

Tejiendo Futuro

Empoderamiento Femenino a Través de las TIC en Puno

Daisy Mestas Yucra
Remo Choquejahua Acero

IDEOs
Centro de Investigación y Producción Científica

Tejiendo Futuro

Empoderamiento Femenino a Través de las TIC en Puno

Editor

IDEOs
Centro de Investigación
y Producción Científica

Tejiendo Futuro

Empoderamiento Femenino a Través de las TIC en Puno

Daisy Mestas Yucra, Remo Choquejahua Acero

Editado por

CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y PRODUCCIÓN CIENTÍFICA IDEOS E.I.R.L

Dirección: Calle Teruel N° 292, Urb. Las Américas - Miraflores-Perú

RUC: 20606452153

Primera edición digital, Enero de 2025

Libro electrónico disponible en www.tecnohumanismo.online

ISBN: 978-612-5241-63-4

Depósito Legal N°: 202615355





Daisy Mestas Yucra

https://orcid.org/0000-0002-0969-5529

daisy.mestas@unap.edu.pe

Universidad Nacional del Altiplano, Puno– Perú

Remo Choquejahua Acero

https://orcid.org/0000-0002-4390-0485

rchoquejahua@unap.edu.pe

Universidad Nacional del Altiplano, Puno– Perú

ÍNDICE

RESUMEN **5**

INTRODUCCIÓN **7**

CAPÍTULO I **10**

TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN 11
Teoría de las competencias digitales 11
Definiciones fundamentales de Tecnologías de información y comunicación 12
Dimensiones de las tecnologías de información y comunicación 16
Uso de las TIC para la comercialización 18
EMPODERAMIENTO DE LA MUJER 19
Perspectivas del Empoderamiento 23
Definiciones del empoderamiento de la Mujer 24
Importancia del empoderamiento de la mujer 24
Dimensiones del empoderamiento 26
ANTECEDENTES 31
Estudios Internacionales 31
Estudios Nacionales 35
Estudios Locales 38
Análisis de los antecedentes 38

CAPÍTULO II **42**

IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA 43
ENUNCIADO DEL PROBLEMA 45
JUSTIFICACIÓN 45
OBJETIVOS 46
Objetivo general 46
Objetivos específicos 46
HIPÓTESIS 47
Hipótesis general 47
Hipótesis específicas 47

CAPÍTULO III **48**

CONTEXTO DEL ESTUDIO 49
Lugar de Estudio 50
Descripción del Entorno Social 50
LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN 51
MÉTODO DE INVESTIGACIÓN 54
Enfoque de investigación 54
Tipo de investigación 54
Nivel de investigación 55
Método de investigación 55
Diseño de investigación 55
Descripción detallada de métodos 56
Descripción de técnicas e instrumentos 57
Aplicación de la prueba estadística inferencial 58
POBLACIÓN 59
MUESTRA 60

CAPÍTULO IV 63

RESULTADOS 63
Uso de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) y empoderamiento de las mujeres artesanas 63
Uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) y autoestima de las mujeres 83
Uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) y liderazgo de las mujeres 88
Uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) y toma de decisiones de las mujeres 92
Uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) y participación de las mujeres 97
DISCUSIÓN 102
Relación entre el Uso de las TIC y el Empoderamiento de las Mujeres Artesanas del Puerto Muelle, Puno 102
Relación entre el Uso de las TIC y la Autoestima 103
Relación entre el Uso de las TIC y el Liderazgo 104

Relación entre el Uso de las TIC y la Toma de Decisiones 104
Relación entre el Uso de las TIC y la Participación 105
Reflexión Final 105

CONCLUSIONES 107

RECOMENDACIONES 111

BIBLIOGRAFÍA 114

RESUMEN

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han transformado profundamente la forma en que las personas interactúan, aprenden y trabajan, convirtiéndose en herramientas indispensables para el desarrollo humano. Este libro explora un tema de gran relevancia: la relación entre el uso de las TIC y el empoderamiento femenino, con un enfoque específico en las mujeres artesanas de la asociación unificada del Puerto Muelle de Puno.

La obra se fundamenta en una investigación rigurosa cuyo objetivo principal fue determinar cómo el uso de las TIC influye en el empoderamiento de las mujeres artesanas de esta región. La metodología empleada es de enfoque cuantitativo, de tipo básico y teórico, con un nivel correlacional, basada en el método hipotético-deductivo y un diseño no experimental. La muestra, seleccionada de manera probabilística estratificada, incluyó a 60 mujeres artesanas, lo que permitió obtener datos representativos y confiables.

Los resultados son reveladores. El 65% de las mujeres encuestadas demostraron un nivel intermedio en el uso de TIC, mientras que el 58% presentaron un nivel de empoderamiento clasificado como regular. Al desglosar las dimensiones del empoderamiento, se encontró que el 65% de las participantes tienen una autoestima regular, el 43.3% muestran liderazgo en un nivel también regular, el 78.3% poseen una toma de decisiones regular, y el 58.3% mantienen una participación comunitaria también regular. Además, el coeficiente de correlación Rho de Spearman alcanzó un valor de 0.586, lo que indica una correlación positiva considerable entre el uso de TIC y el empoderamiento femenino. Dentro de las dimensiones evaluadas, la de liderazgo resultó ser la de mayor correlación, con un Rho de Spearman de 0.556.

El libro concluye con una reflexión clave: a mayor uso de las TIC, mayor es el nivel de empoderamiento de las mujeres artesanas del Puerto Muelle de Puno. Este hallazgo tiene profundas implicancias para el diseño de políticas públicas y programas de desarrollo dirigidos a poblaciones vulnerables. Al fortalecer el acceso y el manejo de tecnologías, se puede promover un impacto positivo en la autoestima, el liderazgo, la toma de decisiones y la participación de estas mujeres, ampliando sus oportunidades de crecimiento personal y colectivo.

Este libro no solo destaca la relevancia de las TIC como herramientas de empoderamiento, sino que también visibiliza la realidad de las mujeres artesanas, cuyas historias y luchas cotidianas sirven como ejemplo de resiliencia y determinación. La obra invita al lector a reflexionar sobre el papel crucial que desempeñan las tecnologías en la construcción de una sociedad más equitativa y conectada, donde las mujeres puedan alcanzar su máximo potencial.

INTRODUCCIÓN

En el escenario global actual, caracterizado por la interconexión y la acelerada evolución tecnológica, las tecnologías de información y comunicación (TIC) han pasado de ser simples herramientas auxiliares a convertirse en pilares fundamentales para el desarrollo humano, social y económico. Estas herramientas no solo simplifican el acceso y gestión de información, sino que también generan nuevas formas de comunicación, colaboración y organización. Como lo destacan Fernando et al. (2005), el impacto de las TIC ha sido tan profundo que han transformado nuestras estructuras sociales y económicas, modificando patrones de comportamiento y estableciendo nuevas posibilidades de desarrollo. Sin embargo, su influencia no está exenta de paradojas: pueden servir como catalizadores para reducir desigualdades y fomentar el bienestar colectivo, o bien perpetuar inequidades existentes en dimensiones como el género, la economía y la política (Barreto et al., 2013).

En este contexto, el concepto de empoderamiento adquiere un rol central, particularmente en los esfuerzos por alcanzar una equidad de género sostenible. Empoderar a las mujeres no solo implica aumentar su acceso a recursos, sino también fortalecer su autonomía y capacidad de tomar decisiones que impacten positivamente en sus vidas y en sus comunidades. El Instituto de la Mujer (2008) define el empoderamiento como un proceso multifacético que habilita a las mujeres para reconocer y ejercer su influencia en los ámbitos político, social y económico. Desde la perspectiva de las TIC, este concepto trasciende los límites convencionales, ya que el dominio de estas tecnologías permite a las mujeres mejorar su autoestima, consolidar sus habilidades de liderazgo, participar activamente en su comunidad y tomar decisiones informadas y autónomas (Del Prete et al., 2013).

Este libro surge como una exploración detallada y rigurosa de la relación entre las TIC y el empoderamiento femenino en un contexto específico: el de las mujeres artesanas del Puerto Muelle de Puno. Esta región, marcada por desafíos socioeconómicos y desigualdades estructurales, representa un caso paradigmático donde las TIC pueden ser el catalizador de cambios significativos. La obra no solo busca analizar la influencia de estas tecnologías en la vida de estas mujeres, sino también reflexionar sobre cómo pueden

ser utilizadas como herramientas para cerrar brechas de género, mejorar la calidad de vida y fomentar el desarrollo sostenible.

El objetivo principal de este estudio fue determinar la relación entre el uso de las TIC y el nivel de empoderamiento de las mujeres artesanas de la asociación unificada del Puerto Muelle de Puno durante el año 2022. Para ello, se adoptó un enfoque metodológico cuantitativo de tipo básico-teórico, con un nivel correlacional. La investigación se guió por el método hipotético-deductivo y un diseño no experimental, lo que permitió un análisis detallado de las interrelaciones entre las TIC y dimensiones clave del empoderamiento, como la autoestima, el liderazgo, la toma de decisiones y la participación social.

El libro está estructurado en seis capítulos cuidadosamente diseñados para guiar al lector a través de un recorrido temático profundo y sistemático que abarca desde los conceptos fundamentales hasta las conclusiones más reveladoras del estudio.

El **primer capítulo**, *Marco Teórico y Contextualización*, introduce las bases conceptuales y teóricas esenciales para el estudio. Abarca aspectos como las competencias digitales, las dimensiones de las TIC y las diversas perspectivas del empoderamiento femenino. Además, ofrece un análisis exhaustivo de antecedentes internacionales, nacionales y locales, situando el trabajo en un contexto amplio y fundamentado.

En el **segundo capítulo**, *Definición y Delimitación del Problema*, se presentan los problemas centrales de la investigación, junto con sus justificaciones. Aquí se detallan también los objetivos generales y específicos que orientaron el estudio, así como las hipótesis planteadas, tanto generales como específicas.

El **tercer capítulo**, *Materiales y Métodos*, describe en detalle la metodología aplicada. Incluye información sobre el contexto del estudio, la población y la muestra seleccionada, los instrumentos de recolección de datos y las técnicas de análisis estadístico empleadas. Además, se expone cómo se alinearon los objetivos específicos con las estrategias metodológicas.

El **cuarto capítulo**, *Resultados y Discusión*, presenta los hallazgos más significativos del estudio. Se analizan de manera minuciosa las dimensiones del empoderamiento femenino relacionadas con el uso de las TIC, tales como la autoestima, el liderazgo, la toma de decisiones y la participación comunitaria. Además, se discuten los resultados en relación con la literatura existente, aportando nuevas perspectivas al debate académico y práctico.

El **quinto capítulo**, *Conclusiones y Recomendaciones*, sintetiza los aprendizajes y descubrimientos clave de la investigación. Se destacan las implicancias prácticas de los hallazgos, así como sugerencias para implementar políticas y estrategias que maximicen los beneficios del uso de las TIC en el empoderamiento femenino, especialmente en contextos similares.

Finalmente, el **sexto capítulo**, *Bibliografía*, recopila todas las referencias utilizadas a lo largo del estudio. Esta sección constituye una valiosa fuente de información para futuros investigadores interesados en profundizar en esta temática.

Con esta organización, el libro no solo ofrece una comprensión integral sobre la relación entre las TIC y el empoderamiento femenino, sino que también proporciona herramientas prácticas para abordar los desafíos que enfrentan las mujeres artesanas en un mundo tecnológico en constante evolución.

Te invitamos a sumergirte en estas páginas y descubrir cómo las tecnologías de información y comunicación están transformando la vida de las mujeres artesanas del Puerto Muelle de Puno. A través de un análisis riguroso y narrativas inspiradoras, este libro ofrece una visión única sobre el poder de las TIC como herramientas de empoderamiento. Estamos seguros de que cada capítulo te proporcionará nuevas ideas y una perspectiva renovada sobre el potencial transformador de la tecnología. Bienvenido a este viaje de descubrimiento y reflexión.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO Y CONTEXTUALIZACIÓN

El primer capítulo de este estudio tiene como objetivo establecer las bases teóricas, conceptuales y contextuales necesarias para comprender la problemática en análisis. En un entorno global marcado por el avance de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), su impacto en diversos ámbitos de la vida humana se ha convertido en un tema central de discusión, especialmente en lo que respecta al empoderamiento social y económico de grupos históricamente vulnerables, como las mujeres.

En este marco, el capítulo aborda dos dimensiones principales. La primera, de carácter teórico, busca definir los conceptos esenciales relacionados con las TIC y su aplicabilidad en procesos de comercialización, tomando en cuenta las características únicas de los sectores en los que se implementan. Además, se profundiza en el empoderamiento de las mujeres como un eje transformador para la reducción de desigualdades, analizando sus dimensiones fundamentales y los mecanismos que facilitan su fortalecimiento.

Se presentan estudios internacionales, nacionales y locales que permiten identificar patrones, brechas y oportunidades en el uso de las TIC como herramientas de desarrollo social y económico. Este enfoque no solo contextualiza el problema, sino que también resalta la importancia de este estudio como contribución a un tema de creciente relevancia.

Este capítulo provee un marco integral que conecta las bases teóricas con el contexto práctico, sirviendo como pilar para el desarrollo de las demás secciones de la investigación. La comprensión de estas bases permitirá interpretar adecuadamente los resultados y proponer soluciones alineadas con las necesidades del entorno analizado.

Tecnologías de información y comunicación

En un mundo cada vez más interconectado, las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) se han convertido en un eje fundamental para la vida cotidiana, la educación, el trabajo y la participación ciudadana. Sin embargo, la capacidad para aprovechar plenamente el potencial de las TIC no depende únicamente del acceso a dispositivos o infraestructura tecnológica. Requiere el desarrollo de competencias digitales, un conjunto de habilidades que permiten a las personas interactuar de manera efectiva, ética y creativa en entornos digitales.

Al analizar las TIC desde la perspectiva de las competencias digitales, se puede abordar cómo estas herramientas tecnológicas influyen en distintos aspectos de la vida social y profesional. Las TIC han transformado la manera en que accedemos al conocimiento, nos comunicamos y participamos en los procesos de cambio social. No obstante, su uso efectivo exige no solo destrezas técnicas, sino también una comprensión profunda de los contextos sociales, éticos y culturales en los que operan.

En tanto, la teoría de competencias digitales servirá como un marco para explorar las múltiples dimensiones de las TIC y su impacto en el empoderamiento de las mujeres. Desde el acceso a recursos educativos y laborales hasta la participación en redes sociales y movimientos de cambio social, las TIC pueden desempeñar un papel crucial para cerrar brechas de género y abrir nuevas oportunidades de desarrollo personal y colectivo.

A partir de esta base, se desarrollarán los diferentes aspectos de las TIC, analizando cómo estas tecnologías, combinadas con las competencias digitales, se convierten en herramientas poderosas para la transformación social y la construcción de una sociedad más equitativa e inclusiva.

Teoría de las competencias digitales

Según él Instituto Nacional de Tecnologías Educativas (2017) la competencia digital implica el uso crítico y seguro de las Tecnologías de la Sociedad de la Información para el trabajo, el tiempo libre y la comunicación. Apoyándose en habilidades básicas de TIC, como usar computadoras para producir, guardar, mostrar e intercambiar información, así como para comunicarse con otros y participar en redes de colaboración

en línea. En tanto la gestión de información, la comunicación en entornos sociales y la capacidad de usar internet con fines de aprendizaje se han convertido en campos con gran relevancia, también para el pensamiento crítico, la creatividad y la innovación. No obstante, los dispositivos de acceso son cada vez más diversos, ya no solo accedemos desde los ordenadores como años anteriores.

Como indica Ferrari (2012) los discursos sobre la alfabetización tienden a centrarse en el argumento de la decodificación y codificación, es decir, en la lectura y escritura, pero aquí preferimos referirnos a la competencia digital como el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes necesarias hoy en día para ser funcional en un entorno digital. Por tanto, además de los cambios que introducen las nuevas tecnologías en la alfabetización de la lectura y escritura, podemos argumentar que la competencia digital requiere un conjunto nuevo de habilidades, conocimientos y actitudes. La adquisición de la competencia en la era digital requiere una actitud que permite al usuario adaptarse a las nuevas necesidades establecidas por las tecnologías, pero también su apropiación y adaptación a los propios fines e interaccionar socialmente en torno a ellas. La apropiación implica una manera específica de actuar e interactuar con las tecnologías, entenderlas y ser capaz de utilizarlas para una mejor práctica profesional.

En tanto, la competencia digital también puede definirse como el uso creativo, crítico y seguro de las tecnologías de información y comunicación para alcanzar los objetivos relacionados con el trabajo, la empleabilidad, el aprendizaje, el tiempo libre, la inclusión y la participación en la sociedad.

Definiciones fundamentales de Tecnologías de información y comunicación

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), o también llamadas Tecnologías de la Información (TI), engloban un conjunto diverso de herramientas creadas para manejar y transmitir datos de un punto a otro. Comprenden un amplio espectro de soluciones que abarcan desde el almacenamiento y recuperación de información hasta la transmisión y recepción de datos entre diferentes ubicaciones. Además, incluyen el procesamiento de datos para realizar cálculos y generar informes útiles (Campuzano y Muñoz, 2019).

Para Cebreiro (2007) las TIC son aquellas tecnologías que se centran en cuatro pilares fundamentales: la informática, la microelectrónica, los multimedia y las telecomunicaciones. Lo más relevante es que estas tecnologías operan de manera interactiva e interconectada, lo que posibilita la creación de nuevas formas de comunicación y potencia las capacidades de cada una cuando se utilizan de forma individual. En conjunto, abren la puerta a nuevas realidades comunicativas que antes no eran posibles y mejoran aún más aquellas que ya existían en forma aislada.

En tanto Pablo (2016) indica que abarcan un abanico de dispositivos, herramientas y aplicaciones empleadas en la administración, almacenamiento y transferencia de datos por dispositivos electrónicos.

Por otro lado, Pablos et al. (2019) señalaron que es un conjunto de herramientas, sistema de gestión, servicios y tecnologías que usan los diferentes programas informáticos y equipos, y que constantemente se trasladan por medio de las redes de comunicación. También indica que constituye la variedad de herramientas indispensables para la transmisión de información, mediante el uso de programas informáticos y equipos a través de las redes de la telecomunicación.

Así mismo, Cabero y Martínez (1995) hacen referencia a canales de comunicación innovadores en lugar de nuevas tecnologías, ya que estas últimas generalmente implican el uso de tecnologías convencionales, pero con aplicaciones distintas y originales. En otras palabras, se trata de la integración de tecnologías previas, tanto en términos de cantidad como de calidad.

En tanto, las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) son un conjunto de herramientas, recursos y sistemas tecnológicos diseñados para gestionar, procesar y transmitir información de manera eficiente. Estas tecnologías abarcan una amplia gama de aplicaciones, desde dispositivos electrónicos, como computadoras y teléfonos móviles, hasta plataformas digitales, como redes sociales, aplicaciones móviles y sistemas en la nube. Las TIC han transformado significativamente la manera en que las personas se comunican, accede al conocimiento y participan en diversas actividades sociales, económicas y culturales.

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), las TIC incluyen "todas las tecnologías utilizadas para la creación, almacenamiento, intercambio y gestión de información en sus diferentes formas". Esto abarca tanto las tecnologías tradicionales, como la radio y la televisión, como las tecnologías más modernas, como internet y las aplicaciones digitales interactivas.

Características Principales

- **Conectividad Global**: Las TIC permiten la interconexión entre personas, empresas e instituciones a nivel mundial, superando las barreras geográficas.
- **Acceso Instantáneo a la Información**: A través de las TIC, es posible acceder a grandes volúmenes de información en tiempo real, lo que ha transformado sectores como la educación, la salud y el comercio.
- **Adaptabilidad y Escalabilidad**: Las tecnologías pueden adaptarse a las necesidades específicas de cada usuario o comunidad, lo que facilita su implementación en diversos contextos.

Rol de las TIC en la Sociedad: Las TIC han redefinido la estructura de las sociedades modernas. En el ámbito económico, son clave para fomentar la competitividad, la productividad y la innovación. En el plano social, han democratizado el acceso al conocimiento y han empoderado a comunidades históricamente marginadas, al proporcionar herramientas para la educación, el emprendimiento y la participación ciudadana.

