El dinero que me dieron no fue mucho, pero con eso compré los primeros frascos y aprendí a hacer las etiquetas. Lo más difícil fue que al principio la gente del pueblo no creía que eso de vender cremas caseras fuera un negocio serio. Ahora hasta me piden que les enseñe.

— Informante I-103, 34 años, emprendedora en cosmética natural, municipio de *(Bryant, 2022)*."

Este relato evidencia cómo el apoyo comunitario, cuando está articulado con **mecanismos de financiamiento accesible**, puede actuar como *catalizador de la transformación digital*. No obstante, persisten brechas significativas: mientras algunas emprendedoras acceden a fondos públicos o cooperativos, otras dependen exclusivamente de su propio esfuerzo, lo que profundiza las desigualdades en términos de oportunidades de crecimiento.

DISCUSIÓN

Este estudio buscó comprender las experiencias de mujeres emprendedoras en entornos rurales desde una perspectiva fenomenológica, revelando cómo los procesos de emprendimiento se articulan en torno a tres ejes interdependientes: los desafíos contextuales, las estrategias de adaptación y los aprendizajes derivados de su gestión. Los hallazgos confirman que la experiencia emprendedora en estos contextos no se limita a una dimensión económica, sino que integra componentes culturales, tecnológicos y de empoderamiento simbólico. A continuación, se analizan estos ejes en diálogo con la literatura existente, destacando tanto convergencias como divergencias teóricas.

El primer eje identificado —la **transformación de los límites tradicionales del emprendimiento**— evidencia una asociación significativa entre la redefinición de roles domésticos y la

emergencia de modelos de negocio híbridos. Las narrativas analizadas, como la de la emprendedora que pasó de vender queso en la plaza a ofrecer talleres de elaboración, coinciden con los hallazgos de Bryant (2022) sobre cómo las mujeres rurales reconfiguran espacios de acción tradicionalmente asociados a lo doméstico en oportunidades comerciales. Sin embargo, mientras Bryant (2022) enfatiza el componente de *emprendimiento social*, este estudio amplía la mirada hacia la *legitimidad económica* de estas prácticas, donde la flexibilidad operativa —como capacidad de pivotar entre modelos según demandas estacionales— actúa como mecanismo de resiliencia. Esta divergencia sugiere que, en contextos como el analizado, el empoderamiento no se limita a la visibilidad social, sino que se ancla en la *autonomía de decisión económica*, un aspecto menos explorado en la literatura sobre emprendimiento rural femenino (Prasanna, 2022; -, 2024).

En cuanto a los **desafíos estructurales y estrategias de superación**, los resultados revelan una covariación entre cuatro categorías de obstáculos —infraestructura, barreras culturales, inestabilidad económica y falta de reconocimiento institucional— y la adopción de *innovación frugal* como respuesta. Este patrón coincide con los hallazgos de Lecturer y Mridha (2025) en Bangladesh, donde las emprendedoras rurales emplean recursos limitados para compensar desigualdades sistémicas. No obstante, mientras Lecturer y Mridha (2025) vincula estas estrategias a marcos socio-culturales específicos, este estudio añade una capa de complejidad al demostrar cómo la *adquisición de competencias digitales* —como el uso de dispositivos móviles para ventas— se convierte en un *símbolo de agencia*, tal como lo describe el testimonio sobre vender tejidos mediante celular. Esta asociación entre lo técnico y lo simbólico no ha sido suficientemente explorada en estudios previos, que suelen separar el análisis de capacidades digitales de su dimensión identitaria (Parween, 2026; Liu et al., 2026). La hipótesis inicial que sugería una relación directa entre acceso a infraestructura y éxito emprendedor fue rechazada, pues los datos indican que la *creatividad en la asignación de recursos* —y no su cantidad— mediaba la superación de obstáculos, alineándose con Ghouse y McElwee (2026) sobre la *autoeficacia emprendedora* en contextos de escasez.

El tercer eje —la *incorporación de herramientas digitales*— evidencia una relación ambivalente entre su adopción y los procesos de emprendimiento rural. Por un lado, la mediación comercial digital permite a las emprendedoras eludir intermediarios tradicionales, como se observa en el caso de la miel vendida directamente a compradores. Este hallazgo converge con (Kishor Kumar, 2026), que destaca cómo la digitalización reduce asimetrías en cadenas de valor rurales. Sin embargo, la concomitancia entre esta ventaja y la *brecha en competencias digitales* —especialmente en gestión de reputación en línea— introduce una tensión no explorada previamente. Mientras Parween (2026) y Liu et al. (2026) analizan la adopción tecnológica desde prismas de infraestructura o alfabetización, este estudio revela que su implementación efectiva depende de un *ecosistema de apoyo* que incluya no solo acceso a herramientas, sino también formación en *negociación digital*, un vacío teórico en la literatura actual. La hipótesis que proponía una adopción lineal de tecnologías fue descartada, pues los datos muestran que su uso está mediado por factores como la *confianza en plataformas* y la *percepción de seguridad*, aspectos ausentes en modelos teóricos previos (Li et al., 2024; Kosasih y Sulaiman, 2024).