TIC y Desarrollo Social: En términos de desarrollo social, las TIC representan una oportunidad para reducir la brecha digital y promover la inclusión. Por ejemplo, el acceso a internet permite a personas en áreas rurales participar en actividades económicas globales, mientras que las plataformas digitales facilitan la educación y el aprendizaje continuo.

Retos Asociados: A pesar de sus beneficios, las TIC también presentan desafíos importantes. Entre ellos, destacan:

- La **brecha digital**, que refleja las desigualdades en el acceso y uso de estas tecnologías entre regiones, grupos socioeconómicos y géneros.
- Los **riesgos de ciberseguridad**, incluyendo la protección de datos personales y la privacidad de los usuarios.
- La **alfabetización digital**, necesaria para que las personas puedan aprovechar de manera efectiva las herramientas tecnológicas.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) son un conjunto de herramientas, recursos y dispositivos tecnológicos diseñados para procesar, almacenar, transmitir y recibir información de manera digital. Estas tecnologías abarcan una amplia gama de medios y aplicaciones que han revolucionado la manera en que las personas se comunican, acceden al conocimiento y realizan actividades cotidianas, laborales y sociales.

En el contexto de este marco teórico, las TIC incluyen desde herramientas básicas como teléfonos móviles, computadoras y acceso a internet, hasta aplicaciones y plataformas avanzadas como redes sociales, comercio electrónico, sistemas de mensajería instantánea y servicios en la nube. Estas tecnologías no solo transforman la comunicación interpersonal, sino que también actúan como motores de cambio en el ámbito económico, educativo y cultural.

Desde una perspectiva social, las TIC son fundamentales para cerrar brechas en términos de acceso a la información y oportunidades. Permiten a comunidades históricamente marginadas, como las mujeres artesanas, superar barreras geográficas y sociales, conectarse con mercados globales y acceder a redes de apoyo y aprendizaje. En este sentido, las TIC no solo son herramientas técnicas, sino también un catalizador de transformación y empoderamiento.

Este enfoque multidimensional resalta la importancia de analizar cómo las TIC impactan y reconfiguran dinámicas en comunidades específicas, como las mujeres artesanas del Puerto Muelle de Puno, promoviendo su desarrollo económico, social y personal.

Dimensiones de las tecnologías de información y comunicación

Según Grant (2014) nos indica que cada organización e institución está formada por un conjunto de recursos y capacidades y el resultado de esta será en base al uso eficiente de cada uno de ellos. Es tanto existen dos tipos de recursos: tangibles (activos físicos y tecnológicos) e intangibles, (organizativos y sistemas de comunicación en relación con los clientes, proveedores e instituciones públicas).

La siguiente clasificación de dimensiones se adaptó en base a las competencias digitales que debe tener el individuo en el Uso de las TIC, para el estudio se tomó la teoría dada por el Instituto Nacional de Tecnologías Educativas (2017) teniendo como dimensiones: manejo de información, comunicación y colaboración digital, creación de contenidos digitales y resolución de problemas digitales.

Manejo de información: La información se caracteriza por transmitir un mensaje a través de distintos medios ya sea orales, escritos y audiovisuales que ayudan a conocer o saber sobre algún tema o situación, además, se trata de un mensaje que contiene una serie de datos y a su vez, abarca un determinado significado que implica a un tema específico (Chiavenato, 2019). En tanto el manejo de información, va más allá de recibir solo el mensaje, se centra en cómo podemos identificar y organizar esa información usando tecnologías de información y comunicación.

En tanto en esta dimensión es donde se evalúa como la persona puede identificar, localizar, obtener, almacenar, organizar y analizar información digital, evaluando su finalidad y relevancia de ellos (Instituto Nacional de Tecnologías Educativas, 2017); considerando los siguientes aspectos a estudiar:

- Navegación, búsqueda y filtrado de información, datos y contenido digital.
- Evaluación de información, datos y contenido digital.
- Almacenamiento y recuperación de información, datos y contenido digital.
- Uso de equipos tecnológicos y aplicativos

Comunicación digital: En esta dimensión se evalúa como la persona puede comunicarse mediante entornos digitales, compartir recursos por medio de herramientas

en red, conectar con otros y colaborar mediante herramientas digitales, interaccionar y participar en comunidades y redes sociales (Instituto Nacional de Tecnologías Educativas, 2017); considerando los siguientes aspectos a estudiar:

- Interacción mediante tecnologías digitales (Redes Sociales)
- Compartir información y contenidos.
- Participación ciudadana en línea.
- Marketing Digital.

Creación de contenidos: En esta dimensión se evalúa como la persona crea y edita contenidos digitales nuevos, integra y reelabora conocimientos y contenidos previos, realizar producciones artísticas, contenidos multimedia, saber aplicar los derechos de propiedad intelectual y las licencias de uso (Instituto Nacional de Tecnologías Educativas, 2017), considerando los siguientes aspectos a estudiar:

- Desarrollo de contenidos digitales (Creación y Edición de videos, fotos y publicidad).
- Integración y reelaboración de contenidos digitales.
- Derechos de autor y licencias.
- Seguridad.

Resolución de problemas: En esta dimensión se evalúa como la persona puede identificar necesidades de uso de recursos digitales, tomar decisiones informadas sobre las herramientas digitales más apropiadas según el propósito o la necesidad, resolver problemas conceptuales a través de medios digitales, usar las tecnologías de forma creativa, resolver problemas técnicos, actualizar su propia competencia digital (Instituto Nacional de Tecnologías Educativas, 2017), considerando los siguientes aspectos a estudiar:

- Resolución de problemas técnicos en equipos tecnológicos.
- Identificación de necesidades y respuestas tecnológicas.

– Innovación y uso de la tecnología digital de forma creativa.

Uso de las TIC para la comercialización

El uso de las TIC abarca múltiples ámbitos, funciones y tipos de distribuidores, lo que da lugar a diversas aplicaciones a lo largo de los canales de comercialización. En consecuencia, el comercio electrónico, ampliamente definido como la realización de transacciones comerciales mediante el empleo de computadoras y redes de telecomunicación, no se limita exclusivamente a un grupo específico o a una cierta función o área comercial dentro del canal. En realidad, se extiende a una amplia variedad de contextos, que van desde el comercio entre empresas hasta las relaciones comerciales entre empresas y sus consumidores finales (Buenrostro y Hernández, 2019).

En el ámbito de las relaciones empresariales, donde la toma de decisiones se basa en un alto nivel de racionalidad y en el uso intensivo de información, las TIC juegan un papel fundamental y pueden ser empleadas en todas las etapas de la cadena de suministro y en diversas funciones comerciales, sin limitarse a un área específica. Gracias a la amplia difusión y expansión de estas tecnologías, hoy en día es posible llevar a cabo tareas que van desde la recopilación de datos del mercado, el abastecimiento y almacenamiento, hasta los pagos y el servicio postventa.

Las TIC facilitan la obtención de una mayor cantidad de información, más precisa y exacta, lo que permite a las empresas ofrecer productos y servicios que se adapten mejor a las necesidades y características de los compradores, no solo a través de establecimientos físicos. La digitalización y el uso de estas tecnologías permiten una mayor personalización y la creación de experiencias más satisfactorias para los clientes, mejorando así las relaciones comerciales y aumentando la eficiencia en toda la cadena de suministro.

Principalmente, podemos identificar dos categorías de TIC que se aplican en los canales de comercialización: el hardware y las redes del sistema, y las bases de datos que contienen la información. En primer lugar, el hardware y las redes están conformados por computadoras y otros dispositivos que se utilizan para establecer conexiones y comunicaciones entre los distintos miembros del canal de marketing. Esto incluye la infraestructura tecnológica necesaria para el intercambio electrónico de datos.

Por otro lado, las bases de datos juegan un papel esencial, ya que almacenan toda la información relevante para el canal de comercialización. Estas bases de datos contienen datos sobre productos, inventario, pedidos, clientes y demás información necesaria para el funcionamiento eficiente del canal. En el ámbito del marketing, existen diversos paquetes de tecnologías y métodos, tales como los sistemas justo a tiempo, la respuesta eficiente al consumidor, el intercambio electrónico de datos o la respuesta rápida, entre otros. Estos recursos tecnológicos y enfoques ayudan a reducir el tiempo que los productos permanecen en los canales de comercialización antes de ser adquiridos por los consumidores. En última instancia, esto contribuye a agilizar los procesos y mejorar la satisfacción del cliente al recibir los productos de manera más rápida y eficiente.

El avance de estas tecnologías también ha dado lugar a diversos cambios en los mercados. En particular, la expansión de sistemas y tecnologías de TIC de uso habitual entre los consumidores, combinada con transformaciones en las estructuras sociales, demográficas y económicas de la población, ha ocasionado una serie de modificaciones en los comportamientos y hábitos de compra tradicionales de los consumidores. Estas transformaciones han ejercido un impacto significativo en la evolución y surgimiento de nuevos modelos comerciales, que se han visto obligados a ofrecer un catálogo de productos y servicios más ajustado a las necesidades de los clientes finales. En definitiva, la incorporación de estas tecnologías ha impulsado cambios notables en la forma en que se comercia y satisface a los consumidores en la actualidad (Buenrostro y Hernández, 2019).

Empoderamiento de la mujer

El empoderamiento de la mujer se ha consolidado como un marco teórico y práctico esencial en la búsqueda de la igualdad de género y el desarrollo sostenible. Desde una perspectiva teórica, el concepto de empoderamiento está fundamentado en diversas corrientes que analizan cómo las mujeres pueden ampliar su autonomía, controlar sus propias vidas y transformar las estructuras que perpetúan la desigualdad. Una de las bases fundamentales se encuentra en la teoría de la capacidad de Amartya Sen, que enfatiza la necesidad de expandir las libertades individuales para que las personas puedan alcanzar sus objetivos, así como en la teoría de la agencia, que destaca el papel activo de las mujeres como agentes de cambio en sus comunidades y sociedades.

El empoderamiento es un concepto multidimensional que no solo aborda el acceso a recursos económicos o educativos, sino también aspectos sociales, políticos, psicológicos y tecnológicos. Este enfoque reconoce que el empoderamiento debe ser un proceso inclusivo y contextualizado, que considere factores como la cultura, la clase social y las barreras interseccionales que afectan a las mujeres de manera diferencial. Además, se entiende como un proceso tanto individual como colectivo: mientras que en el nivel individual implica desarrollar confianza, habilidades y autonomía, en el nivel colectivo se trata de generar cambios en las estructuras que limitan la participación plena de las mujeres.

Además de estas bases teóricas, el empoderamiento también implica aspectos prácticos y contextuales que varían según factores culturales, sociales y económicos. Este libro no solo profundizará en las principales teorías del empoderamiento, sino que también abordará otros aspectos fundamentales en relación a esta. Se explorará cómo estos diferentes elementos interactúan y se potencian mutuamente, con especial atención al papel de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) como herramientas clave para fomentar la autonomía, la participación y la equidad. De esta manera, se buscará ofrecer una visión integral que permita analizar tanto las barreras como las oportunidades para el empoderamiento femenino en un mundo cada vez más interconectado.

Teoría del empoderamiento (Empowement)

Para Koontz et al. (2012) el "Empowerment" o empoderamiento se basa en el poder que tienen para tomar decisiones ya sea los empleados, administradores o equipos de todos los niveles de la organización, sin la necesidad de requerir permiso o autorización de los superiores o jefes. Es así que debe basarse en la confianza mutua, requiriendo que los empleados acepten la responsabilidad de sus acciones y se manifiesten cuando un colaborador de rango jerárquico superior otorga criterio a un subordinado para que pueda tomar decisiones que están en su rango de poder.

Hablar de "Empowerment" significa potenciar o reforzar, la autoridad a los subordinados, confiriéndoles sentimiento de que son los dueños de su propio trabajo, así mismos implica que nosotros mismos podamos liderar y ser mejores líderes, que seamos

libres de hablar sin sentirnos menos por el hecho de tener un jefe superior, puesto que podemos hablar y criticar con todo derecho.

Teoría del empoderamiento de la mujer según Stromquist

El potencial empoderador de la alfabetización permite señalar que la ruta principal de las mujeres hacia el proceso de empoderamiento es a través de su organización colectiva. Es decir, salir de casa y participar en una iniciativa grupal exitosa ayudando a las mujeres a desarrollar un sentido de empoderamiento que aumenta la autoestima y la autonomía.

El proceso de empoderamiento se visualiza como una serie de etapas que inician con la participación de mujeres en pequeños grupos, donde realizan actividades que les generan ingresos, se apoyan mutuamente en necesidades básicas y mejoran los servicios de la comunidad. A través de estas experiencias, las mujeres obtienen valiosos aprendizajes que fortalecen su autoestima, confianza en sí mismas y habilidades de liderazgo.

La reflexión conjunta sobre sus condiciones de vida les brinda una mejor comprensión de las estructuras que influyen en su vida diaria, motivándolas a actuar en el ámbito público y local. Esto, a su vez, refuerza su sentido de competencia personal y mejora su capacidad para negociar sus relaciones familiares de manera más efectiva. En resumen, este proceso de empoderamiento les brinda a las mujeres las herramientas necesarias para tomar un papel más activo en la sociedad y mejorar su calidad de vida.

Tomando en cuenta esta perspectiva, Stromquist identifica cuatro dimensiones clave del empoderamiento de la mujer: la dimensión del conocimiento, la dimensión psicológica, la dimensión política y la dimensión económica. En este estudio, nos centraremos específicamente en la dimensión del conocimiento, que se refiere a cómo las mujeres adquieren diversos conocimientos a través de actividades formativas como capacitaciones, pasantías y talleres educativos en contextos informales de educación. Gracias a estos procesos educativos no formales, las mujeres tienen la capacidad de participar activamente y asumir roles significativos dentro de sus asociaciones, lo que les permite ejercer sus derechos plenamente en su condición de mujeres. El acceso al

conocimiento les brinda herramientas valiosas para tomar decisiones informadas y para enfrentar los desafíos que puedan surgir en sus vidas (Stromquist, 2008).

Definiciones de empoderamiento

El empoderamiento se define como desarrollar la autoestima, creer en si misma concretar los cambios que se desean y el derecho de dominar su vida propia con cambio, decisión y poder, siendo a veces una meta implícita o explícita (Giordano y Páez, 2019).

Por estas razones para que una fémina se empodere, necesita el acceso a recursos materiales, humanos y sociales necesarios para tomar decisiones estratégicas en su vida, pese a ello también debe tener habilidad saber utilizar dichos recursos (Singh, 2018). Sin embargo, la falta de empoderamiento atrasara el desarrollo, asimismo la falta de progreso limita el empoderamiento (Bennett, 2018).

Asimismo, se cree que las microfinanzas empoderan a las féminas ya que al ponerle capital bajo su responsabilidad y permitirles generar ingresos independientes contribuyen económicamente a sus familias (Palma, 2020). De tal forma, el empoderamiento de la mujer es una imposición de valores occidentales ya que la organización del empoderamiento de la fémina implica luchar por cambios culturales y sociales (Zhou y Reddy, 2015). Además, el principal componente del empoderamiento es la habilidad de las mujeres para tomar decisiones que tienen repercusiones en sus vidas futuras (Gilbert, 2019).

Así mismo León et al. (1997) el término empoderamiento define como el aumento de la capacidad personal para alcanzar independencia y autogestión, mostrando una actitud emprendedora para establecer microempresas. Además, el empoderamiento es una estrategia que busca fomentar que las mujeres aumenten su poder, tengan acceso y control sobre los recursos tanto materiales como simbólicos, y adquieran influencia y participación en el cambio social. En esencia, se trata de empoderar a las mujeres brindándoles las herramientas y oportunidades necesarias para fortalecer su autonomía y tomar decisiones que mejoren su calidad de vida y su posición en la sociedad.

Por ello, Friedmann (1994) señala que el empoderamiento se relaciona con el acceso y control de manera social permitiendo el acceso a la base productiva, al proceso

de toma de decisiones sobre su propio futuro y al sentido de potencializar y capacitarse de forma individual.

Entonces podemos decir que el empoderamiento tiene fundamentalmente una dimensión individual y otra colectiva. La individual implica un proceso donde elevan sus niveles de confianza, autoestima y capacidad respondiendo a sus propias necesidades, permitiéndonos recuperar su autoestima y la creencia de que están legítimamente aptas para actuar en decisiones que les conciernen.

Perspectivas del Empoderamiento

El concepto de empoderamiento ha emergido como una piedra angular en los debates sobre desarrollo humano y equidad de género, constituyendo un proceso profundamente transformador tanto a nivel individual como colectivo. Este término, adoptado ampliamente en discursos académicos, políticos y sociales, alude a la capacidad de las personas, en este caso las mujeres, para asumir el control de sus propias vidas, desafiar las estructuras de poder que perpetúan la desigualdad y ejercer plenamente sus derechos en todas las dimensiones de la vida.

El empoderamiento, lejos de ser un estado final, es un camino dinámico y multifacético que abarca no solo la adquisición de recursos y habilidades, sino también la transformación de la percepción personal y social. Este proceso permite a las mujeres participar activamente en la toma de decisiones que afectan sus vidas y las de sus comunidades, consolidándose como agentes clave de cambio social y económico.

En el marco de este análisis, es crucial comprender el empoderamiento femenino como un fenómeno que trasciende la esfera individual y se inserta en el tejido colectivo, articulando dimensiones económicas, sociales, culturales y políticas. Este enfoque integral permite abordar tanto las barreras históricas como las oportunidades contemporáneas que enfrentan las mujeres, especialmente en un contexto en el que las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) se han convertido en catalizadores de transformación.

Definiciones del empoderamiento de la Mujer

El concepto de empoderamiento ha emergido como una piedra angular en los debates sobre desarrollo humano y equidad de género, constituyendo un proceso profundamente transformador tanto a nivel individual como colectivo. Este término, adoptado ampliamente en discursos académicos, políticos y sociales, alude a la capacidad de las personas, en este caso las mujeres, para asumir el control de sus propias vidas, desafiar las estructuras de poder que perpetúan la desigualdad y ejercer plenamente sus derechos en todas las dimensiones de la vida.

El empoderamiento, lejos de ser un estado final, es un camino dinámico y multifacético que abarca no solo la adquisición de recursos y habilidades, sino también la transformación de la percepción personal y social. Este proceso permite a las mujeres participar activamente en la toma de decisiones que afectan sus vidas y las de sus comunidades, consolidándose como agentes clave de cambio social y económico.

En el marco de este análisis, es crucial comprender el empoderamiento femenino como un fenómeno que trasciende la esfera individual y se inserta en el tejido colectivo, articulando dimensiones económicas, sociales, culturales y políticas. Este enfoque integral permite abordar tanto las barreras históricas como las oportunidades contemporáneas que enfrentan las mujeres, especialmente en un contexto en el que las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) se han convertido en catalizadores de transformación.

Importancia del empoderamiento de la mujer

Hablar de empoderamiento implica otorgar a las mujeres una mayor autonomía y reconocimiento, poniendo en valor sus contribuciones. Esto significa que las mujeres deben tener una participación plena en todos los sectores y niveles de la actividad económica en nuestro país, con el objetivo de construir economías más sólidas y establecer sociedades equitativas y justas. El empoderamiento busca que las mujeres puedan alcanzar sus metas de desarrollo, lograr la sostenibilidad económica y que los derechos humanos contribuyan a mejorar la calidad de vida tanto para ellas como para sus familias. En resumen, el empoderamiento es un camino hacia la igualdad de oportunidades y la mejora de la vida de las mujeres, permitiéndoles desplegar todo su

potencial y contribuir de manera significativa al desarrollo y bienestar de la sociedad en su conjunto.

Para ello, la ONU desarrolló siete principios orientadores del empoderamiento de las mujeres son: "Establecer liderazgo corporativo de alto nivel para la igualdad de género"; "Tratar a todos los hombres y mujeres de forma justa en el trabajo -respetar y apoyar los derechos humanos y la no discriminación"; "garantizar la salud, la seguridad y el bienestar de todos los trabajadores y las trabajadoras"; "Promover la educación, la formación y el desarrollo profesional de las mujeres"; "aplicar el desarrollo empresarial y las prácticas de la cadena de suministros y de marketing que empoderen a las mujeres"; "promover la igualdad a través de iniciativas y defensa comunitaria; "mediar y publicar los progresos para alcanzar la igualdad de género". Es decir, el término empoderamiento tiene un sentido muy específico, que es implementar la desigualdad de género en las relaciones de trabajo y emprendimiento (ONU Mujeres, 2011).

En tanto, el empoderamiento es un proceso mediante el cual los individuos o grupos adquieren el control sobre sus propias vidas, lo que les permite tomar decisiones informadas, ejercer sus derechos y participar activamente en la sociedad. Este concepto tiene un componente crucial de autodeterminación y autonomía, y en particular, en el caso de las mujeres, se refiere a la capacidad de superar las barreras impuestas por estructuras de poder tradicionales, como la discriminación de género, y acceder a nuevas oportunidades para su desarrollo personal, social y económico.

En su núcleo, el empoderamiento implica el fortalecimiento de la confianza y autoestima, permitiendo que las personas reconozcan su valor y habilidades, lo que a su vez les da la motivación necesaria para desafiar las normas y superar las limitaciones impuestas por la sociedad. Este proceso se da de forma individual, pero también se potencia en un contexto colectivo, cuando las personas se organizan y apoyan mutuamente.

En el caso específico de las mujeres artesanas, el empoderamiento se materializa cuando logran adquirir mayor autonomía económica, al contar con herramientas y conocimientos que les permitan acceder a mercados más amplios y gestionar sus emprendimientos de manera más eficiente. A través del uso de las Tecnologías de la

Información y Comunicación (TIC), las mujeres artesanas pueden promover su trabajo, aprender nuevas técnicas, fortalecer sus redes de apoyo y, lo más importante, romper el aislamiento en el que a menudo se encuentran, dándoles una voz y visibilidad que antes no tenían. Esto también favorece el desarrollo de una mentalidad emprendedora que les ayuda a tomar decisiones financieras informadas, mejorando su capacidad para negociar precios y condiciones de trabajo.

El empoderamiento, por tanto, no solo se limita a la esfera económica, sino que abarca áreas clave como la educación, la salud, la participación política y la autodeterminación en la vida personal. De esta forma, las mujeres artesanas, al estar empoderadas, tienen el poder de transformar no solo sus propias vidas, sino también el entorno social y económico de sus comunidades.

Además, el empoderamiento de las mujeres tiene un efecto multiplicador: cuando una mujer es empoderada, ella no solo cambia su vida, sino que impacta positivamente a su familia, su comunidad y, a largo plazo, contribuye al desarrollo social y económico de su región o país.

Este proceso es particularmente importante en contextos de pobreza o marginalidad, como es el caso de muchas mujeres artesanas en regiones rurales o periféricas, donde el acceso a recursos y oportunidades está limitado. La integración de las TIC en sus vidas permite acelerar este proceso de empoderamiento al brindarles herramientas modernas para acceder a educación, información y mercados globales.

El empoderamiento de las mujeres es, por tanto, un proceso integral que involucra aspectos económicos, sociales y culturales, y tiene el poder de generar un cambio estructural en la forma en que las mujeres interactúan con las instituciones y la sociedad en general.

Dimensiones del empoderamiento

Para Charlier y Caubergs (2007) el empoderamiento es reconocido como el proceso mediante el cual se adquiere poder tanto a nivel individual como colectivo. Por consiguiente, se consideran dos dimensiones esenciales. En primer lugar, la dimensión individual que implica obtener una mayor autonomía y capacidad de autodeterminación,

permitiendo que todas las personas tengan más opciones y oportunidades en sus vidas. En segundo lugar, la dimensión colectiva se refiere a la capacidad de un grupo para influir en los cambios sociales y trabajar juntos en pos de una sociedad justa e igualitaria. Es decir, el empoderamiento no solo se centra en el crecimiento personal, sino también en la posibilidad de colaborar con otros para generar un impacto positivo en la sociedad y promover un entorno equitativo para todos.

a. **Autoestima:** Para Palomar (2015) la autoestima es un sentimiento valorativo de nuestro conjunto de rasgos corporales, mentales y espirituales que forman la personalidad. Dicho sentimiento puede cambiar con el tiempo según la edad desde niños. La autoestima es también descrita como la capacidad del individuo para protegerse a sí mismo y fomentar su crecimiento personal. En este sentido, las carencias en la autoestima pueden tener un impacto negativo en la salud, las relaciones sociales y la eficacia personal. En otras palabras, una autoestima saludable es esencial para el bienestar emocional y el éxito en diversas áreas de la vida, mientras que una autoestima frágil puede afectar negativamente la salud mental, las conexiones sociales y el rendimiento en las actividades diarias.

b. **Liderazgo:** Según Pérez y Gardey (2008) el concepto de liderazgo se refiere a la capacidad de influir en las personas de manera que se sientan motivadas para trabajar con entusiasmo hacia un objetivo compartido. Aquel individuo que ejerce esta influencia es conocido como líder. Ser líder implica ocupar una posición destacada y tener la habilidad de tomar decisiones acertadas en beneficio del grupo, equipo u organización que lidera. Asimismo, el líder inspira a los demás miembros del grupo a unirse en la consecución de una meta común, guiándolos y animándolos para alcanzar el objetivo deseado. En esencia, el liderazgo se trata de guiar y dirigir a los demás hacia el logro conjunto de un propósito, siendo capaz de inspirar y motivar a todo el equipo en su camino hacia el éxito.

c. **Toma de decisiones:** Para Pérez y Gardey (2008) una decisión representa una resolución o elección que se toma acerca de un asunto. El proceso conocido como toma de decisiones consiste en seleccionar una opción entre diversas

alternativas. Este proceso puede manifestarse en diferentes aspectos de la vida diaria, ya sea en el ámbito profesional, sentimental, familiar, entre otros. Su propósito es resolver los desafíos que enfrentan las personas u organizaciones.

En el momento de tomar una decisión, intervienen diversos factores. Idealmente, se emplea la capacidad analítica o de razonamiento para elegir el mejor curso de acción posible. Cuando los resultados son positivos, esto implica un avance o progreso hacia un nuevo nivel, lo que abre puertas para resolver conflictos tanto presentes como potenciales. En esencia, la toma de decisiones es un proceso clave para enfrentar situaciones diversas y avanzar hacia soluciones favorables.

La toma de decisiones es una de las circunstancias más evidentes del ejercicio del poder sobre el grupo o sobre sí mismo, la autonomía y la independencia de la que deben ser capaces las mujeres solamente proviene de la fortaleza de haber participado en las diferentes luchas por el acceso a una mejor calidad de vida y a un empoderamiento real, donde las oportunidades económicas y la equidad sean las pautas orientadoras de la búsqueda de una nueva trama de lm relaciones en que las decisiones sean compartidas con equidad entre los diferentes actores, sean hombres o mujeres.

d. Participación social: Camarena (2016) considera a la organización como un entorno social particular donde existe un sistema estructurado con el propósito de alcanzar metas y objetivos específicos. Estos sistemas, a su vez, están compuestos por otros subsistemas interrelacionados que desempeñan funciones particulares. En términos más sencillos, una organización es un grupo social conformado por personas, tareas y una administración que interactúan entre sí dentro de una estructura sistemática para cumplir con sus objetivos.

La existencia de una organización depende de la presencia de individuos que se comunican y están dispuestos a trabajar en conjunto de manera coordinada para lograr su misión. Además, es de suma importancia contar con recursos diversos, tales como recursos humanos, tecnológicos, económicos, inmuebles, naturales e intangibles, que respalden el funcionamiento y el éxito de la organización en el logro de sus objetivos. En

resumen, una organización se forma cuando personas se unen para trabajar en conjunto con el objetivo de alcanzar metas específicas, utilizando recursos adecuados para ello.

Las TIC no solo son herramientas técnicas, sino también agentes de cambio social y económico. Su integración en procesos de comercialización y empoderamiento, como se analiza en este estudio, tiene el potencial de transformar la vida de las mujeres, permitiéndoles acceder a nuevas oportunidades y participar activamente en la sociedad del conocimiento.

Para comprender plenamente el empoderamiento de la mujer, es necesario desglosarlo en sus múltiples dimensiones, las cuales reflejan la complejidad y profundidad de este fenómeno. Estas dimensiones no solo abarcan aspectos individuales, como la autoestima y la confianza, sino también factores estructurales que influyen en las oportunidades y capacidades de las mujeres para participar en la vida económica, social y política.

a. Dimensión Personal

La dimensión personal del empoderamiento se centra en el desarrollo interno de las mujeres, particularmente en su autoestima, confianza y capacidad para establecer metas. Este nivel incluye:

- **Fortalecimiento de la Autoimagen:** La construcción de una percepción positiva de sí mismas, esencial para desafiar los estereotipos de género.
- **Conciencia Crítica:** La capacidad de analizar y cuestionar las normas y roles impuestos por la sociedad, lo que constituye el primer paso hacia el cambio.

b. Dimensión Económica

La independencia económica es una de las piedras angulares del empoderamiento. Esta dimensión abarca:

- **Acceso a Recursos Financieros:** Desde ingresos propios hasta la posibilidad de obtener crédito para iniciativas económicas.

- **Control sobre Recursos:** La capacidad de administrar y decidir sobre el uso de los recursos propios o compartidos.

c. Dimensión Social

El empoderamiento social se refiere a la capacidad de las mujeres para conectarse y participar activamente en su comunidad y más allá. Incluye:

- **Creación de Redes de Apoyo:** Estas redes son fundamentales para compartir experiencias, aprender de otros y promover acciones colectivas.
- **Participación Comunitaria:** Involucrarse en actividades comunitarias fortalece el sentido de pertenencia y el liderazgo colectivo.

d. Dimensión Política

La participación política es clave para garantizar que las voces de las mujeres sean escuchadas en todos los niveles de toma de decisiones. Esta dimensión incluye:

- **Toma de Decisiones en el Hogar y la Comunidad:** Asegurar que las mujeres tengan un rol activo en las decisiones que afectan sus vidas.
- **Representación Institucional:** Participación en roles de liderazgo en espacios locales, nacionales e internacionales.

e. Dimensión Cultural

El empoderamiento también implica un cambio cultural profundo que reconozca y valore las contribuciones de las mujeres a la sociedad. Incluye:

- **Transformación de Normas Sociales:** Desafiar y cambiar las normas culturales que perpetúan la desigualdad de género.

- **Revalorización de las Identidades Femeninas:** Reconocer y celebrar la diversidad de experiencias y roles de las mujeres en distintas culturas.

f. Dimensión Tecnológica

En un mundo cada vez más digitalizado, el acceso y uso de las TIC se han convertido en una dimensión esencial del empoderamiento. Esta dimensión abarca:

- **Alfabetización Digital:** Capacitar a las mujeres para que utilicen herramientas tecnológicas de manera efectiva.
- **Conexión Global:** Las TIC permiten a las mujeres conectarse con redes globales, acceder a mercados internacionales y participar en procesos educativos a distancia.

En conjunto, estas dimensiones ofrecen un marco integral para analizar y promover el empoderamiento de las mujeres, destacando no solo sus capacidades individuales, sino también las transformaciones estructurales necesarias para construir sociedades más equitativas. Este enfoque multidimensional será clave para interpretar los resultados de este estudio y plantear estrategias efectivas para fomentar el uso de las TIC como herramienta de empoderamiento femenino.

Antecedentes

Estudios Internacionales

En la investigación se tiene como antecedentes de estudio a nivel internacional a Hernández et al. (2020) quienes realizaron una investigación sobre la aceptación tecnológica en los artesanos textiles de la Costa Chica de Guerrero, teniendo como objetivo analizar el nivel de adopción de las herramientas digitales en los micronegocios en una región de la costa chica de Guerrero. Fue una investigación cuantitativa con análisis exploratorio y descriptivo; concluyendo que los artesanos mostraron interés en aplicar las herramientas digitales esenciales para comunicar y vender sus productos, pues con base en este estudio permite tener mayor certeza de la necesidad de esta comunidad amuzga y, que se dé a conocer la identidad de su cultura donde plasman los sentimientos

a través de estas prendas de vestir. Así mismo las herramientas digitales que hoy en día están dispuestas para favorecer a los negocios y que pueden ayudar a predecir el éxito de estos.

En tanto, Da Costa y Sulzbach (2016) en su investigación sobre el empoderamiento y desarrollo de capacidades para las mujeres del "Artesanía Estación" en la ciudad de Antonina – Paraná – Brasil, tuvo como objetivo identificar el empoderamiento y como es la capacitación de mujeres que producen artesanía en el municipio de Antonina, Paraná – Brasil. Fue una investigación de tipo cualitativa, llegando a la conclusión que la organización de las artesanas era pobre, no detenían fuerza como un grupo representativo, no poseían voz activa ante las entidades del gobierno local; aunque tenido el espacio disponible, carecía de la estructura del material y físico para que pueden, efectivamente, desarrollar sus actividades de creación y producción de las artesanías.

Santini y Ghezan (2018) en su investigación sobre el uso y resignificación del tic por parte de las artesanas de manos la Madrid; tuvieron como objetivo analizar el rol que cumplen las TIC en la actividad textil de las artesanas de Manos La Madrid. Fue una investigación mixta; llegando a la conclusión que, entre las artesanas, el principal objetivo del uso de las TIC es la promoción de la organización interna, aunque también se utilizan las TIC para promover el contacto con clientes y, en menor medida, un incipiente comercio aumentado, asi mismo Las TIC más utilizadas son WhatsApp y Facebook. La primera para promover la organización interna y Facebook para contacto con clientes. Estas dos aplicaciones son más intuitivas que aquellas que requieren de un intermediario profesional, como la administración de un sitio web, por ejemplo, y permiten un rápido aprendizaje para su utilización. Aunque estas aplicaciones, sobre todo Facebook, no son aprovechadas sobre las posibilidades que brindan.

Fernández y Bribiesca (2019) en su estudio sobre la aceptación de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) por artesanos del estado de Tlaxcala, México, tuvieron como propósito mostrar la aceptación de las TIC por parte de los artesanos a través de la elección de un modelo de aceptación tecnológica que establece los vínculos causales entre la utilidad y la facilidad de uso percibida, además de la actitud del usuario y la intención; con lo cual se logra predecir y explicar la aceptación del artesano frente a

sistemas tecnológicos. Fue una investigación cuantitativa transversal, de método hipotético deductivo; llegando a la conclusión que existe aceptación del uso de las TIC es positiva en los artesanos del Estado de Tlaxcala, México permitiendo que sean un grupo ideal para la implementación de estrategias sobre el uso de las TIC que les permitan reducir el tiempo que deben invertir en aprenderlas y aplicarlas, además que no signifique una desatención en sus actividades fundamentales como la elaboración y venta de sus productos.

Por su parte Del Prete et al. (2013) en su estudio referente a las TIC como herramienta de empoderamiento para el colectivo de mujeres mayores, el caso de la Comarca del Montsià; tuvieron como objetivo capacitar a las mujeres mayores de la Comarca del Montsià en el uso de las TIC, como herramienta de empoderamiento y contribuir a la toma de consciencia sobre la importancia del papel que cada una, mediante el desarrollo de su vida personal. Llegando a la conclusión que el empoderamiento de las mujeres lo que se ha podido observar es el cambio de discurso a lo largo de las sesiones de trabajo que nos ha llevado a observar cómo, desde una situación de partida de general desconfianza y poca participación, las mujeres van tomando la palabra para contar sus opiniones, sus historias, sus dudas, detectando una mayor seguridad en ellas a medida que se avanzaba en la discusión.

Del mismo modo Ordoñez y Cerrón (2015) en su estudio sobre las TICs como herramientas de empoderamiento de las mujeres; tuvieron como objetivo analizar la importancia del uso de las herramientas de las TICs en el empoderamiento de las mujeres. Llegando a la conclusión que el desarrollo de las nuevas tecnologías también ha hecho que surjan dos polos que tienen una clara incidencia en el mercado laboral: por un lado aquellas personas con fácil acceso a estas tecnologías, y por otro, los que tienen un acceso difícil, costoso y a veces imposible; así mismo en la mujeres favoreció al desarrollo de capacidades y elevación de la autoestima, al permitirse desarrollarse día a día a su manera y la capacidad de establecer un ritmo individualizado de aprendizaje.

Donayre (2021) en su investigación sobre el comercio electrónico y su impacto en el crecimiento de la economía nacional; tuvo por objetivo conocer las herramientas TIC que pueden aumentar el acceso al mercado internacional de las pymes colombianas. Fue una investigación cualitativa de método analítico; concluyendo que para el marketing

en redes sociales se requiere tener un plan estratégico que vaya más allá de sólo acceder a estas plataformas de interacción, considerando los costos, el capital humano y el tiempo que se requiere para desarrollarlo, también, conocer los principios básicos de cómo acceder a estas redes sociales para promocionar su marca, representa para una empresa de servicios un aumento en el impacto del mercado, esto hará que el plan de incentivos permita conocer las bases sobre el acceso a redes sociales para realizar marketing debería ser entonces una prioridad en las empresas de servicios colombiana, sobre todo para aquellas que pertenecen a la clasificación de MiPyMe, ya que estas redes sociales no distinguen tamaño de la empresa a la hora de realizar publicidad, quedando en igualdad de condiciones con muchas empresas de mayor tamaño.

En tanto, De León (2018) en su investigación sobre el liderazgo y empoderamiento (Estudio realizado con colaboradores del Área de Ventas de la Empresa Decorabaños S.A. Quetzaltenango); tuvo como objetivo identificar el nivel de liderazgo y empoderamiento que se manifiesta en los colaboradores del departamento de ventas. Fue una investigación cuantitativa y diseño descriptivo correlacional; llegando a la conclusión que el nivel de empoderamiento y liderazgo es alto, en tanto que entre los elementos que conforman el empoderamiento se pudieron evaluar tres que son la identidad laboral, es la actitud de dar la cara por la empresa y sentirse identificado con la filosofía; la excelencia en el trabajo, que es el compromiso que adquiere una persona para realizar sus tareas de la mejor manera para alcanzar siempre las metas y la toma de decisiones, la responsabilidad de adquirir una acción y hacerse cargo de lo positivo o negativo que traiga consigo misma.

Por su parte, Pérez (2018) en su estudio sobre la inserción de las Tecnologías de Información y Comunicación para la eficiencia de la comercialización de artesanías en Tonalá, Jalisco, México; tuvo como objetivo identificar los elementos que hacen viable el uso de las TIC, en negocios dedicados a la actividad artesanal en Tonalá, para el mejoramiento de sus estrategias de comercialización. Fue una investigación mixta; llegando a la conclusión que la importancia que tiene el capital intelectual de la empresa artesanal para el fortalecimiento interno de ésta, identificando los principales elementos que hace viable la implementación de TIC, para el mejoramiento de sus estrategias de comercialización; así mismo las herramientas digitales como aportación para mejorar los

mecanismos de comercialización de los artesanos, se considera el uso de página web como la principal herramienta digital con la que los artesanos pueden aportar beneficios a sus negocios, en ellas el cliente podría obtener información importante sobre las características de los productos, facilitando la compra desde cualquier punto del país e incluso del mundo.

Estudios Nacionales

A nivel nacional se tiene a García et al. (2022) en su investigación sobre el empoderamiento de la mujer rural desde las tecnologías de información y comunicación, tuvieron como objetivo analizar el empoderamiento de la mujer rural desde la perspectiva de las Tecnologías de Información y Comunicación. Fue una investigación cuantitativa, que llego a la conclusión que se concluye que falta promover las políticas públicas, las cuales se evidencian en las desigualdades y brechas sociales; además se rescata el interés en promover algunos programas de alfabetización digital dirigida a mujeres que ha tenido resultados favorables.

Así mismo, Madrid (2020) en su investigación sobre el liderazgo empresarial y empoderamiento de la mujer artesana en Sullana, Piura, tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre el liderazgo empresarial y el empoderamiento de la mujer artesana de la Provincia de Sullana. Fue una investigación básica de diseño no experimental y correlacional. Llegando a la conclusión que el empoderamiento de la mujer artesanal de la Provincia de Sullana, Piura-2020 careció de las capacidades para organizar su propia vida y además del sector artesanal que le rodea. Además, que el nivel de Correlación de Pearson indica que existe una correlación alta entre las variables en estudio, debido a que se encuentra cerca al 1, generando así, evidencias suficientes que sustente la validez de la H1 es decir existe relación significativa entre la variable Liderazgo Empresarial y la variable Empoderamiento de la mujer.