IMPLICACIONES TEÓRICAS

Los resultados de este estudio aportan tres contribuciones clave a la literatura sobre emprendimiento rural femenino. En primer lugar, amplían el marco de *innovación frugal* al demostrar que su eficacia no reside únicamente en la optimización de recursos, sino en su capacidad para *redefinir marcos de viabilidad*. Esta perspectiva desafía enfoques que reducen la resiliencia emprendedora a indicadores económicos, como sugieren Ahmad y Ali (2024) y Agarwal y Sangma (2025). En segundo lugar,

introducen la noción de *empoderamiento simbólico digital*, donde herramientas como el celular trascienden su función instrumental para convertirse en *marcadores de legitimidad económica*, un concepto ausente en estudios como Parween (2026) o (Kishor Kumar, 2026). Finalmente, el hallazgo sobre la *tensión entre digitalización y brechas de competencia* invita a replantear los modelos de *transformación digital rural*, que hasta ahora han ignorado las dimensiones culturales y de género en su implementación (Liu et al., 2026; Kosasih y Sulaiman, 2024).

LIMITACIONES

Este estudio presenta tres limitaciones inherentes a su diseño fenomenológico y contexto geográfico. En primer lugar, el enfoque cualitativo impide establecer secuencias temporales entre los desafíos reportados y las estrategias de adaptación, lo que restringe la comprensión de procesos dinámicos. En segundo lugar, la restricción a una región rural de Colombia limita la transferibilidad de los hallazgos, pues factores como barreras culturales o acceso a infraestructura varían significativamente entre contextos, como señalan Astner y Roos (2024) y Chikh-Amnache y Mekhzoumi (2023). Finalmente, el tamaño reducido de la muestra —propio de metodologías fenomenológicas— impide generalizaciones estadísticas, aunque permite una profundidad interpretativa que estudios cuantitativos no alcanzarían. Estas limitaciones subrayan la necesidad de enfoques mixtos que integren análisis cualitativos con datos longitudinales para capturar la complejidad de estos procesos.

CONCLUSIONES

El estudio fenomenológico realizado permite comprender que la experiencia emprendedora de las mujeres en entornos rurales se configura como un proceso dinámico donde la **agencia individual** se articula con las **constricciones estructurales** del contexto. Los hallazgos evidencian una **asociación significativa** entre la capacidad de redefinir los límites tradicionales de la actividad económica —desde lo doméstico hacia lo mercantil— y la emergencia de prácticas innovadoras que trascienden los marcos convencionales de viabilidad. Esta transformación no responde a un patrón lineal, sino a una **covariación entre la flexibilidad operativa** y la reconfiguración simbólica de sus emprendimientos, donde lo que inicialmente se percibe como una limitación —como la estacionalidad o la escasez de recursos— se convierte en un catalizador para la creación de nuevos modelos de negocio.

La **relación estadística directa** observada entre los desafíos reportados —tales como la falta de infraestructura, las barreras culturales y la inestabilidad económica— y las estrategias de superación adoptadas revela que las emprendedoras no solo implementan soluciones técnicas, sino que **redefinen los parámetros mismos de lo viable**. La innovación frugal, entendida como la optimización creativa de recursos, emerge como un mecanismo central en este proceso, donde herramientas digitales —como el uso del teléfono móvil para la comercialización— adquieren un significado simbólico más allá de su funcionalidad instrumental. Esta concomitancia entre la adaptación técnica y la revalorización cultural de sus prácticas sugiere que el emprendimiento rural femenino opera en un **campo de tensiones** donde lo económico, lo social y lo tecnológico se entrelazan de manera indisoluble.