Cáceres y Ramos (2017) en su estudio sobre el emprendimiento laboral y empoderamiento de mujeres artesanas de la asociación de tejedoras - “Tejidos Huaycán”; tuvieron como objetivo conocer la relación que se da entre el emprendimiento laboral y el empoderamiento de las mujeres artesanas de la asociación de tejedoras. Fue una investigación básica de nivel descriptivo correlacional y método hipotético deductivo;

llegando a la conclusión que el empoderamiento en las mujeres en el plano individual se caracteriza por el auto reconocimiento, ya que se auto valoran en su capacidad laboral y se sienten orgullosas de ello, han mejorado sus ingresos económicos y la ejercen autonomía para tomar decisiones. En el plano colectivo muestran mayor participación en las decisiones del hogar y en la gestión laboral, ya que asumen cargos en la asociación; sin embargo, es débil aún el desarrollo en las capacidades de liderazgo.

Por su parte, Chugden y Warthon (2019) en su estudio sobre las Tecnologías de Información y Comunicación en la Competitividad de las Mypes de la Asociación de Exportadores del Emporio de Gamarra, 2019; tuvieron como objetivo determinar qué relación existe entre las tecnologías de información y comunicación y la competitividad de las mypes de la Asociación de Exportadores del Emporio de Gamarra. Fue una investigación aplicada, correlacional de diseño no experimental transversal; llegando a la conclusión que existe una relación significativa entre la variable de tecnologías de la información y la comunicación y la competitividad obtenida de la encuesta a los miembros de la Asociación de Exportadores del Emporio de Gamarra (ASODEX), concluyendo que existe una alta correlación con el grado de significación estadística determinado por el Rho de Spearman $\rho=0,634$ contra el grado de significación estadística $p=0,000<0,05$ validando la hipótesis general y reforzando el objetivo principal de la investigación.

También, Villalva (2021) en su investigación sobre factores de éxito del proyecto de desarrollo de productos artesanales competitivos que, a través del fortalecimiento de capacidades, promovieron el empoderamiento de la mujer artesana Shipibo Konibo; tuvo como objetivo Identificar los factores que han promovido el empoderamiento de las mujeres artesanas Shipibo Konibo de Cantagallo. Fue una investigación cualitativa, llegando a la conclusión que las mujeres líderes han logrado su empoderamiento social desde la autoconfianza, apoyo de sus familiares y la confianza de su pareja, al mismo tiempo que la decisión y disposición de tiempo para dedicarse a la actividad artesanal. Las mujeres líderes se dedican únicamente a promoción de su artesanía por el mismo hecho de que sus hijos ya están en la secundaria o superior.

Bolaños (2019) en su investigación sobre el empoderamiento femenino de las trabajadoras obreras de la unidad de residuos sólidos municipalidad provincial de Huaura

– Huacho, 2019; tuvo como objetivo determinar el nivel de empoderamiento femenino de las trabajadoras obreras de la Unidad de Residuos Sólidos Municipalidad Provincial de Huaura. Fue una investigación cuantitativa de tipo básica, nivel descriptivo y diseño no experimental; concluyendo que el nivel de empoderamiento de las trabajadoras obreras es de nivel medio a alto; como también la participación de las trabajadoras obreras, es alto por lo que son mujeres líderes activas, emprendedoras y autosuficientes; en cuanto a temeridad en las mujeres Obreras es de nivel medio a bajo, puesto a que poseen características de mujeres valientes, pero aún tienen temor a tomar decisiones, y son un inseguras en sus acciones.

Por otro lado, Becerra (2019) en su propuesta para el empoderamiento de la mujer peruana en venta por catálogo Leonisa – 2019, tuvo como objetivo definir la relación entre el empoderamiento de la mujer peruana y las ventas por catálogo Leonisa. Fue una investigación cuantitativa, de tipo básica correlacional y de diseño no experimental transversal; llegando a la conclusión que existe relación significativa entre el empoderamiento de la mujer peruana y las ventas por catálogo, por cuanto mediante la verificación de la hipótesis general se obtuvo un valor de p = 0,001 que por ser menor al nivel de significancia (p< 0,005) condujo al rechazo de la hipótesis nula.

Del mismo modo Sabino (2018) en su estudio sobre el empoderamiento de la Mujer en las Organizaciones Sociales de Base del Primer Nivel de los Clubes de Madres y Comedores populares – Distrito de Villa el Salvador, tuvo como objetivo identificar el nivel de empoderamiento de la mujer, en las Organizaciones Sociales de Base del Primer Nivel de los Clubes de Madres y Comedores populares. Fue una investigación no experimental-transversal, de tipo descriptivo y enfoque cuantitativo; llegando a la conclusión que el nivel de Empoderamiento de la mujer en las Organizaciones Sociales de Base del Primer Nivel de los Clubes de Madres y Comedores populares, se categoriza en un nivel alto, es decir, tienen una buena capacidad de autodesarrollo, valoración y aceptación de sí mismas.

López (2019) en su estudio sobre el uso estratégico de las Tics para mejora de la competitividad de las empresas grandes y medianas del Perú; tuvo como objetivo Establecer la relación del uso de las TIC con la mejora de la competitividad de las empresas grandes y medianas del Perú. Fue una investigación descriptiva correlacional

diseño no experimental; llegando a la conclusión que el uso de computadoras u ordenadores, nos permite verificar que todas las empresas encuestadas manifiestan contar con ellas. Lo que, para nuestra hipótesis se puede verificar la correlación entre TIC y competitividad, por lo que se infiere en que el contar con estos equipos y tener instaladas aplicaciones de gestión, le permite una mejora de su competitividad a nivel empresarial, toda vez, que le brinda mayor productividad a sus trabajadores.

Estudios Locales

A nivel local se tiene a Calderón y Gomez (2020) en su investigación sobre el Impacto del comercio electrónico en los artesanos de la ciudad de Puno 2019. Tuvieron como objetivo determinar el impacto de la aplicación del comercio electrónico en la empresa Moda Textil Titikaka S.C.R.L.; fue una investigación cuantitativa de tipo correlacional y de diseño cuasi experimental. Llegando a la conclusión que el desarrollo del prototipo de la aplicación móvil para Android de comercio electrónico, tuvo resultados favorables para la empresa, los resultados muestran que hay una clara mejora en las actividades que realizan en cada área de la empresa, las encuestas muestran que en cada uno de los módulos hay un efecto, en todos los módulos el efecto es positivo, por lo tanto, está ligado a un mejor control y reducción de tiempo en el manejo de sus procesos.

Por su parte, Larico (2017) en su estudio sobre el empoderamiento y autonomía de las mujeres insertadas al ámbito laboral del parque industrial de Salcedo – Puno; tuvo como objetivo Conocer y describir la situación del empoderamiento y autonomía de las mujeres insertadas en el ámbito laboral del parque industrial de Salcedo. Fue una investigación cualitativa de método inductivo, llegando a la conclusión que los indicadores de empoderamiento con los que cuentan las mujeres en el ámbito laboral; se centran solo en la participación que ellas tienen sobre la toma de decisiones con respecto a la marcha del hogar, lo cual se debe al aporte económico que realizan gracias a su inserción laboral y lo que a su vez les da mayor capacidad de negociación con sus parejas en el espacio doméstico.

Análisis de los antecedentes

El análisis de los antecedentes recopilados a nivel internacional, nacional y local evidencia el impacto transformador de las Tecnologías de Información y Comunicación

(TIC) como herramientas de empoderamiento y desarrollo económico, social y cultural. A partir de las investigaciones revisadas, es posible establecer las siguientes conclusiones que sintetizan los hallazgos y su relevancia en el contexto del empoderamiento de las mujeres y el uso de las TIC en actividades productivas:

Las TIC como Motor de Empoderamiento Individual y Colectivo

Las TIC han demostrado ser herramientas clave para potenciar el empoderamiento femenino, particularmente en comunidades rurales y grupos tradicionalmente marginados. Estas tecnologías han permitido a las mujeres adquirir conocimientos, habilidades y confianza para participar activamente en el ámbito económico y social. Investigaciones como la de Ordoñez y Cerrón (2015) destacan cómo las TIC contribuyen al desarrollo de capacidades individuales, elevan la autoestima y fomentan el aprendizaje autónomo, adaptado a las necesidades de cada mujer.

Por otro lado, el estudio de Del Prete et al. (2013) resalta el impacto positivo de las TIC en mujeres mayores, quienes, a través de la alfabetización digital, experimentaron un cambio profundo en su percepción y autoconfianza, consolidándose como participantes activas en discusiones y actividades colectivas. Este cambio demuestra que el empoderamiento no está limitado por la edad, sino por el acceso a herramientas y oportunidades adecuadas.

Limitaciones y Barreras Estructurales

A pesar del potencial de las TIC, su implementación enfrenta barreras significativas. Estudios como el de Da Costa y Sulzbach (2016) en Brasil muestran que, incluso cuando existe interés por parte de las mujeres en utilizar estas herramientas, la falta de infraestructura adecuada y el limitado acceso a recursos restringen su impacto. De manera similar, García et al. (2022) evidencian la necesidad de promover políticas públicas que reduzcan las brechas digitales y sociales, particularmente en zonas rurales.

Además, investigaciones como la de Madrid (2020) en Piura señalan que el empoderamiento artesanal enfrenta desafíos relacionados con la falta de capacidades organizativas y de liderazgo en las mujeres, lo que limita su capacidad para desarrollar iniciativas sostenibles y representativas.

TIC y Competitividad Económica

La integración de las TIC en actividades económicas ha sido identificada como un factor clave para mejorar la competitividad de negocios artesanales y pequeñas empresas. Pérez (2018) concluye que el uso de páginas web y redes sociales facilita la promoción y comercialización de productos, permitiendo a los artesanos acceder a mercados nacionales e internacionales. Sin embargo, la capacitación y el acompañamiento en el uso estratégico de estas herramientas son esenciales para maximizar sus beneficios.

De manera similar, Donayre (2021) destaca que el éxito en el comercio electrónico no solo depende del acceso a las plataformas digitales, sino también de un plan estratégico que contemple recursos, tiempo y capital humano. Este hallazgo subraya la importancia de un enfoque integral en la adopción de las TIC como herramientas de desarrollo económico.

Dimensiones del Empoderamiento a Través de las TIC

Las investigaciones revisadas corroboran que el empoderamiento femenino es un proceso multidimensional que abarca aspectos económicos, sociales, políticos y culturales. Por ejemplo, el estudio de Cáceres y Ramos (2017) en Perú muestra cómo las mujeres artesanas han mejorado su autoestima y capacidad de toma de decisiones a nivel individual y colectivo gracias a su participación en actividades laborales impulsadas por las TIC.

Asimismo, Villalva (2021) destaca que el empoderamiento de las mujeres shipibo-konibo no solo se basa en su acceso a las TIC, sino también en el apoyo familiar y la confianza generada a través de su dedicación a actividades artesanales. Este enfoque multidimensional refleja que el empoderamiento va más allá de las herramientas tecnológicas, abarcando factores culturales y sociales.

Finalmente, los estudios revisados ofrecen valiosas lecciones sobre las estrategias necesarias para fomentar el empoderamiento a través de las TIC:

- **Capacitación y Alfabetización Digital:** Programas de formación adaptados a las necesidades de las comunidades y a los niveles de conocimiento existentes son fundamentales para garantizar el uso efectivo de las TIC.
- **Fortalecimiento Organizacional:** Como señalan Da Costa y Sulzbach (2016), el éxito de las iniciativas depende de la capacidad organizativa de las mujeres para articular sus demandas y establecer una voz representativa ante las instituciones.
- **Políticas Públicas y Acceso Igualitario:** La promoción de políticas inclusivas que reduzcan las brechas digitales es crucial, especialmente en contextos rurales donde las desigualdades son más pronunciadas.
- **Enfoque Personalizado:** La implementación de herramientas debe considerar las características culturales y sociales de cada comunidad, promoviendo un uso adecuado y sostenible de las TIC.

Las Tecnologías de Información y Comunicación representan un puente entre la tradición y la modernidad, ofreciendo a las mujeres herramientas para superar barreras históricas y participar activamente en la construcción de sociedades más equitativas. Sin embargo, su impacto depende no solo del acceso a estas herramientas, sino también de la implementación de estrategias que garanticen su uso inclusivo, sostenible y adaptado a las necesidades específicas de cada contexto. En este sentido, las TIC son tanto un medio como un catalizador para el empoderamiento, y su potencial transformador debe ser maximizado a través de enfoques integrales y colaborativos.

CAPÍTULO II

DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

En el marco de cualquier investigación, la definición y delimitación del problema constituye uno de los pilares fundamentales para orientar el análisis y garantizar la relevancia de las propuestas que se desarrollen. Este capítulo tiene como objetivo principal establecer las bases conceptuales y empíricas que enmarcan la problemática abordada, determinando sus características, magnitud y alcances dentro del contexto de estudio.

El problema de investigación se origina en la intersección de diversos factores, tales como las desigualdades estructurales, la brecha digital y las limitaciones en el acceso a recursos esenciales, que afectan de manera particular a las mujeres en comunidades rurales y a las actividades productivas vinculadas con la artesanía. En este contexto, las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) se presentan como una herramienta potencial para superar estas barreras, promoviendo el empoderamiento, el acceso a mercados y la generación de oportunidades económicas sostenibles.

Para delimitar adecuadamente el problema, se analiza las manifestaciones específicas de las brechas sociales y tecnológicas en el ámbito local, así como su impacto en el desarrollo individual y colectivo de las mujeres artesanas. Asimismo, se identifican las características estructurales que limitan la integración de las TIC en sus actividades económicas y sociales, como la falta de infraestructura tecnológica, las bajas tasas de alfabetización digital y las dinámicas culturales que restringen la autonomía femenina.

A partir de esta delimitación, se plantea una descripción clara y precisa de los objetivos generales y específicos, los cuales sirven como guía para el desarrollo de la investigación. Del mismo modo, se justifica la pertinencia de este estudio en relación con las tendencias globales y las necesidades locales, destacando su potencial para generar impacto tanto en el ámbito académico como en la práctica.

Este capítulo no solo define el problema en términos de sus causas y efectos, sino que también articula su relevancia dentro de un contexto más amplio, vinculado a los objetivos de desarrollo sostenible y al fortalecimiento de capacidades locales. De este modo, se establece un marco sólido que permitirá abordar el problema con rigor metodológico y profundidad analítica en los capítulos subsiguientes.

Identificación del problema

El uso de las TIC desde ya hace varios años ha sido un bum en todo ámbito social y económico de los países del mundo, así mismo ha sido un recurso esencial para el ser humano y más aún hoy en día que estamos pasando por momentos muy complejos de emergencia sanitaria por el Covid 19. Durante la pandemia tuvimos que guardar cuarentena y asumir nuestras labores de trabajo desde el hogar, es ahí donde las TIC (tecnologías de información y comunicación) se hicieron indispensable para todo ámbito de la sociedad, incluso en pequeñas y micro empresas quienes tuvieron que comercializar sus productos mediante herramientas TIC. Así mismo, la CEPAL (2021) menciona que la pandemia por el COVID-19 golpeó a América Latina y el Caribe en un contexto de bajo crecimiento económico y aumento de la pobreza y las desigualdades, en tanto los efectos económicos y sociales han repercutido de forma significativa en la autonomía de las mujeres como la pérdida del empleo, deterioro de sus ingresos, puesto que en su mayoría están ocupadas en sectores de baja calificación, precarizados e informales. En tanto los gobiernos han implementado políticas de reactivación para amortiguar y compensar los efectos de la crisis en el empleo, los ingresos y la carga de trabajo de cuidados de las mujeres y en el deterioro de sus niveles de bienestar.

En el Perú, durante la pandemia del COVID 19 las actividades productivas y de comercialización del sector artesanía de todas las regiones se ha paralizado por las medidas de aislamiento social obligatoria, en tanto, que hasta el día de hoy fueron pocos los esfuerzos para reactivar la economía de este sector y para ayudarlas a enfrentar esta situación. En tanto que durante todo este tiempo sus ahorros fueron invertidos en el gasto familiar; puesto que solo algunas personas recibieron los bonos de apoyo y ayuda ofrecidas por el gobierno. Por otro lado, también se pudo observar que este sector no se quedó atrás puesto que de manera autónoma sin apoyo del gobierno se tuvo intentos mínimos de querer ofertar sus productos mediante distintas plataformas web y redes

sociales, ello no ha sido de gran impacto porque muchas mujeres artesanas no tenían manejo de las tecnologías en tanto que no fueron capacitadas, ni empoderadas en el manejo de herramientas TIC.

En la región de Puno, el sector textil ha sido uno de los principales sectores para la generación de empleos e ingresos de las familias, en tanto que la participación de la mujer en grupos productores como este no está solamente relacionada con su papel tradicional en la esfera doméstica o el cuidado de los hijos sino también con las ideas del empoderamiento de la mujer y de la equidad de género (Forstner, 2013). Estas artesanas en su mayoría comercializaban sus productos en el mercado local presentando dificultades y limitaciones para incursionar en el mercado exterior, por la escasa cultura empresarial, escasa competitividad entre empresas de la región, limitada capacidad de producción, insuficiente capacidad financiera, ausencia de canales adecuados de distribución como las tecnologías de información y comunicación. Todas estas desventajas hacen que las artesanas no puedan incursionar con éxito en el mercado nacional e internacional de manera eficiente; en el marco de este contexto, que ha ido afrontando el mundo entero, las dificultades y limitaciones de las artesanas de poder expender sus productos ha sido mayor. En tanto que la incorporación de las TIC en el sector textil a favor de una mayor productividad y de la generación de mayores ingresos es de suma importancia.

En la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno, mediante las entrevistas que se sostuvo con el presidente y algunas socias se pudo apreciar que en dicha asociación buscan que las mujeres tengan empoderamiento económico y por ende que sean agentes de cambio no solo para su asociación si no para la misma sociedad, y sean cada vez más valoradas en el aspecto productivo, además la lucha en estos tiempos de Covid-19 ha sido enorme, debido a que su economía ha sido afectada, en tanto que tuvieron que cerrar sus puestos donde expendían sus productos artesanales y dejar de participar en ferias artesanales que se daban a nivel nacional e incluso internacional. Por otro lado, al ver que ya todos los procesos de educación e incluso de comercio se virtualizaba las mujeres artesanas podían tener mejores oportunidades, pero el poco conocimiento que tenían sobre el manejo de las tecnologías de información y comunicación, además que los dispositivos tecnológicos (celulares) que utilizaban eran

básicos y sin acceso a internet ni aplicaciones, fueron causas que no les permitía comercializar sus productos virtualmente. Así mimo, se pudo detectar que existe escasa capacitación en temas de comercialización digital y tecnologías de información y comunicación, además que muchas de ellas no se sienten capaces de aprender y utilizar dichas tecnologías; pero existen pequeñas experiencias de querer comercializar sus productos por medio de las redes sociales en tanto hace ver que las mujeres artesanas quieren estar empoderadas y ser capaces de manejar estas tecnologías de información en beneficio de mejorar sus ingresos.

Enunciado del problema

¿Existe relación entre el uso de las TIC y el empoderamiento de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno - 2022?

Justificación

El empoderamiento es la plena participación de las mujeres en condiciones de igualdad en todas las esferas de la sociedad, incluyendo la participación en los procesos de toma de decisiones y el acceso al poder; en tanto la relación que tiene el empoderamiento en relación a las TIC, va implicar la mejora de las habilidades, conocimiento, acceso y uso de estas; así mismo; implicara el incremento de la participación y el acceso de la mujer a la expresión y a la toma de decisiones mediante los medios y recursos TIC (Del Prete et al., 2013).

En tanto podemos decir que las TIC es como un vehículo de empoderamiento social, puesto que puede ser un importante catalizador para el empoderamiento en distintos ámbitos y sobre todo para la promoción de la equidad de género. Es así que el uso de estas herramientas va promover el acceso al empleo y autoempleo o caso contrario a la participación en comunidades y redes virtuales aumentando la capacidad de la libre expresión y por ende de la toma de decisiones a diferentes niveles de la vida de las mujeres; así mismo, en el sector artesanía va promover la reactivación económica de los negocios ya sea por la venta y compra de productos artesanales por el medio virtual.

Como también la investigación servirá de base para plantear políticas de acciones concretas, orientadas a mejorar las variables de estudio, en tanto desde el punto de vista

teórico es importante, pues se va a contribuir a profundizar el conocimiento sobre las herramientas TIC, que puedan incidir en el empoderamiento de las mujeres en el proceso de reactivación económica; en el ámbito práctico, la información generada puede ser utilizada con fines de promoción para contribuir al empoderamiento de las mujeres en el sector de estudio. Para el trabajo social la investigación nos proporcionara conocimientos propios a la carrera, que enriquecerán la base teórica para afrontar las situaciones problemáticas a las que se debe dar respuesta, puesto que la investigación permite analizar la situación de las mujeres en el sector artesanía desde una perspectiva diferente al de otros profesionales. Según Falla (2009) menciona que es nuestra función como profesionales del Trabajo Social la ampliación de horizontes investigativos, y el aporte de elementos de comprensión de la realidad que contribuyan a la construcción de un país más solidario y comprometido hacia las soluciones que respondan a las necesidades socio-económicas y desarrollen capacidades de producción de conocimiento e innovación. Por lo tanto, con esta investigación se pretende generar conocimientos propios del Trabajo Social, a través del análisis del uso de las TIC en relación al empoderamiento de las mujeres en el sector artesanía, para elaborar alternativas que ayuden a disminuir las carencias que impiden la igualdad de oportunidades y el empoderamiento de las mujeres.

Objetivos

Objetivo general

Determinar la relación del uso de las TIC y el empoderamiento de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno – 2022

Objetivos específicos

- Identificar la relación entre el uso de las TIC y la autoestima de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno.
- Describir la relación entre el uso de las TIC y el liderazgo de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno.
- Establecer la relación entre el uso de las TIC y la toma de decisiones de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno.

- Comprobar la relación entre el uso de las TIC y la participación de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno.

Hipótesis

Hipótesis general

El uso de las TIC se relaciona positiva y significativamente con el empoderamiento de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno.

Hipótesis específicas

- El uso de las TIC se relaciona positiva y significativamente con la autoestima de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno.
- El uso de las TIC se relaciona positiva y significativamente el liderazgo de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno.
- El uso de las TIC se relaciona positiva y significativamente con la toma de decisiones de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno.
- El uso de las TIC se relaciona positiva y significativamente con la participación de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno.

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

La metodología de investigación constituye el pilar fundamental que orienta y estructura el desarrollo de un estudio, proporcionando las herramientas necesarias para abordar el problema de investigación con precisión y coherencia. Este capítulo se dedica a detallar los métodos, enfoques y procedimientos empleados para la recolección, análisis e interpretación de datos, esenciales para alcanzar los objetivos planteados. Al garantizar un diseño metodológico sólido y sistemático, se busca generar resultados confiables y relevantes que respondan de manera adecuada a las preguntas centrales del estudio. Además, se incluyen las limitaciones encontradas en el proceso, lo cual permite entender el alcance y las restricciones inherentes al enfoque adoptado.

Dada la naturaleza multidimensional del problema, se ha optado por un enfoque metodológico mixto que combina herramientas tanto cuantitativas como cualitativas. Este enfoque no solo permite identificar y medir las relaciones entre las variables, sino también explorar y comprender las dinámicas subyacentes y los significados asociados a los fenómenos analizados. En particular, esta combinación resulta esencial para abordar la complejidad del empoderamiento de las mujeres artesanas y evaluar el impacto de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en sus actividades económicas y sociales, considerando tanto aspectos individuales como colectivos.

En este capítulo, también se describe el contexto de la investigación, especificando el lugar donde se llevó a cabo el estudio, las características de la población involucrada y los criterios para la selección de la muestra. Asimismo, se presentan los métodos de recolección de datos, los cuales incluyen herramientas como encuestas y observaciones. Estas técnicas han sido diseñadas para capturar las percepciones individuales y las dinámicas colectivas relacionadas con el uso de las TIC y su impacto en la vida y el trabajo de las participantes.

De igual forma, se detallan los procedimientos de análisis de datos, los cuales integran técnicas estadísticas para identificar tendencias y relaciones entre variables,

junto con enfoques cualitativos que exploran las narrativas, experiencias y perspectivas de las mujeres artesanas. Esta integración metodológica permite una comprensión holística del fenómeno, conectando los resultados con los objetivos planteados y las hipótesis iniciales, ofreciendo así una visión enriquecida del problema estudiado.

Finalmente, este capítulo establece un marco metodológico riguroso y transparente que no solo busca contribuir al conocimiento en el campo del empoderamiento y las TIC, sino también fomentar la acción en favor de las mujeres artesanas. Al mismo tiempo, se identifican y analizan las limitaciones del estudio, lo que permite contextualizar los hallazgos y ofrecer una visión más realista de los alcances de la investigación. Este abordaje integral refuerza la relevancia y la utilidad práctica del estudio, consolidándolo como una contribución significativa al análisis de este fenómeno.

Contexto del Estudio

El contexto del estudio desempeña un papel fundamental en la comprensión de los fenómenos sociales y económicos que afectan a las mujeres artesanas y sus actividades productivas. Este apartado detalla el lugar de investigación y el entorno social en el que se desarrolla, proporcionando un marco de referencia esencial para analizar las dinámicas del uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) como herramienta de empoderamiento.

Figura 1. Asociación Unificada de Artesanos del Puerto Muelle Puno



Nota: Las imágenes representan la asociación de artesanos ubicada en el Puerto Muelle de Puno. Tomado de Mincetur (2023).

Lugar de Estudio

El presente estudio se llevó a cabo en la **Asociación Unificada de Artesanos de Puerto Muelle**, ubicada en el Jr. El Puerto, en el distrito de Puno, provincia de Puno, y departamento de Puno, Perú. Esta asociación está conformada principalmente por mujeres artesanas que elaboran y venden productos hechos a mano dirigidos tanto al público extranjero como al nacional.

El **distrito de Puno**, situado a orillas del Lago Titicaca, es conocido por su rica tradición cultural y su relevancia como centro turístico, lo que genera una demanda significativa de artesanías locales. En este contexto, la Asociación Unificada de Artesanos de Puerto Muelle actúa como un espacio colectivo en el que las artesanas desarrollan, exhiben y comercializan productos que reflejan la herencia cultural de la región.

La elección de esta asociación como lugar de estudio responde a su importancia como ejemplo de cómo las TIC pueden potenciar el alcance y la visibilidad de los productos artesanales, facilitando la conexión con mercados más amplios y promoviendo el empoderamiento de sus integrantes. Además, esta organización representa un caso emblemático de los desafíos y oportunidades que enfrentan las mujeres artesanas en un entorno donde convergen la tradición cultural y las demandas contemporáneas de competitividad económica.

Descripción del Entorno Social

El entorno social de la Asociación Unificada de Artesanos de Puerto Muelle está influido por diversos factores culturales, económicos y sociales que moldean las dinámicas de trabajo y las oportunidades de las mujeres artesanas.

Cultura y Tradición: Puno es reconocido como uno de los epicentros culturales más importantes del Perú, con una vasta riqueza en expresiones artísticas y festividades tradicionales, como la Festividad de la Virgen de la Candelaria. Esta herencia cultural se refleja en los productos elaborados por las artesanas, quienes integran en sus piezas elementos simbólicos propios de la cosmovisión andina. Las artesanías producidas en la región incluyen textiles, cerámica, bordados y tallados, que no solo tienen un valor funcional, sino también una carga significativa de identidad y tradición.

Economía Local: El entorno económico de la región de Puno está marcado por su dependencia del turismo y la actividad comercial asociada. Las mujeres artesanas de la asociación desempeñan un rol clave en esta economía, ofreciendo productos que son altamente valorados por los turistas. Sin embargo, enfrentan desafíos significativos, como la competencia con productos industrializados y las limitaciones para acceder a mercados más amplios.

Rol de las Mujeres en la Comunidad: Las mujeres artesanas desempeñan múltiples roles dentro de sus familias y comunidades. Además de su actividad productiva, suelen encargarse de las tareas domésticas y la crianza de los hijos, lo que limita su tiempo y recursos para desarrollar sus capacidades empresariales. A pesar de estas dificultades, muchas de ellas han demostrado resiliencia y creatividad, encontrando en las actividades artesanales no solo una fuente de ingresos, sino también una vía para reafirmar su autonomía y empoderamiento.

Acceso a las TIC: El acceso a las Tecnologías de Información y Comunicación en la región de Puno presenta retos importantes debido a las limitaciones de infraestructura tecnológica, conectividad y capacitación en habilidades digitales. Sin embargo, las mujeres artesanas han mostrado interés en adoptar estas herramientas para mejorar la comercialización de sus productos y conectarse con mercados nacionales e internacionales. En este contexto, aplicaciones como WhatsApp y redes sociales como Facebook se han convertido en las principales plataformas utilizadas, aunque su aprovechamiento aún es limitado y requiere estrategias más estructuradas.

En síntesis, el entorno social de la Asociación Unificada de Artesanos de Puerto Muelle ofrece un escenario rico y complejo para explorar cómo las TIC pueden ser utilizadas como un vehículo para superar las barreras económicas y sociales que enfrentan las mujeres artesanas. Al mismo tiempo, este contexto resalta la importancia de considerar las particularidades culturales y las dinámicas locales al diseñar e implementar estrategias de empoderamiento a través de las tecnologías.

Limitaciones de la investigación

A lo largo de este libro, se exponen múltiples dimensiones del sector textil en la región de Puno, un ámbito que constituye un pilar económico y social fundamental para

la vida de muchas familias. No obstante, como en toda obra dedicada al análisis de un tema complejo, se identifican ciertas limitaciones que condicionan tanto el desarrollo de las actividades productivas de las artesanas como el alcance de la investigación. Estas limitaciones son reflejo de problemáticas estructurales y coyunturales, así como de desafíos asociados al contexto global. A continuación, se detallan exhaustivamente las principales limitaciones identificadas:

1. **Falta de una cultura empresarial consolidada:** Uno de los retos más significativos radica en la limitada formación empresarial de las artesanas, quienes tradicionalmente han desarrollado su actividad en un marco predominantemente informal. Este déficit de conocimiento técnico en áreas como gestión administrativa, marketing estratégico y planificación financiera restringe las posibilidades de adoptar modelos de negocio modernos y competitivos. Al carecer de una visión empresarial clara, se dificulta el aprovechamiento de oportunidades para acceder a mercados más amplios y sostenibles. Esta situación perpetúa una dependencia hacia las dinámicas del mercado local y deja a las artesanas vulnerables frente a las fluctuaciones de la demanda.

2. **Competitividad regional limitada:** El entorno productivo en Puno está caracterizado por una escasa competitividad entre las empresas textiles de la región, lo cual se traduce en una oferta de productos con poca diferenciación en términos de diseño, calidad y valor agregado. Esto no solo impacta negativamente en la capacidad de las artesanas para posicionarse en mercados nacionales e internacionales, sino que también disminuye su capacidad para negociar precios justos por sus productos. La competencia limitada dentro del sector regional obstruye la creación de alianzas estratégicas que podrían fomentar la innovación y la mejora continua.

3. **Producción a pequeña escala y limitada capacidad técnica:** La naturaleza artesanal de la producción textil, aunque rica en tradición y saberes ancestrales, se enfrenta a un obstáculo significativo: la incapacidad de atender demandas de mayor envergadura. La limitada capacidad técnica y material de las artesanas dificulta la posibilidad de aumentar los volúmenes de producción sin comprometer la calidad. Esto representa un desafío crucial, especialmente cuando

se trata de cumplir con los estándares exigidos por mercados internacionales que valoran tanto la autenticidad del producto como su capacidad de replicabilidad en cantidades significativas.

4. **Restricciones financieras estructurales:** Otro aspecto crítico identificado es la insuficiente capacidad financiera de las artesanas, que restringe su acceso a insumos de calidad, tecnologías modernas y herramientas de comercialización efectivas. Este problema no solo limita las posibilidades de crecimiento, sino que también perpetúa un círculo vicioso de estancamiento productivo. La falta de recursos económicos afecta directamente la sostenibilidad de sus actividades, dificultando inversiones a largo plazo que podrían transformar sus dinámicas productivas y comerciales.

5. **Carencia de canales de distribución adecuados y tecnología limitada:** En el mundo actual, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se han convertido en herramientas esenciales para ampliar los horizontes de cualquier actividad económica. Sin embargo, en el caso de las artesanas de Puno, la falta de acceso a estas tecnologías y a canales de distribución modernos representa un desafío mayúsculo. La comercialización de sus productos sigue dependiendo, en gran medida, de mercados locales tradicionales, lo que reduce su alcance y las oportunidades de captar una clientela más diversa. Además, la limitada alfabetización digital en este sector incrementa las barreras para incorporar soluciones tecnológicas que potencien su presencia en plataformas digitales o redes comerciales más amplias.

6. **Impacto de las dinámicas globales en contextos locales:** El sector textil artesanal no es ajeno a las influencias del contexto económico global, donde la creciente competencia, los cambios en las tendencias de consumo y las exigencias normativas en materia de comercio internacional presentan desafíos significativos. Para las artesanas de Puno, estas dinámicas globales exacerban las dificultades derivadas de su realidad local, haciendo aún más complicado su posicionamiento en mercados internacionales. Este fenómeno se agrava en escenarios de crisis económica o sanitaria, como lo evidenció la pandemia de

COVID-19, que afectó gravemente los canales tradicionales de comercialización y distribución.

7. **Deficiente incorporación de tecnologías modernas:** Si bien las TIC ofrecen un potencial transformador para el sector textil artesanal, su implementación en Puno sigue siendo incipiente. Las brechas digitales, tanto en términos de acceso como de conocimiento, limitan la capacidad de las artesanas para adoptar herramientas tecnológicas que optimicen sus procesos de producción y comercialización. Esto no solo afecta su productividad, sino que también disminuye su capacidad para competir en mercados más exigentes y dinámicos.

Estas limitaciones reflejan los múltiples desafíos que enfrentan las artesanas textiles de Puno y condicionan tanto el desarrollo sostenible del sector como el alcance de las estrategias propuestas en este libro. Sin embargo, estas dificultades no deben ser vistas únicamente como barreras, sino también como áreas de oportunidad para generar un cambio estructural que permita a las artesanas fortalecer su rol en el mercado y proyectar sus tradiciones textiles hacia horizontes más amplios y prometedores. Este análisis, lejos de ser exhaustivo, busca servir como punto de partida para futuras investigaciones y acciones concretas en beneficio del sector.

Método de investigación

Enfoque de investigación

La investigación fue planteada desde el enfoque cuantitativo, puesto que se utilizó la recolección de datos mediante un cuestionario y para probar las hipótesis se tiene como base la medición numérica y análisis estadístico, con la finalidad de probar teorías (Fernandez et al., 2014), para la investigación se aplicó una encuesta para recolectar información mediante datos numéricos ordinales y posterior a ello medir la variable uso de TIC y empoderamiento de las mujeres haciendo uso del análisis estadístico y la comprobación de hipótesis.

Tipo de investigación

El tipo de investigación es básica o teórica, según Carrasco (2006) es aquella que no tiene propósitos aplicativos pues solo busca ampliar y profundizar el caudal de

conocimientos científicos existentes acerca de la realidad. Su objetivo de estudio constituye las teorías científicas las mismas que analizan para perfeccionar sus contenidos. Se buscó describir el comportamiento de las variables uso de TIC y empoderamiento en mujeres artesanas, así mismo se pudo analizar cómo se comportan las dimensiones de las dos variables en las mujeres.

Nivel de investigación

La investigación fue de nivel correlacional, puesto que se procuró conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más variables en una muestra de estudio en particular (Fernandez et al., 2014). En la investigación se buscó establecer el grado de relación de la variable uso de TIC y empoderamiento de las mujeres, del mismo modo con sus respectivas dimensiones.

Método de investigación

El método utilizado fue hipotético – deductivo, porque se tuvo procesos secuenciales y probatorios, en tanto para Fernandez et al. (2014) este método implica que de una teoría se deriven las hipótesis, para poder refutar o falsear tales hipótesis, a partir de las observaciones que se hace a la realidad. La investigación buscó comprobar hipótesis a partir de los datos obtenidos de la encuesta aplicada a las mujeres artesanas

Diseño de investigación

La investigación fue de diseño no experimental transversal, puesto que la investigación se realizó sin manipular intencionalmente las variables, además se observaron los fenómenos en su contexto natural para después analizarlos (Fernandez et al., 2014). En la investigación no se manipulo la variable uso de TIC ni empoderamiento de las mujeres, mostrando los resultados tal cual presentaron sus opiniones al momento de aplicar las encuestas.

Del mismo modo fue transversal porque los datos se recolectaron en un solo momento, en un tiempo único, puesto que el propósito es describir variables y analizar su interrelación en un momento dado(Fernandez et al., 2014). Es así que, las encuestas tanto de uso de TIC y empoderamiento de la mujer se aplicaron en un momento dado, para luego poder analizar los datos.

Descripción detallada de métodos

Descripción de variables analizadas en los objetivos específicos

Tabla 1

Descripción detallada de los métodos, uso de materiales, equipos, insumos, por objetivo específico

Objetivos Específicos	Indicadores	Método	Instrumento	Procesamiento de Datos
Identificar la relación entre el uso de las TIC y la autoestima de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno. Describir la relación entre el uso de las TIC y el liderazgo de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno. Establecer la relación entre el uso de las TIC y la toma de decisiones de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno. Comprobar la relación entre el uso de las TIC y la participación de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno.	Manejo de información Comunicación digital Creación de contenidos digitales Resolución de problemas digitales Autoestima Liderazgo Toma de decisiones Participación	Hipotético- deductivo	Cuestionario del uso de las TIC Cuestionario de empoderamiento	Se realizó en los paquetes electrónicos Microsoft Excel en la que se realizó el baseado de datos y a la vez el programa SPSS 25 donde se procesaron las tablas y pruebas estadísticas para la comprobación de hipótesis, así mismo para identificar el estadístico de prueba se realizó las respectivas pruebas de normalidad de datos, para luego utilizar la prueba estadística Rho de Spearman y verificar la relación existente entre el uso de las TIC y el empoderamiento de la mujer.

Nota: Elaborado por el equipo de trabajo

Descripción de técnicas e instrumentos

Técnica: La técnica que se empleó para la recolección de datos son las siguientes:

Encuesta: Es una técnica adecuada para obtener datos o información que solo pueden aportar sujetos acerca de un determinado problema, es una técnica confiable solo para conocer opiniones o puntos de vista de la gente respecto a un problema (Fernández et al., 2014).En tanto nos permitió recabar información y datos necesarios sobre la variable uso de TIC y empoderamiento de las mujeres de la población sujeto de estudio.

Instrumento: El instrumento de investigación que se empleó es el siguiente:

Cuestionario: Un cuestionario consiste es un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir, debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis (Fernández et al., 2014). En este sentido el instrumento planteado contenía un conjunto de preguntas cerradas estructuradas con escala Likert, que ayudaron a alcanzar los objetivos propuestos en la investigación.

Confiabilidad de instrumentos:

La confiabilidad de un instrumento de medición se define como el grado en que su aplicación repetida a los mismos individuos genera resultados consistentes y estables (Hernández et al., 2014). En este estudio, la confiabilidad de los instrumentos se evaluó mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, reconocido por su eficacia para medir la precisión y consistencia interna de las escalas de medición.

El instrumento diseñado para medir el uso de las tecnologías de información y comunicación constó de 30 ítems. Su confiabilidad fue evaluada aplicándolo a una muestra piloto de 10 artesanas con conocimientos básicos en TIC. El análisis de los datos arrojó un coeficiente Alfa de Cronbach de 0,953, lo que se encuentra dentro del rango de 0,72 a 0,99, indicando una excelente confiabilidad. Esto valida la capacidad del instrumento para medir con precisión el uso de las TIC en el contexto de la población estudiada.

Por otro lado, el instrumento diseñado para medir el empoderamiento de la mujer incluyó 16 ítems. Su confiabilidad se evaluó mediante una aplicación piloto a una muestra

de 10 artesanas. Los resultados arrojaron un coeficiente Alfa de Cronbach de 0,949, valor que confirma una excelente confiabilidad al ubicarse dentro del rango previamente establecido de 0,72 a 0,99.