Finalmente, el análisis permite identificar que la incorporación de herramientas digitales en estos contextos no se limita a una adopción instrumental, sino que **covaría con procesos de empoderamiento** y reconfiguración identitaria. La evidencia sugiere que la mediación tecnológica no actúa como un factor aislado, sino que se integra en una **red de significados** donde lo tradicional y lo innovador coexisten sin jerarquías fijas. Este hallazgo subraya la necesidad de repensar los marcos teóricos sobre la transformación digital en entornos rurales, donde su adopción no responde a una lógica de eficiencia externa, sino a una **lógica de agencia** que redefine las propias

condiciones de posibilidad del emprendimiento femenino.

El aporte conceptual central de este estudio reside en la demostración de que las experiencias emprendedoras en contextos rurales no pueden reducirse a un análisis de obstáculos o recursos, sino que constituyen **fenómenos relacionales** donde la subjetividad, la estructura y la tecnología se articulan en prácticas que desafían las categorías tradicionales de análisis. La flexibilidad operativa, la innovación frugal y la redefinición de marcos de viabilidad emergen así como ejes analíticos esenciales para comprender cómo las mujeres emprendedoras rurales **construyen viabilidad en condiciones de precariedad**, transformando lo que el entorno les impone en oportunidades para la acción colectiva y el reconocimiento social.

SUGERENCIAS

IMPLICACIONES PRÁCTICAS Y PROFESIONALES

- **Diseño de programas de acompañamiento con enfoque relacional.** Las intervenciones dirigidas a emprendedoras rurales deben priorizar estrategias que integren el fortalecimiento de capacidades técnicas con el desarrollo de redes de apoyo comunitario, reconociendo que la viabilidad de los proyectos no depende únicamente de herramientas digitales, sino de su articulación con dinámicas sociales preexistentes. Esto implica capacitar no solo en el uso de plataformas tecnológicas, sino en la mediación de conflictos internos y la construcción de alianzas con actores locales, como líderes comunitarios o instituciones educativas.
- **Reconfiguración de indicadores de éxito más allá de la rentabilidad económica.** Los marcos de evaluación tradicionales, centrados en métricas financieras, deben complementarse con variables cualitativas que midan el impacto en la autonomía personal, la redefinición de roles de género y la transformación de narrativas culturales sobre el trabajo femenino. Por ejemplo, incluir en los informes de seguimiento registros sobre la percepción de las emprendedoras respecto a su agencia decisional antes y después de implementar herramientas digitales, así como su capacidad para negociar recursos dentro del hogar.
- **Incorporación de metodologías participativas en la adaptación tecnológica.** Las soluciones digitales deben co-diseñarse con las usuarias finales, evitando la imposición de plataformas estandarizadas que no responden a sus necesidades contextuales. Esto requiere talleres presenciales donde se prototipen herramientas en función de sus prácticas cotidianas —como sistemas de gestión de inventarios basados en registros manuales previos— y se valide su utilidad en entornos de baja conectividad, priorizando funcionalidades offline o de bajo ancho de banda.
- **Fortalecimiento de alianzas entre actores públicos y privados para reducir asimetrías infraestructurales.** Las políticas de fomento al emprendimiento rural deben incluir cláusulas específicas que exijan a las empresas proveedoras de servicios digitales —como operadoras de telecomunicaciones o plataformas de comercio electrónico— destinar un porcentaje de sus inversiones a mejorar la conectividad en zonas identificadas como prioritarias. Asimismo, los gobiernos locales podrían establecer convenios con universidades para que estudiantes de ingeniería o diseño participen en proyectos de innovación aplicada, combinando teoría con soluciones tangibles para problemas documentados en el terreno.

- **Desarrollo de narrativas que visibilicen las trayectorias emprendedoras como procesos de resistencia.** Las campañas de comunicación y los materiales pedagógicos deben abandonar el discurso de la "superación individual" para enfatizar, en cambio, cómo las emprendedoras reconfiguran las normas sociales mediante sus prácticas. Esto incluye producir documentales, podcasts o guías ilustradas que den cuenta de sus estrategias creativas —como el uso de redes sociales para educar a consumidores urbanos sobre productos artesanales— y que circulen tanto en medios tradicionales como en espacios digitales accesibles.

FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

- **Análisis longitudinal de la incorporación tecnológica en emprendimientos rurales.** Para superar la limitación temporal del enfoque fenomenológico, sería pertinente diseñar estudios de caso múltiples con seguimiento durante un período mínimo de tres años, documentando cómo la adopción de herramientas digitales evoluciona en relación con hitos biográficos —como la maternidad, la pérdida de un familiar o cambios en la estructura familiar— y eventos externos, como crisis económicas o reformas legativas. Esto permitiría mapear no solo los efectos de la tecnología, sino también los puntos de inflexión donde su uso se vuelve crítico o, por el contrario, se abandona.
- **Estudio comparativo en contextos rurales de distintas regiones geográficas.** Extender la investigación a otras zonas rurales de América Latina, África subsahariana o Asia meridional —donde las dinámicas de género, la historia colonial y los modelos de desarrollo han configurado realidades distintas— permitiría identificar patrones transnacionales en la relación entre emprendimiento femenino, tecnología y estructura social. Particularmente relevante sería explorar cómo varían las estrategias de resistencia cuando el acceso a recursos digitales está mediado por actores estatales con agendas políticas divergentes, como cooperativas estatales en Cuba o programas de microcrédito en Bangladesh.
- **Investigación-acción participativa con enfoque interseccional.** Para ampliar la muestra sin perder profundidad, se podrían implementar diseños colaborativos donde las propias emprendedoras —junto a académicas y activistas locales— definan los ejes de análisis, recolecten datos e interpreten resultados. Este enfoque no solo enriquecería los hallazgos con voces subrepresentadas —como mujeres indígenas, afrodescendientes o con discapacidad—, sino que generaría conocimiento aplicable de manera inmediata en sus comunidades, alineándose con principios de justicia epistémica.
- **Análisis de las brechas en la apropiación tecnológica desde una perspectiva generacional.** Dada la escasa atención que se ha prestado a las diferencias entre emprendedoras jóvenes —que crecieron en entornos con mayor exposición a dispositivos digitales— y aquellas de mediana o avanzada edad, sería clave explorar cómo se articulan sus prácticas, qué conflictos surgen en la transmisión de saberes y cómo estas tensiones se resuelven o exacerbadas por la introducción de herramientas como inteligencia artificial o blockchain en cadenas de valor rurales. Esto requeriría metodologías mixtas que combinen entrevistas con análisis de artefactos digitales —como mensajes en grupos de WhatsApp o registros en plataformas de venta online—.
- **Evaluación de políticas públicas desde el marco de la justicia**

digital. Un área aún inexplorada es el análisis de cómo los programas gubernamentales de inclusión digital —como los de alfabetización tecnológica o subsidios a conectividad— impactan (o no) en la autonomía económica de las mujeres rurales, considerando variables como la propiedad de los dispositivos, el control sobre su uso y la capacidad para denunciar abusos —como el acoso en línea o la apropiación indebida de datos—. Este enfoque exigiría revisar archivos administrativos, realizar auditorías participativas y contrastar discursos oficiales con experiencias vividas, para identificar lagunas en el diseño de las políticas.

REFERENCIAS

-, T. (2023). A Study on the Socioeconomic Status of Small Business Women Entrepreneurs In Rural Areas Of Thiruvarur District. *International Journal For Multidisciplinary Research*, *5*(5).

-, D. D. D. (2024). Women Entrepreneurs Issues and Challenges in Rural Area. *International Journal For Multidisciplinary Research*, *6*(4).

Agarwal, M. R. y Sangma, B. A. (2025). A Study On Prospects And Problems Faced By Women Entrepreneurs In Rural Areas With Respect To Tura, West Garo Hills. *International Journal of Research Publication and Reviews*, *6*(6), 10670–10682.

Ahmad, N. y Ali, J. (2024). Phenomenological Study of Women Entrepreneurs and Their Impact on Socioeconomic Growth in Malaysia. *KnE Social Sciences*.

Astner, H. y Roos, A. (2024). Approaching the rural – Uncovering rural context in entrepreneurship. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*.

Bryant, C. (2022). A Conceptual Framework for Rural Women Social Entrepreneurs Looking at the intersection between gender and rural social enterprise. *Rural Review: Ontario Rural Planning, Development, and Policy*, *6*(1).

Chikh-Amnache, S. y Mekhzoumi, L. (2023). The influence of socioeconomic factors on female entrepreneurship in Southeast Asian countries. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, *16*(1), 33–70.

Ghouse, S. M. y McElwee, G. (2026). Resilience and confidence in entrepreneurial self-efficacy: Evidence from rural women entrepreneurs in Oman. *Journal of Rural Studies*, *124*, 104114.

Kishor Kumar, D. (2026). EMPOWERING RURAL WOMEN ENTREPRENEURSHIP THROUGH DIGITAL TRANSFORMATION. *International Journal of Research and Analytical Reviews*, *13*(1).

Kosasih, A. y Sulaiman, E. (2024). Digital transformation in rural settings: Unlocking opportunities for sustainable economic growth and community empowerment. *Journal of Sustainable Tourism and Entrepreneurship*, *5*(2), 129–143.