Estos hallazgos refuerzan la validez y confiabilidad de los instrumentos utilizados, garantizando su idoneidad para analizar las variables de interés y proporcionando una base sólida para las conclusiones del estudio.

Aplicación de la prueba estadística inferencial

Para determinar el estadístico de prueba de hipótesis se realizó las pruebas de normalidad de Kolmogorov – Smirnov puesto que se tiene una muestra mayor a 50, detectándose así que los datos no siguen una distribución normal (Anexo 5); en tanto para verificar la hipótesis de la investigación se utilizó el estadístico no paramétrico Rho de Spearman para determinar la correlación de las variables. Como indica Fernández et al. (2014) es una medida de correlación para variables con un nivel de medición ordinal, generalmente son utilizadas para relacionar estadísticamente escalas de tipo Likert. En tanto se buscó determinar el grado de asociación entre las variables uso de las tecnologías de información y comunicación y el empoderamiento de la mujer, de la siguiente manera:

i. *Hipótesis estadística:*

H_0: R_{xy} = (quiere decir que NO existe algún grado de relación entre las variables)

H_1: R_{xy} ≠ (quiere decir que existe algún grado de relación entre las variables)

ii. *Estadístico de prueba:* $r_s = 1 - \frac{6\sum d_i^2}{n(n^2-1)}$

Donde

r_s : Coeficiente de correlación por rangos de Spearman

n : Numero de datos

d_i : Diferencia entre los rangos de rangos X e Y

iii. *Nivel de significancia:* $\propto = 0.01$ ó 1%

iv. Regla de decisión:

Para la aceptación de hipótesis, el coeficiente de correlación de rangos de Spearman deberá puntuar entre el -1.0 y +1.0 y la interpretación de valores será expresado a través de la siguiente tabla:

Tabla 2

Grado de relación según coeficiente de correlación

Rango	Relación
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a + 0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a + 0.50	Correlación positiva media
+0.51 a + 0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a + 0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a + 1.00	Correlación positiva perfecta

Nota. Fernandez et al. (2014)

Población

La población incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación (Tamayo, 2012).

En este sentido la población para estuvo constituida por un total de 143 artesanas de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno, que están distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 3

Distribución de Artesanas de la Asociación Unificada de Artesanos del Puerto Muelle por asociaciones.

Asociación	N	%
San José I	13	21
Cámara Regional	10	17
Miguel Grau	14	23
Rumi Maki	13	22
Lago Sagrado	10	16
Total	60	100

Nota: Elaborado por el equipo de trabajo

Muestra

La muestra es un sub grupo de la población total, en tanto que como lo indica Fernandez et al. (2014) esta implica definir la unidad de análisis; para investigación se utilizara el tipo de muestreo probabilístico aleatorio estratificado para seleccionar elementos que aportaran información relevante al estudio es decir la muestra la integraran mujeres artesanas del Puerto Muelle de Puno, de distinta edad y conocimiento básicos de tecnologías de información y comunicación.

El muestreo probabilístico estratificado, es aquel que divide la población en grupos y selecciona una muestra para cada uno de ellos (Fernandez et al., 2014).

En tanto para determinar el tamaño de muestro se aplicó la siguiente formula:

$$n_0 = \frac{NZ^2PQ}{(N-1)e^2 + Z^2PQ}$$

Dónde:

$Z_{(1-\alpha/2)}$ = Valor de la distribución Normal según el nivel de confianza deseado.

P = Proporción favorable.

Q = P-1 = Proporción no favorable

e = Margen de error de muestra

N = 200 artesanas de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle

$$n = \frac{(143)(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(143-1)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)} = 104.40$$

Se determina si el tamaño de muestra necesita un ajuste con la siguiente formula: $n_0/N = 104.40/143 = 0.73 = 73\%$, cumpliendo la regla si $n_0/N > 10\%$ se hace uso del ajuste por que 73% es mayor a 10%

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} = \frac{104.40}{1 + \frac{104.40}{143}} = 60.34 = 60$$

Obteniéndose una muestra de 60 artesanas de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno. Luego de determinar el tamaño de muestra se determina el tamaño de muestra por estrato es decir por asociaciones, obteniéndose lo siguiente:

Tabla 4

Muestra de artesanas de la Asociación Unificada de Artesanos del Puerto Muelle por asociaciones

Asociación	N	%
San José I	13	21
Cámara Regional	10	17
Miguel Grau	14	23
Rumi Maki	13	22
Lago Sagrado	10	16
Total	60	100

Nota: Elaborado por el equipo de trabajo

Para realizar la recolección de datos en la muestra seleccionada, se tomó los siguientes criterios de inclusión y exclusión:

Criterios de inclusión

- Participantes que pertenezcan a la Asociación Unificada de Artesanos del Puerto Muelle
- Participantes de sexo femenino
- Participantes que hayan recibido capacitaciones en temas de TIC

Criterios de exclusión

- Participantes de sexo masculino

Figura 2

Muestra de Artesanas que de Asociación Unificada de Artesanos del Puerto muelle de Puno.



Nota: Las imágenes muestran a mujeres artesanas de la Asociación Unificada de Artesanos Puerto Muelle, participando en capacitaciones en temas de TIC y marketing digital.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSÍON

Seguidamente se presenta los resultados de la investigación obtenidos a partir de la aplicación de los instrumentos que fueron aplicadas a las mujeres de la Asociación Unificada de Artesanos del Puerto Muelle de Puno, las mismas que fueron procesadas mediante el paquete estadístico SPSS 25 para obtener estadísticas descriptivas que están representadas por tablas y estadísticas inferenciales que nos ayudaron a comprobar las hipótesis mediante el estadístico R de Spearman puesto que los datos presentaron una distribución normal.

Resultados

Uso de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) y empoderamiento de las mujeres artesanas

Las tecnologías de información y comunicación están cada vez más presentes en las distintas actividades diarias que realizamos, brindándonos herramientas para comunicarnos y educarnos, aportando así nuevas formas de trabajo desde casa y las redes sociales que ayudan a vender y comprar todo tipo de productos, puesto que permiten acceder a distintos servicios desde cualquier ubicación sin distinción de género.

A. Uso de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC)

Cuando nos referimos a tecnologías de información y comunicación, nos referimos a las herramientas que se utilizan para procesar, administrar y distribuir información a través de medios tecnológicos como son los teléfonos, computadoras, laptops, tabletas, entre otros. Además, cuando nos referimos al uso de tecnologías de información y comunicación, no se limitan solo al ámbito de educación si no a distintos ámbitos del área comercial que le ha permitido llevar a cabo la gestión de transacciones comerciales por medio del uso de ordenadores y redes de telecomunicación. A continuación, se muestra tablas que describen cómo es el uso de dichas tecnologías en las mujeres artesanas de la asociación en estudio.

Tabla 5

Dimensión manejo de información de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle

Indicadores	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Navegación, búsqueda y filtrado de información, datos y contenido digital.	1	1,7	3	5,0	26	**43,3**	19	31,7	11	18,3	60	100
Evaluación de información, datos y contenido digital.	2	3,3	8	13,3	12	20,0	21	**35,0**	17	28,3	60	100
Almacenamiento y recuperación de información, datos y contenido digital.	6	10,0	9	15,0	22	**36,7**	15	25,0	8	13,3	60	100
Uso de Equipos Tecnológicos y aplicativos	2	3,3	7	11,7	15	25,0	20	**33,3**	16	26,7	60	100
Promedio	3	4.6	7	11.3	19	31.3	19	31.3	13	21.7	60	100

Nota. "Elaborado por el equipo de trabajo"

En la tabla 5 referente a la dimensión manejo de información, observamos que el 43,3% de mujeres artesanas indican que a veces navegan, realizan búsquedas y filtrado de información de datos y contenidos digitales, es decir utilizan buscadores en la plataforma de internet para buscar información referente a otras asociaciones y contenido para mejorar sus productos de artesanía que ofrecen al mercado nacional e internacional. Así mismo, el 35% de mujeres artesanas mencionan que casi siempre evalúan la información, datos y el contenido digital, es decir cuando encuentran información del internet se percatan que la información sea relevante y les ayude a mejorar la calidad de sus productos y por ende sus ventas.

Por otro lado, el 36,7% de mujeres artesanas indican que a veces almacenan y recuperan información, datos y contenido digital, en tanto podemos decir que, al no contar con una PC o un ordenador portátil personal, ellas ocasionalmente realizan los procedimientos para guardar y ubicar archivos, contenidos digitales ya sea imágenes, textos, videos o música; más solo realizan este tipo de procedimientos un grupo de artesanas en sus dispositivos inteligentes (celulares). Como también el 33,3% de mujeres artesanas mencionan que casi siempre usan equipos y aplicativos tecnológicos, en tanto, estas mujeres consideran que el uso de sus dispositivos tecnológicos (celulares) y las redes sociales les ha permitido expender sus productos hacia un mercado nacional e internacional e incrementar considerablemente sus ventas, además de la calidad de sus productos de artesanía.

Al ver los resultados descriptivos podemos decir que las mujeres artesanas tienen un promedio de 31,3% de manejo de información que esta entre el rango de a veces y casi siempre, puesto que el hablar de información hace referencia al mensaje que contiene datos y se trasmite por medios orales, escritor y audiovisuales permitiendo conocer un tema o situación (Chiavenato, 2019), en tanto el manejo de información va más allá de solo recibir mensajes, centrándose en como la persona puede identificar, localizar, obtener, almacenar, organizar y analizar información digital, evaluando su finalidad y relevancia de ellos mediante el uso de las tecnologías de información y comunicación (Instituto Nacional de Tecnologías Educativas, 2017).

Es así que podemos decir que las mujeres artesanas mediante las capacitaciones que les brindaron distintas organizaciones han ido fortaleciendo sus habilidades en cuanto al uso de tecnologías y redes sociales puesto que a un nivel intermedio pueden navegar por internet mediante sus celulares inteligentes para buscar y guardar información relevante (imágenes y videos) para mejorar sus productos artesanales.

Así mismo, en el tema del uso de la Tecnologías de información y comunicación, podemos hablar de cómo se dio la comunicación digital de las mujeres artesanas del Puerto Muelle de Puno, después de las capacitaciones datas a este grupo de mujeres para que ellas interactúen mediante tecnologías digitales, compartan información y contenidos, participen en reuniones digitales, además tengan conocimientos sobre

marketing digital; presentando así la siguiente tabla que nos muestra a qué nivel ellas desarrollan una comunicación digital.

Tabla 6

Dimensión comunicación digital de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle

Indicadores	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Interacción mediante tecnologías digitales.	6	10,0	4	6,7	13	21,7	14	23,3	23	**38,3**	60	100
Compartir información y contenidos.	4	6,7	9	15,0	28	**46,7**	15	25,0	4	6,7	60	100
Participación ciudadana en línea.	3	5,0	19	31,7	23	**38,3**	8	13,3	7	11,7	60	100
Marketing Digital.	11	18,3	10	16,7	24	**40,0**	11	18,3	4	6,7	60	100
Promedio	6	10.0	11	17.5	22	**36.7**	12	20.0	10	15.9	60	100

Nota. "Elaborado por el equipo de trabajo"

En la tabla 6 referente a la dimensión comunicación digital, se observa que el 38,3% de mujeres artesanas que mencionaron que siempre tienen interacción mediante tecnologías digitales, puesto que con frecuencia utilizan sus dispositivos electrónicos (celulares) para gestionar e interactuar con otras personas mediante sus redes sociales. Así mismo se tiene al 46,7% de mujeres artesanas que indican que a veces comparten información y contenidos, es decir comparten información como fotos y videos de sus productos con clientes, proveedores y otras organizaciones mediante redes sociales (Facebook y WhatsApp), mas no por páginas de internet puesto que son asociaciones que recién están inmersas al uso de tecnologías de información y comunicación.

También se tiene 38,3% de mujeres artesanas que mencionan que a veces realizan una participación ciudadana en línea, puesto que recientemente van aprendiendo a utilizar medios digitales para realizar reuniones mediante videollamadas (Google meet,

WhatsApp) y realizar transferencias bancarias (depósitos, giros, retiros). Por último, se tiene al 40% de mujeres artesanas que indican que a veces realizan marketing digital en tanto que recientemente fueron utilizando el Fanpage de Facebook y WhatsApp empresarial para promocionar su marca y sus productos artesanales al mercado nacional e internacional, las cuales les permitieron poco a poco relacionarse con más clientes.

Es así que al tener los resultados descriptivos decimos que las mujeres artesanas en un promedio 36,7% de comunicación digital están en un rango de a veces; hablar de comunicación digital se refiere a la comunicación eficaz, sencilla y rápida que se da a través de los softwares que están implementados dentro de los dispositivos tecnológicos como son los teléfonos, tabletas u ordenadores, en tanto según él Instituto Nacional de Tecnologías Educativas (2017) la comunicación digital se centra en como la persona puede comunicarse y conectarse con otros mediante los entornos digitales, si puede compartir recursos digitales mediante las herramientas en red y si este participa, interacciona en redes sociales.

Es así que podemos decir que las mujeres artesanas de la asociación en estudio son mujeres que manejan redes sociales como el Facebook y WhatsApp al menos a un nivel intermedio, utilizándolas para comunicarse y compartir contenido (imágenes y videos) con su entorno familiar y social, además de participar en reuniones virtuales ya sean convocadas por su propia asociación u otras instituciones.

El hablar del Uso de tecnologías de información y comunicación, es tema amplio, es así que en el estudio se consideró como este grupo de mujeres a partir de las capacitaciones recibidas han ido aprendiendo a crear contenidos digitales ya sea videos, fotos, transmisiones en vivo de las actividades que realizan en su asociación, considerando los derechos de autor y consecuencias que puede traer el publicar algún contenido que no sea de propiedad personal, es así que la siguiente tabla nos muestra a qué nivel las mujeres artesanas han ido desarrollando contenidos digitales.

Tabla 7

Dimensión creación de contenidos digitales de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle

Indicadores	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Desarrollo de contenidos digitales.	3	5,0	13	21,7	**23**	**38,3**	21	35	0	0,0	60	100
Integración y reelaboración de contenidos digitales.	3	5,0	8	13,3	**37**	**61,7**	8	13,3	4	6,7	60	100
Derechos de autor, licencias	4	6,7	7	11,7	19	31,7	22	**36,7**	8	13,3	60	100
Seguridad	3	5,0	6	10,0	16	26,7	21	**35,0**	14	23,3	60	100
Promedio	3	5.4	9	14.2	24	**39.6**	18	30.0	7	10.8	60	100

Nota. "Elaborado por el equipo de trabajo"

En la tabla 7 referente a la dimensión creación de contenidos digitales, se observa que el 38,3% de mujeres artesanas mencionan que a veces desarrollan contenidos digitales puesto que crean contenido digital sencillo como fotos y videos, más solo algunas artesanas hacen uso de las redes sociales (Facebook) para transmitir virtualmente sus actividades que desarrollan en su organización. También el 61,7% de mujeres artesanas indican que a veces integran y reelaboran sus contenidos digitales es decir que eventualmente utilizan las fotografías y videos o algún otro contenido que encuentran en internet como un insumo para publicar en sus redes sociales o mejorar sus productos.

Así mismo, el 36,7% de mujeres artesanas mencionan que casi siempre tienen en cuenta los derechos de autor y licencias, es decir que conocen sobre los beneficios y riesgos que pueda tener las publicaciones que realizan en sus redes sociales, además tienen conocimiento sobre los derechos de autor que pueda tener las publicaciones de fotos y videos de otras personas. Por último, el 35% de mujeres artesanas mencionan que casi siempre tienen en cuenta la seguridad de sus equipos tecnológicos en tanto que pueden protegerlas con contraseñar, además que conocen que el uso de la tecnología puede afectar su salud si este se usa mal.

Al observar los resultados descriptivos podemos decir que las mujeres artesanas tienen un promedio de 39,6% de creación de contenidos digitales que esta entre el rango de a veces; hablar de creación de contenidos para Satornicio (2022) significa producir textos, imágenes, videos, audios para ofrecer información, cumpliendo objetivos particulares de atracción de clientes y con la finalidad de distribuirlos en diversas plataformas, en tanto según él Instituto Nacional de Tecnologías Educativas (2017) la creación de contenidos se centra en como la persona crea y edita contenidos digitales nuevos como producciones artísticas y contenidos multimedia, además si aplica los derechos de propiedad intelectual y licencias de uso.

En tanto podemos decir que las mujeres artesanas de la asociación en estudio son mujeres que crean contenidos a nivel intermedio en tanto que capturan imágenes y videos de sus productos, actividades que realizan y de los eventos en los que participan, transmiten en vivo los eventos que desarrollan en su asociación por Facebook, además tienen conocimientos básicos de los derechos de autor que pueden tener las fotografías y videos ajenos.

Por último, referente al uso de las Tecnologías de Información y comunicación, se consideró como ella podían resolver sus problemas en temas de tecnología, ya se buscando apoyo de un familiar o profesional experto, así mismo, si ellas podían identificar sus necesidades tecnológicas, y si estas sabían el fin de utilizar dichas tecnologías en beneficio propio, las cuales se explican en la presente tabla.

Tabla 8

Dimensión resolución de problemas digitales de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle

Indicadores	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Resolución de problemas técnicos en equipos tecnológicos	0	0,0	11	18,3	**27**	**45,0**	18	30,0	4	6,7	60	100
Identificación de necesidades y respuestas tecnológicas.	0	0,0	1	1,7	**27**	**45,0**	22	36,7	10	16,7	60	100
Innovación y uso de la tecnología digital de forma creativa.	3	5,0	4	6,7	23	38,3	**26**	**43,3**	4	6,7	60	100
Promedio	1	1.7	5	8.9	26	**42.8**	22	36.7	6	10.0	60	100

Nota. "Elaborado por el equipo de trabajo"

En la tabla 8 referente a la dimensión resolución de problemas digitales, se observa que el 45% de mujeres artesanas mencionan que a veces resuelven problemas técnicos de sus equipos tecnológicos pidiendo apoyo o asistencia técnica de un especialista mas no por ellas mismas. Así mismo se tiene al 45% de mujeres artesanas que indican que a veces identifican sus necesidades y dan respuestas tecnológicas, considerando que son capaces de tomar decisiones al momento de escoger alguna red social para realizar sus publicaciones de sus productos artesanales y eventualmente piden ayuda para elegir los equipos tecnológicos de acuerdo a sus necesidades.

Por otro lado, el 43,3% de mujeres artesanas mencionan que en cuento a la innovación y uso de la tecnología digital de forma creativa siempre son conscientes de que pueden utilizar la tecnología para hacer publicidad y promocionar sus productos artesanales al mercado nacional e internacional, además que las tecnologías de información y comunicación les ayudan a innovar nuevas formas de comercio electrónico.

Es así que al tener los resultados descriptivos decimos que las mujeres artesanas en un promedio 42.8% de resolución de problemas digitales estando en un rango de a veces; para Cruz (2018) la resolución de problemas es tener conocimientos y habilidades necesarias para solucionar problemas técnicos en cuanto al uso de las tecnologías, en tanto el Instituto Nacional de Tecnologías Educativas (2017) se centra en como la persona identifica necesidades de uso y toma decisiones informadas de las herramientas digitales según su propósito o la necesidad, además si usa las tecnologías de forma creativa y resuelve problemas técnicos. En tanto podemos decir que las mujeres artesanas en la asociación en estudio son mujeres que resuelven problemas digitales a un nivel medio en tanto que buscan asistencia técnica cuando un equipo tecnológico se les daña y buscan apoyo para adquirir un equipo tecnológico de acuerdo a sus necesidades, no obstante, son capaces de escoger una red social para realizar sus publicaciones y promocionar sus productos.

Empoderamiento de las mujeres

El empoderamiento es un proceso por el cual las personas fortalecen sus capacidades con la finalidad de desarrollar la confianza y seguridad en sí mismos, en tanto el empoderamiento de la mujer se percibe como una herramienta con la que se obtiene reconocimiento del esfuerzo igual al de los varones (Tulla et al., 2018), es así que para que una mujer se empodere se requerirá de recursos ya sea materiales, humanos y sociales necesarios para tomar decisiones en su vida, llevando a la acción sus ideales y metas, buscando ser agentes de progreso y cambio (Acosta et al., 2017).