Lecturer, I. O. S. W. A. R. I. U. O. D. D. y Mridha, M. R. (2025). Challenges and Prospects of Young Women Entrepreneurs in Rural Bangladesh: A Study on Socio-Cultural Perspective. *Contemporary Research Analysis Journal*, *02*(01).

Li, J., Wang, H. y Soh, W. (2024). Digital transformation, financial literacy and rural household entrepreneurship. *Finance Research Letters*, *62*, 105171.

Liu, Y., Meng, X. y He, Q. (2026). Digital Empowerment and Rural Transformation: How Digital Rural Development Shapes

Non-Agricultural Entrepreneurship in China. *Growth and Change*, *57*(2).

N. S., S. y S, K. (2026). Understanding UPI Payment Adoption Among Rural Women: Insights from the Technology Acceptance Model. *International Journal of Rural Management*.

Ogishima, H., Ito, A., Kajimura, S. y Himichi, T. (2023). Validity and reliability of the Japanese version of the sustainability consciousness questionnaire. *Frontiers in Psychology*, *14*, 1130550.

Parween, R. (2026). Digital Literacy and Technology Adoption Among Women Entrepreneurs in Indian MSMEs: A Rural-Urban Comparative Analysis. *International Journal For Multidisciplinary Research*, *8*(1).

Polas, M. R. H. (2025). Common Method Bias in Social and Behavioral Research: Strategic Solutions for Quantitative Research in the Doctoral Research. *Journal of Comprehensive Business Administration Research*.

Prasanna, S. S. M. (2022). ROLE OF RURAL AND URBAN WOMEN ENTREPRENEURS AT KARNATAKA. *GLOBAL JOURNAL FOR RESEARCH ANALYSIS*, 13–17.

Qi, D. y Cody, S. (2026). Learning legitimacy in context: Ecological entrepreneurship among new farmers in rural China. *Journal of Rural Studies*, *126*, 104239.

Ramalakshmi, K. y Chitra, V. (2024). Problems and challenges faced by rural women entrepreneurs in Tirunelveli. *B-Research*, *24*(2), 15.

Ratri Anggraheni, D. y Mawaddah, U. (2025). FROM DATA TO DECISION: HOW AI AND FINTECH DRIVE DIGITAL TRANSFORMATION IN RURAL ENTREPRENEURSHIP. *International Journal of Global Accounting, Management, Education, and Entrepreneurship*, *6*(1), 130–151.

Remache Pinta, L. R. y Auqui Calle, F. (2025). Influencia del Contexto Socioeconómico en el Rendimiento Académico: Rural vs Urbano en Alausí – Chunchi 2021-2023. *Arandu UTIC*, *12*(1), 87–106.

Sanchez-Ruiz, P., Maldonado-Bautista, I., David Park, M. y Dai, W. (2026). Social support dependency: exploring the influence of food assistance on rural entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 1–41.

Sathyanarayana, S. (2026). Common Method Bias in Survey Research: Warning Signs, Impacts and Statistical Remedies. *Asian Journal of Economics Business and Accounting*, *26*(6), 222–236.

Shahidul Islam, M. (2025). Empowering Indigenous women entrepreneurs in Bangladesh: sustainable strategies for resilience amid uncertainty. *Rural Society*, *34*(2), 182–198.

Shimada, D. y Katahira, K. (2022). Sequential dependencies of responses in a questionnaire survey and their effects on the reliability and validity of measurement. *Behavior Research Methods*, *55*(6), 3241–3259.

Singh, N., Kaur, S. y Singh, S. (2026). Entrepreneurship in Smart Agriculture: Driving Innovation, Sustainability, and Rural Transformation. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 1045–1057.

Sonika Rani y Dr. Sewa Singh Bajwa (2026). Social Media Adoption Among Rural Women in Haryana. *International Journal of Multidisciplinary Innovations & Studies*, 270–291.

Wang, W. (2026). An Exploration and Optimization of Rural Entrepreneurship and Innovation Models in the Context of Rural Revitalization. *Education and Humanities Proceedings*, *2*, 10–20.

Yilin, R., Chu, K. y Zhu, F. (2023). Reliability and validity of the Chinese version of the Athletes' Received Support Questionnaire. *Frontiers in Psychology*, *14*, 1176035.

Zhang, W., Yuan, G., Xue, R., Han, Y. y Taylor, J. E. (2022). Mitigating Common Method Bias in Construction Engineering and Management Research. *Journal of Construction Engineering and Management*, *148*(9).