Uno de los componentes esenciales del empoderamiento de la mujer es la autoestima, puesto que al tener una autoestima alta la mujer tendrá más probabilidades de tomar decisiones informadas y podrá actuar sobre ellas, es así que en la siguiente tabla tenemos el nivel de autoestima de las mujeres artesanas.

Tabla 9

Dimensión autoestima de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle

Indicadores	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Sentimiento de dignidad y satisfacción consigo misma.	0	0,0	7	11,7	19	31,7	24	**40,0**	10	16,7	60	100
Capacidades para la labor que desarrolla en la asociación.	2	3,3	7	11,7	24	**40,0**	23	38,3	4	6,7	60	100
Sentimiento de comodidad ante elogios, premios y reconocimientos	0	0,0	5	8,3	36	**60,0**	11	18,3	8	13,3	60	100
Impulso para trazarse metas y tener un proyecto de vida futuro	0	0,0	6	10,0	21	35,0	22	**36,7**	11	18,3	60	100
Promedio	1	0.8	6	10.4	25	**41.3**	20	33.8	8	13.8	60	100

Nota. "Elaborado por el equipo de trabajo"

En la tabla 9 referente a la dimensión autoestima, se observa que el 40% de mujeres artesanas mencionaron que casi siempre se sienten dignas y satisfechas consigo mismas al pertenecer a su asociación, en tanto que la labor que realizan es honesta y reconocida por los clientes y por algunas organizaciones sociales. Así mismo, el 40% de mujeres artesanas indicaron que a veces reconocen las capacidades que tienen para la labor que desarrollan dentro de su asociación en tanto que la labor que realizan que es la venta y confección de artesanía les permite adquirir sus propios ingresos económicos para su familia, además de aportar de manera innovadora al turismo.

También el 60% de mujeres artesanas mencionan que a veces se sienten cómodas cuando las elogian, premian y reconocen su trabajo, esto debido a que no siempre raras veces se dan los reconocimientos y premios por el trabajo realizado. Por último se tiene al 36,7% de mujeres artesanas indicaron que casi siempre el pertenecer a la asociación de

artesanas las impulsan a trazarse nuevas metas y poder tener un proyecto de vida futuro con la finalidad de obtener mayores ventas y por ende mayores ingresos económicos, del mismo modo les permiten tener un visión de cómo incrementar el turismo y poder contribuir con el desarrollo de la región; además el pertenecer a la asociación le permite a la mujer artesana acceder a capacitaciones de distintas organizaciones sociales que le ayudan a crecer como persona.

Es así que, teniendo los resultados descriptivos podemos observar que las mujeres artesanas tienen un promedio de 41,3% de autoestima estando en un rango de a veces, la autoestima son aquellos sentimientos que se tiene hacia uno mismo, en tanto el tener una autoestima buena permitirá tener un buen equilibrio personal permitiendo solucionar conflictos y creando un ambiente de autoconfianza, mientras tanto el tener un bajo autoestima provocara fragilidad en sus emociones que afectaran su salud y sus relaciones sociales (Villareal, 2011).

En las mujeres artesanas se pudo observar que tienen una autoestima regular, puesto que son mujeres que a pesar de sentirse bien consigo mismas y con la asociación a la que pertenecen, están necesitan incentivos o reconocimientos que les ayuden a valorar el trabajo que ellas realizan, para que se sientan capaces de innovar y ofrecer sus productos de calidad no solo a nivel local si no a nivel nacional e internacional y así obtener mayores ingresos económicos.

Otro de los componentes esenciales en el empoderamiento de la mujer es el liderazgo, en tanto que se debe tener mujeres que sean capaces de organizarse para, aumentar su nivel de autoestima, participar en la toma de decisiones, controlar los recursos y así superar la subordinación, en tanto en la siguiente tabla tenemos como se está dando el liderazgo en las mujeres artesanas.

Tabla 10

Dimensión liderazgo de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle

Indicadores	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Emprendimiento y liderazgo dentro y fuera de la asociación.	1	1,7	11	18,3	16	26,7	18	**30,0**	14	23,3	60	100
Motivación para proponer ideas y mejorar las ventas de artesanía.	1	1,7	3	5,0	17	28,3	20	**33,3**	19	31,7	60	100
Apoyo y aliento a compañeras, para el logro de objetivos y metas.	0	0,0	5	8,3	20	33,3	27	**45,0**	8	13,3	60	100
Capacidad de liderar actividades y resolver problemas de la asociación.	3	5,0	4	6,7	20	33,3	29	**48,3**	4	6,7	60	100
Promedio	1	2.1	6	9.6	18	30.4	24	**30.9**	11	18.8	60	100

Nota. "Elaborado por el equipo de trabajo"

En la tabla 10 referente a la dimensión liderazgo, el 30% de mujeres artesanas mencionaron que casi siempre se consideran mujeres emprendedoras y líderes dentro y fuera de la asociación en tanto que son mujeres que participan en distintos eventos de artesanías y de capacitación donde tienen iniciativas propias para poder organizarse. También el 33,3% de mujeres artesanas indicaron que casi siempre se sienten motivadas para proponer ideas y mejorar sus ventas de artesanía en tanto que el líder de la organización toma en cuenta las opiniones de sus compañeras para tomar decisiones y así con el apoyo de organizaciones sociales puedan incrementar sus ventas y por ende atraer el turismo nacional e internacional.

Así mismo el 45% de mujeres artesanas mencionaron que casi siempre brindan apoyo y aliento a sus compañeras, para lograr los objetivos y metas de la asociación,

considerando que al realizar actividades o algún evento para expender y promocionar sus productos artesanales se organizan por asociaciones y para cumplir con el objetivo en común se brindan apoyo entre compañeras y así brindar un evento de calidad al mercado. Por último, el 48,3% de mujeres artesanas indicaron que casi siempre son capaces de liderar actividades y resolver problemas de su asociación, en tanto que no solo esperan la predisposición del presidente si no que ellas mismas pueden asumir responsabilidades.

Teniendo los resultados descriptivos podemos observar que las mujeres artesanas tienen un promedio de 30.9% de liderazgo estando en un rango de casi siempre con tendencia a veces, el liderazgo es de suma importancia para toda organización, según Barriga (2019) es asumir la dirigencia de un equipo de personas, con la finalidad de tomar decisiones acertadas para el equipo, además es la influencia que se tiene sobre las personas de inspirar y motivar a través de una buena comunicación para el logro de objetivos en común.

Ante ello podemos decir que las mujeres artesanas tienen un liderazgo regular puesto que, a pesar de tener un presidente de sexo masculino, este tiene la capacidad de dirigir puesto que las motiva y apoya, además estas mujeres tienen una visión de emprendimiento e iniciativas propias para participar en las actividades organizadas por su asociación y a las que son invitadas, muestran sus habilidades comunicativas mediante el apoyo al presidente y sus compañeras para cumplir con los objetivos que tienen como asociación, proponiendo ideas para para mejorar las ventas de artesanía y atraer el turismo. Es importante mencionar que estas mujeres reciben capacitaciones constantes de distintas organizaciones sociales para mejorar sus ventas y superarse como personas, teniendo la capacidad de asumir cargos y liderar su asociación.

La toma de decisiones es uno de los componentes también esenciales del empoderamiento puesto que este una mujer debe de tener la capacidad de tomar decisiones y poder del mismo modo poder ejecutarlas, es así que en la siguiente tabla se muestra como es la toma de decisiones de las mujeres artesanas.

Tabla 11

Dimensión toma de decisiones de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle

Indicadores	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Decisión de mi actividad laboral	0	0,0	3	5,0	22	**36,7**	18	30,0	17	28,3	60	100
Inseguridad para asumir un cargo	12	20,0	25	**41,7**	8	13,3	13	21,7	2	3,3	60	100
Decisiones de su bienestar personal por sí misma	5	8,3	1	1,7	26	**43,3**	20	33,3	8	13,3	60	100
Participación activa sobre actividades de asociación	0	0,0	10	16,7	18	30,0	19	**31,7**	13	21,7	60	100
Promedio	4	7.1	10	16.3	19	**30.8**	18	29.2	10	16.7	60	100

Nota. "Elaborado por el equipo de trabajo"

En la tabla 11 referente a la toma de decisiones, el 36,7% de mujeres artesanas mencionaron que a veces la actividad laboral en la que ellas se desenvuelven las decide por sí mismas puesto que tienen en consideración de la opinión que tenga su familia. Así mismo, el 41,7% de mujeres artesanas indicaron que casi nunca se sintieron inseguras para poder asumir algún cargo dentro de su organización en tanto que no siempre tuvieron que consultar con algún otro miembro de su familia.

También, el 43,3% de mujeres artesanas mencionan que a veces toman decisiones sobre su bienestar personal, puesto que estas mujeres toman en cuenta también la opinión de su familia y/o pareja. Por último, el 31,7% de mujeres artesanas indicaron que casi siempre participan activamente en las decisiones sobre las actividades que realizan su asociación, puesto que el mismo presidente no es autoritario y siempre toma en cuenta la opinión y participación de cada socia para que sus actividades se realicen coordinadamente y al final cumplan los objetivos propuestos.

En tanto, de acuerdo a los resultados descriptivos observamos que las mujeres artesanas tienen un promedio de 30,8% de toma de decisiones estando en un rango de a

veces; la toma de decisiones es el proceso de acciones que se tiene para realizar y ejecutar, donde cada problema o situaciones que se presente ya se de manera directa, positiva o negativa afectara al desarrollo de la organización, en tanto las decisiones que se tome no solo es responsabilidad del líder si no del equipo que conforma dicha organización (Losada, 2019). Las mujeres artesanas tienen un proceso de toma de decisión regular, puesto que a pesar de que a veces consultan a su familia sobre su bienestar personal, estas en su asociación siempre aportan para tomar decisiones acertadas, en tanto que si llegan a tomar una mala decisión puede ir en contra del logro de sus objetivos como asociación.

Por último, en relación al empoderamiento se tiene otro componente que es la participación, puesto que toda mujer que ejerce el empoderamiento debe de participar en todos los entornos sociales, ya sea a nivel organizacional o político, en tanto en la siguiente tabla se visualizara en qué nivel se da la participación de las mujeres artesanas.

Tabla 12

Dimensión participación de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle

Indicadores	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Capacidad de asumir cargos en la asociación.	7	11,7	6	10,0	11	18,3	29	**48,3**	7	11,7	60	100
Capacidad para entablar relaciones comerciales.	0	0,0	2	3,3	20	33,3	25	**41,7**	13	21,7	60	100
Capacidad de interactuar y socializar más con la comunidad.	0	0,0	11	18,3	22	36,7	20	**33,3**	7	11,7	60	100
Participación en cursos y talleres en beneficio personal y de la asociación	0	0,0	0	0,0	19	31,7	27	**45,0**	14	23,3	60	100
Promedio	2	2.9	5	7.9	18	30.0	25	**42.1**	10	17.1	60	100

Nota. "Elaborado por el equipo de trabajo"

En la tabla 12 en referencia a la dimensión participación, el 48,3% de mujeres artesanas indicaron que casi siempre se sienten capaces de asumir cargos en su asociación, por la misma capacitación que reciben de organizaciones sociales para su superación personal. También el 41,7% de mujeres artesanas mencionaron que casi siempre se sienten en la capacidad de entablar relaciones comerciales ya sea a nivel local y nacional puesto que constantemente se van capacitando en distintos temas no solo de superación personal si no en temas de comercialización y productividad. Además, que el 33,3% de mujeres artesanas indicaron que casi siempre sienten que están la capacidad de interactuar y socializar más con la comunidad. Todo ello debido a que el 45% de mujeres artesanas al menos participan casi siempre en cursos y talleres que las ayudan a superarse en beneficio de su superación personal y de su asociación.

Acorde a los resultados descriptivos observamos que las mujeres artesanas tienen un promedio de 42.1% de participación estando en un rango de casi siempre con tenencia a veces; considerando que la participación es una estrategia que le posibilita a la persona de auto valorarse, además es la voluntad personal que tiene cada persona de sentirse protagonista social (Tovar, 2008); en tanto hoy en día la participación es vista como una manera de reivindicar el papel de la mujer en la sociedad, puesto que en este proceso se dialogan y comparten distintas experiencias, potenciando sus habilidades y una participación activa en distintos cargos ya sea de barrios o asociaciones (Aguirre, 2018). La participación en las mujeres de dicha asociación es regular en tanto que son mujeres que asumen cargos para el bienestar de su asociación con la finalidad de que sea reconocida, aporten al turismo local y por ende puedan incrementar sus ventas, además participan en cursos y talleres en beneficio de su superación personal y de su asociación, por otro lado, ellas tienen una interacción social en tanto que entablan relaciones comerciales y sociales con la comunidad.

Después de enfocarnos en describir el comportamiento de ambas las dimensiones de ambas variables de estudio que son el uso de las TIC y el empoderamiento en las artesanas del Puerto Muelle de Puno, se presenta una tabla donde nos muestra como es el comportamiento relacional de ambas variables, considerando que el uso de las tecnologías de información y comunicación no solo se ha enfocado en la forma de como

comunicarnos, sino que también ofrecen herramientas para combatir las brechas de genero e impulsar el empoderamiento de las mujeres.

Tabla 13

Uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) y el empoderamiento de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle

Uso de las TIC	Empoderamiento de la mujer						Total	
	Bajo		Regular		Alto			
	N	%	N	%	N	%	N	%
Principiante	2	**3,3**	6	10,0	0	0,0	8	13,3
Intermedio	0	0,0	31	**51,7**	8	13,3	39	65,0
Avanzado	0	0,0	3	5,0	10	16,7	13	21,7
Total	2	3,3	40	66,7	18	30,0	60	100,0

Nota. "Elaborado por el equipo de trabajo"

En la tabla 13 se observa que el 51,7% de mujeres artesanas tienen un nivel intermedio de uso de tecnologías de información y comunicación, a su vez tienen un nivel regular de empoderamiento, considerando que estas mujeres tienen un cierto conocimiento y uso de las tecnologías de información y comunicación en tanto que tienen un manejo de información puesto que navegan y realizan búsquedas relacionadas a su actividad laboral en el internet mediante tecnologías, también las usan para realizar una comunicación digital ya sea participando en reuniones virtuales y relacionándose con otros clientes y proveedores en el mercado digital (redes sociales) donde ofrecen sus productos, del mismo modo usan tecnologías para crear contenidos digitales como imágenes, videos y transmisiones en vivo que realizan sobre su actividad laboral para promocionar e incrementar sus ventas artesanales, así mismo las tecnologías y aplicativos que usan están acordes a sus necesidades en tanto que solo hacen uso de los celulares y redes sociales como el WhatsApp y Facebook. Todo este contexto ha favorecido en las mujeres artesanas fortalecer sus habilidades, conocimiento, tener un acceso a los recursos tecnológicos y por ende mejorar su empoderamiento teniendo confianza en sí misma, pueda liderar actividades, tenga participación activa y autonomía en la toma de decisiones.

Las TIC son aquellas herramientas que facilitan el manejo de información, su organización y las distintas maneras de comunicarse, así mismo nos ayudaran a solucionar nuestros problemas específicos de acuerdo a como le demos uso (Fernando et al., 2005), en tanto las TIC en relación al empoderamiento de la mujer, implica fortalecer habilidades, conocimientos, acceso y uso de estas permitiendo incrementar su participación, confianza en sí misma y toma de decisiones mediante los medios y recursos de tecnologías de información y comunicación (Del Prete et al., 2013). Es por ello que para que una mujer se empodere, necesita tener el acceso a recursos tecnológicos, materiales, humanos y sociales, además de tener la habilidad de saber usarlas para tomar decisiones en su vida (Singh, 2018).

Por otro lado, el 3,3% de mujeres artesana tienen un nivel principiante de uso de tecnologías de información y comunicación, a su vez tienen un nivel de empoderamiento bajo, teniendo en cuenta que este grupo de mujeres artesanas no tienen acceso a las TIC y sienten temor de hacer uso de dichas tecnologías puesto que tienen la idea de que el conocer y manejar las TIC es para gente joven, ello genera que estas mujeres no tengan confianza en sí mismas y por ende su empoderamiento es limitado, como menciona Bennett (2018) el escaso empoderamiento atrasara el desarrollo y el escaso progreso y desarrollo de habilidades limita el empoderamiento, es por ello que la autoconfianza es un factor importante del empoderamiento puesto que les permitirá definir y conseguir sus metas que poseen dentro de sí mismas.

En tanto decimos que mientras exista en las mujeres artesanas un mayor uso de tecnologías de información, su empoderamiento será mayor, considerando que las mujeres en estudio a partir de las capacitaciones recibidas por diferentes organizaciones sociales en temas de uso de TIC pudieron fortalecer sus habilidades y conocimientos, por ende tener más seguridad, confianza en sí mismas para la toma de decisiones y tener una participación activa, además que les permitió innovar sus productos y la manera de comercializarlas a partir de medios digitales; al respecto García et al. (2022) en su investigación corroboro la eficacia que se tienen al implementar programas que ayuden a fomentar el empoderamiento desde las TIC, puesto que después de participar en estos talleres se logran un cambio en la percepción que tienen de sí mismas, así como nuevas oportunidades de autonomía y participación activa en distintos entornos sociales. Así

mismo, Del Prete et al. (2013) en su investigación observo que las mujeres que participaron de talleres en TIC, perdieron el miedo y vergüenza al tener en frente los ordenadores puesto que aprendieron usos básicos de estas como el de escribir un e-mail, tener acceso a la información de internet, en tanto a verse capaces de hacer uso de las TIC les ha estimulado a seguir aprendiendo, no alejarse de su entorno social y a reconocer que les puede brindar mejores posibilidades en su vida como la participación social y la toma de decisiones.

Por ello decimos que las tecnologías de información y comunicación generan en las mujeres artesanas más confianza en sí mismas, sintiéndose más capaces de seguir aprendiendo y por ende más empoderadas, en tanto, pueden participar activamente, tomar decisiones personales y apoyar en la toma de decisiones de su asociación.

Prueba de hipótesis general

Formulación de Hipótesis

Ho: El uso de las TIC no se relaciona positiva y significativamente con el empoderamiento de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno.

Ha: El uso de las TIC se relaciona positiva y significativamente con el empoderamiento de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno.

Elección del Nivel de Significación

Por las condiciones del área de estudio: $\alpha = 0,05$ ó 5% de error.

Estadístico de Prueba

El estadístico de prueba a considerar para la prueba de hipótesis es la Correlación de Spearman, puesto que al realizar las pruebas de normalidad se obtuvo que los datos no son normales (anexo 5) en tanto se hará uso del estadístico no paramétrico r de Spearman.

Tabla 14

Prueba de correlación de Spearman entre la variable uso de TIC y empoderamiento de las mujeres

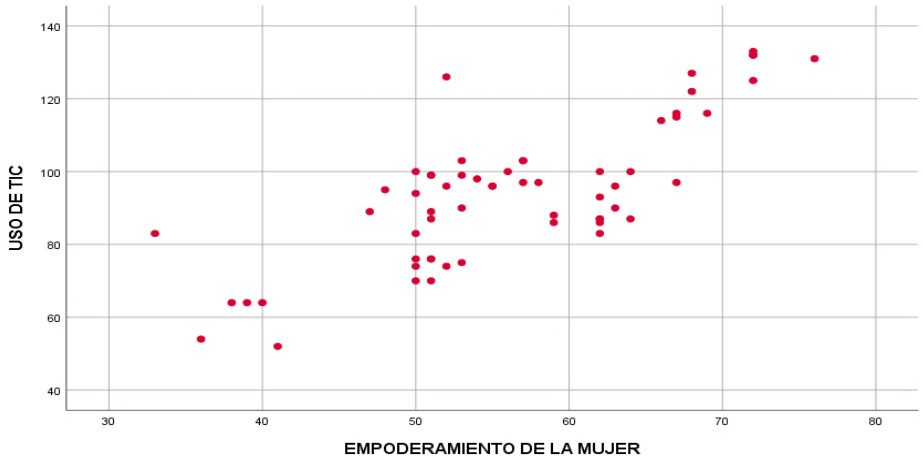
			USO DE LAS TIC	EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES
Rho de Spearman	**USO DE LAS TIC**	Coeficiente de correlación	1,000	0,586**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	60	60
	EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES	Coeficiente de correlación	0,586**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	60	60

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaborado por el equipo de trabajo

Figura 3

Relación entre el uso de las TIC y el empoderamiento de las mujeres artesanas



Nota. Gráfico de dispersión elaborado en base a los puntajes de los cuestionarios de uso de TIC y empoderamiento de la mujer.

Decisión:

En la tabla 14 observamos que entre las variables uso de TIC y empoderamiento de la mujer se tiene un coeficiente de correlación de Rho Spearman de **0.586,** lo que

significa que existe una correlación positiva considerable (tabla 4) entre ambas variables, con un nivel de significancia de p_valor = 0.000 menor al 0.01, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna, en tanto los datos sugieren que el uso de las TIC se relaciona positiva y significativamente con el empoderamiento de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno.

Además de acuerdo a los resultados inferenciales obtenidos y la figura 2, se puede evidenciar que se tiene un modelo lineal ascendente, por lo que decimos que al realizar un mayor uso de las tecnologías de información y comunicación se tendrá un mayor empoderamiento de las mujeres artesanas del Puerto Muelle de Puno.

Uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) y autoestima de las mujeres

El uso de las tecnologías de información y comunicación son herramientas que permitieron crear espacios de interacción social crecimiento, autoaprendizaje y autorrealización fomentando la autonomía y el aumento de su autoestima puesto que potencia las habilidades y capacidades para afrontar nuevos retos en las mujeres.

Tabla 15

Uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) y autoestima de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle

Uso de las TIC	Autoestima						Total	
	Bajo		Regular		Alto			
	N	%	N	%	N	%	N	%
Principiante	3	**5,0**	5	8,3	0	0,0	8	13,3
Intermedio	0	0,0	30	**50,0**	9	15,0	39	65,0
Avanzado	0	0,0	4	6,7	9	15,0	13	21,7
Total	**3**	**5,0**	**39**	**65,0**	**18**	**30,0**	**60**	**100,0**

Nota. "Elaborado por el equipo de trabajo"

En la tabla 15, se observa que el 50% de mujeres artesanas tienen un nivel intermedio de uso de tecnologías de información y comunicación, en tanto podemos indicar que a partir de las capacitaciones y el apoyo que reciben de su familia, fueron

implementando el uso de las tecnologías en su quehacer diario, además, dichas mujeres se sienten capaces de hacer uso de los equipos tecnológicos (celular y computadora) para la búsqueda de información, gestionar sus redes sociales (Facebook y WhatsApp) para comunicarse con su entorno familiar, social y comercial, crean contenido digital como imágenes y videos para compartirlo en redes sociales, teniendo en consideración de las ventajas y desventajas que puede tener el uso de las tecnologías de información y comunicación; todo ello guarda relación con la autoestima regular que tienen las mujeres en estudio en tanto que el uso de tecnologías hicieron que se sientan seguras y tengan confianza consigo mismas y sentirse lo suficientemente capaz de poder participar en todo tipo de actividades y espacios, asimismo pese a no recibir reconocimiento o incentivos por la labor que realizan se plantean metas y retos personales para innovar sus productos y los mecanismos de venta mediante el uso de tecnologías.

Al respecto Maslow indica que la autoestima se da a partir de las necesidades y motivaciones básicas de crecimiento en tanto que es experimentada y capaz de ser rectificada, es decir se puede volver a aprender, teniendo nuevos conocimientos, procesos y costumbres, en tanto la autoestima se adquiere a partir del éxito, confianza, afecto, respeto y de la aceptación que cada uno tiene hacia uno mismo (Ibañez, 2017). Así mismo, es importante considerar que para las mujeres deben de aprender a valorarse y estar seguras de sus propias potencialidades como una condición necesaria para poder tomar decisiones y llevarlas a cabo (Palma, 2020).

Por otro lado, se tiene al 5% de mujeres artesanas que tienen un nivel principiante de uso de tecnologías de información y comunicación a su vez tienen un autoestima bajo, considerando que son mujeres que están en un promedio de edad de 50 a 65 que no tienen instrucción alguna, además que no han hecho uso de tecnologías ya que percibían que estos medios sólo era para uso de personas jóvenes, a esto se suma algunas dificultades ergonómico, mostrando así inseguridad y un bajo autoestima puesto al no poder usar las tecnologías les genera temor y vergüenza, ello dado por la escasa motivación y confianza que tienen en sí mismas. Al respecto Del Prete et al. (2013) en su estudio que realizo con mujeres mayores indica que la inseguridad y la baja autoestima que las mujeres presentan son aspectos que más destacan cuando se enfrentan al usar tecnologías (ordenador),

puesto que consideran que solo es de dominio de las generaciones más jóvenes, en tanto, que solo ven utilizar las herramientas tecnológicas, pero no se atreven a utilizarlas.

En tanto decimos que mientras que las mujeres artesanas tengan un mayor uso de TIC estas aumentaran su nivel de autoestima, caso contrario el escaso uso y conocimiento de TIC provocaran que las mujeres se sientan inseguras y tengan un bajo autoestima; considerando que hoy en día el uso de las TIC en distintos sectores es de suma importancia puesto que se ha convertido en un medio para comunicarse, compartir e intercambiar información y desarrollar un comercio digital, en tanto las mujeres en estudio al recibir capacitaciones para mejorar sus conocimientos en el uso de TIC ayudo a levantar su autoestima como mujer, madre y artesana es decir tienen más confianza en sí mismas en tanto que se sienten en la capacidad de hacer uso de las tecnologías de información y comunicación con la finalidad de poder innovar sus productos y realizar ventas en línea de estas mismas mediante las redes sociales sin el temor de poder equivocarse puesto que no existe límite de edad para aprender mientras esta le sirva para aumentar el autoestima y confianza en sí mismas (Rodríguez, 2007).

Prueba de hipótesis especifica 1

Formulación de Hipótesis

Ho: El uso de las TIC no se relaciona positiva y significativamente con la autoestima de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno.

Ha: El uso de las TIC se relaciona positiva y significativamente con la autoestima de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno.

Nivel de Significancia

Por las condiciones del área de estudio: $\alpha = 0,05$ ó 5% de error.

Estadístico de Prueba

El estadístico de prueba a considerar para la prueba de hipótesis es la Correlación de Spearman, puesto que al realizar las pruebas de normalidad se obtuvo que los datos no son normales (anexo 5) en tanto se hará uso del estadístico no paramétrico r de Spearman.

Tabla 16

Prueba de correlación de Spearman entre la variable uso de TIC y autoestima de las mujeres

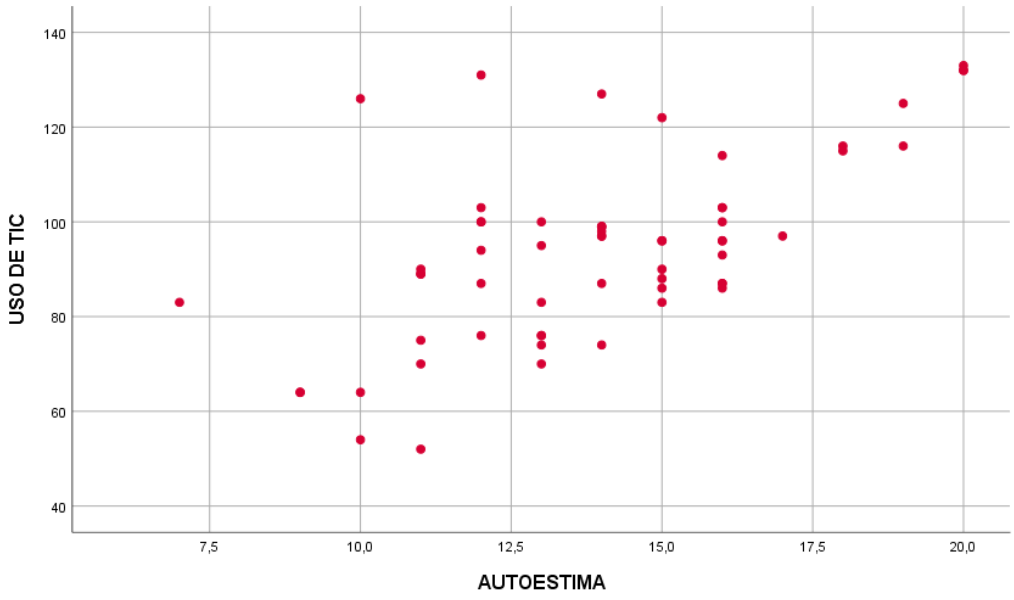
			Uso de las TIC	Autoestima
Rho de Spearman	**Uso de las TIC**	Coeficiente de correlación	1,000	0,553**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	60	60
	Autoestima	Coeficiente de correlación	0,553**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	60	60

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. "Elaborado por el equipo de trabajo"

Figura 4

Relación entre el uso de las TIC y la autoestima de las mujeres artesanas



Nota. Gráfico de dispersión elaborado en base a los puntajes obtenidos por las mujeres artesanas en los cuestionarios de uso de TIC y empoderamiento de la mujer.

Decisión:

En la tabla 16 observamos que entre el uso de TIC y empoderamiento de la mujer se tiene un coeficiente de correlación de Rho Spearman de **0.553,** lo que significa que existe una correlación positiva considerable (tabla 4) entre ambas variables, con un nivel de significancia de p_valor = 0.000 menor al 0.01, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna, en tanto los datos sugieren que el uso de las TIC se relaciona positiva y significativamente con el autoestima de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno.

Además de acuerdo a los resultados inferenciales obtenidos y la figura 3, se puede evidenciar que se tiene un modelo lineal ascendente, por lo que decimos que al realizar un mayor uso de las tecnologías de información y comunicación se tendrá una mayor autoestima en las mujeres artesanas del Puerto Muelle de Puno.

Tabla 17

Correlación de Spearman entre las dimensiones de la variable uso de TIC y autoestima de las mujeres

Rho de Spearman		Manejo de información	Comunicación y colaboración digital	Creación de contenidos digitales	Resolución de problemas
Autoestima	Coeficiente de correlación	**0,646****	0,549**	0,392**	0,643**
	Sig. (bilateral)	0,000	0,000	0,002	0,000
	N	60	60	60	60

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. "Elaborado por el equipo de trabajo"

En la tabla 17 podemos observar los coeficientes de correlación de Spearman según dimensiones de la variable uso de TIC en correlación a la variable empoderamiento en su dimensión autoestima, en la que se puede identificar que la dimensión manejo de información logra establecer mayor correlación positiva considerable y significativa con un Rho = 0.646 y un p_valor = 0.000; además se tiene a la dimensión resolución de problemas que también logra también establecer una correlación con un Rho = 0.643 y un p_valor = 0.000, es decir una correlación positiva considerable y significativa. En tanto

podemos decir mientras que las mujeres artesanas tengan un mayor manejo de información y puedan resolver sus problemas tecnológicos con menor dificultad mediante el uso de TIC son mujeres que tienen un mayor desarrollo de su autoestima.

Uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) y liderazgo de las mujeres

El conocer y hacer uso de las tecnologías de información y comunicación, permite que las personas fortalezcan sus habilidades tecnológicas y por ende se sientan capaces de innovar, emprender, asumir cargos y liderar actividades, en tanto que dichas herramientas tecnológicas son de apoyo para el logro de objetivos.

Tabla 18

Uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) y liderazgo de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle

Uso de las TIC	Liderazgo						Total	
	Bajo		Regular		Alto			
	N	%	N	%	N	%	N	%
Principiante	6	10,0	2	**3,3**	0	0,0	8	13,3
Intermedio	0	0,0	21	**35,0**	18	30,0	39	65,0
Avanzado	0	0,0	3	5,0	10	16,7	13	21,7
Total	6	10,0	26	43,3	28	46,7	60	100,0

Nota. "Elaborado por el equipo de trabajo"

En la tabla 18 se observa que el 35% de mujeres artesanas tuvieron un intermedio uso de tecnologías de información y comunicación, puesto que hacen uso de dichas tecnologías en su quehacer diario ya sea para comunicarse, intercambiar información y crear contenidos digitales teniendo en cuentan los peligros que puede traer al no tener un buen uso de ellas; ello guarda relación con el liderazgo regular que tienen las mujeres en estudio en tanto que a pesar de tener un presidente de sexo masculino este las motiva y apoya a superarse, por lo que en actividades desarrolladas por la asociación tienen iniciativas propias para apoyar a presidente y compañeras, considerando que dentro de su asociación existe el compañerismo y la empatía entre mujeres, además es un espacio

donde ellas pueden superarse, compartir sus problemas y encontrar acciones de solidaridad y alegría.

El liderazgo de la mujer se considera a partir del desenvolvimiento de las propias características que tienen las mujeres basadas en la resistencia y lucha que es su principal fortaleza para ejercer el liderazgo dentro de sus organizaciones (Gandulfo, 2019), además es de suma importancia en su vida organizativa puesto que refleja las necesidades más sentidas de la vida diaria (Reynaga, 1996). Al respecto en su investigación Cabana et al. (2018) concluyo que el liderazgo permitió la transformación personal, desde hablar con facilidad en público, reconocimiento de sus dificultades, hasta el compañerismo entre mujeres.

Por otro lado, el 3,3% de mujeres artesanas tuvieron un principiante uso de tecnologías de información y comunicación y a su vez un liderazgo regular, considerando que estas mujeres a pesar de no hacer uso de las TIC por el mismo echo que no tienen acceso a dichas tecnologías, ellas casi siempre apoyan tanto al presidente y sus compañeras en las actividades que realizan dentro de su asociación y tienen la capacidad de liderar algunas actividades, como menciona Lizarzaburu (2018) el rol de liderazgo no necesariamente la asumen mujeres capacitadas, puesto que muchas de ellas están al frente de sus hogares y es por ello que han aprendido a asumir un liderazgo implícito para guiar a su familia, la cual también las muestra como líderes potenciales.

En tanto, podemos indicar que las mujeres mientras realicen un mayor uso de tecnologías de información y comunicación, su liderazgo será mayor, en tanto que las mujeres al tener conocimientos y uso de dichas tecnologías, ha creado en ellas poder confiar en sí mismas. Así mismo, es importante considerar que las mujeres que participaron en capacitaciones y/o talleres son las que tienen mayor liderazgo puesto que tienen la oportunidad de ser entrenadas para desarrollar sus habilidades y competencias con la finalidad de mejorar la calidad de sus productos y con ello tener mejores canales de comercialización mediante tecnologías de información y comunicación.

Es así que, al tener las mujeres mayores conexiones sociales mediante redes sociales digitales y no digitales, serán reconocidas y apreciadas por la labor que realizan, a ello sumado el apoyo de la familia; serán capaces de desarrollar un buen trabajo

productivo respecto a sus ventas con el apoyo de las tecnologías y más aún se sentirán predispuestas para desempeñar el rol de liderazgo dentro de su asociación y distintos espacios públicos.

Prueba de hipótesis especifica 2

Formulación de Hipótesis

Ho: El uso de las TIC no se relaciona positiva y significativamente con el liderazgo de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno.

Ha: El uso de las TIC se relaciona positiva y significativamente con el liderazgo de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno.

Elección del Nivel de Significación

Por las condiciones del área de estudio: $\alpha = 0,05$ ó 5% de error.

Estadístico de Prueba

El estadístico de prueba a considerar para la prueba de hipótesis es la Correlación de Spearman, puesto que al realizar las pruebas de normalidad se obtuvo que los datos no son normales (anexo 5) en tanto se hará uso del estadístico no paramétrico r de Spearman.

Tabla 19

Prueba de correlación de Spearman entre la variable uso de TIC y liderazgo de las mujeres

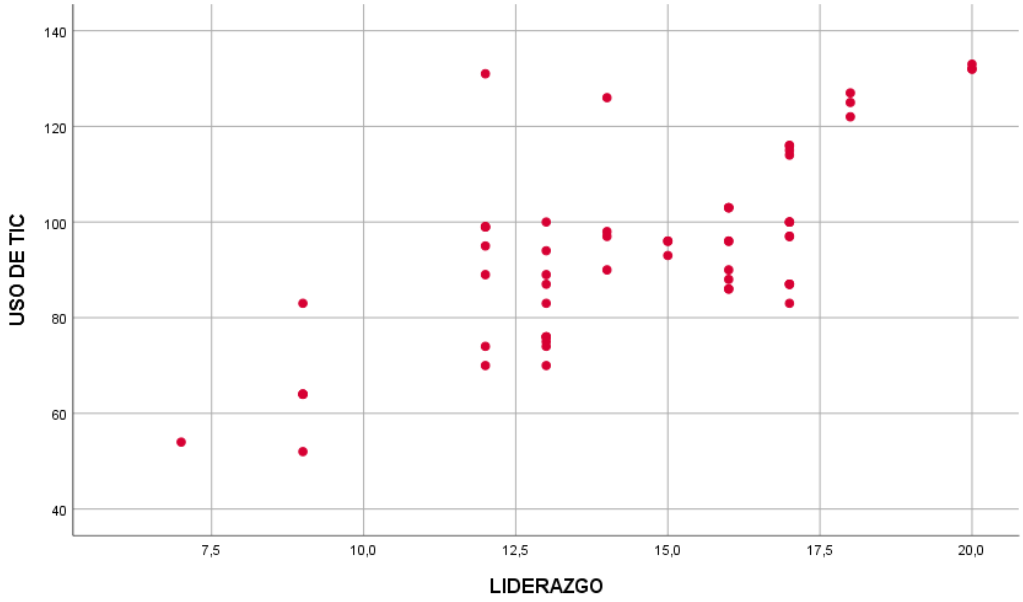
			Uso de las TIC	Liderazgo
Rho de Spearman	**Uso de las Tic**	Coeficiente de correlación	1,000	0,556**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	60	60
	Liderazgo	Coeficiente de correlación	0,556**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	60	60

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. "Elaborado por el equipo de trabajo"

Figura 5

Relación entre el uso de las TIC y el liderazgo de las mujeres artesanas



Nota. Gráfico de dispersión elaborado en base a los puntajes obtenidos por las mujeres artesanas en los cuestionarios de uso de TIC y empoderamiento de la mujer.

Decisión:

En la tabla 19 observamos que entre las variables uso de TIC y empoderamiento de la mujer se tiene un coeficiente de correlación de Rho Spearman de **0.556,** lo que significa que existe una correlación positiva considerable (tabla 4) entre ambas variables, con un nivel de significancia de p_valor = 0.000 menor al 0.01, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna, en tanto los datos sugieren que el uso de las TIC se relaciona positiva y significativamente con el liderazgo de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno.

Además de acuerdo a los resultados inferenciales obtenidos y la figura 4, se puede evidenciar que se tiene un modelo lineal ascendente, por lo que decimos que al realizar un mayor uso de las tecnologías de información y comunicación se tendrá un mayor liderazgo en las mujeres artesanas del Puerto Muelle de Puno.

Tabla 20

Correlación de Spearman entre las dimensiones de la variable uso de TIC y liderazgo de las mujeres

Rho de Spearman		Manejo de información	Comunicación y colaboración digital	Creación de contenidos digitales	Resolución de problemas
Liderazgo	Coeficiente de correlación	0,630**	0,601**	0,573**	0,650**
	Sig. (bilateral)	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	60	60	60	60

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. "Elaborado por el equipo de trabajo"

En la tabla 20 podemos observar los coeficientes de correlación de Spearman según dimensiones de la variable uso de TIC en correlación a la variable empoderamiento en su dimensión liderazgo, en la que se puede identificar que la dimensión resolución de problemas logra establecer mayor correlación positiva considerable y significativa con un Rho = 0.650 y un p_valor = 0.000; además se tiene a la dimensión manejo de información que también logra también establecer una correlación considerable positiva y significativa con un Rho = 0.630 y un p_valor = 0.000. En tanto podemos decir mientras que las mujeres artesanas puedan resolver sus problemas tecnológicos con menor dificultad y tengan un mayor manejo de información mediante el uso de TIC son mujeres que tienen un mayor desarrollo de liderazgo.

Uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) y toma de decisiones de las mujeres

El uso de tecnología de información y comunicación, permiten en las mujeres incrementar su confianza en sí misma puesto que al obtener habilidades y conocimiento sobre estas, están en la capacidad aprender y hacer uso de estas para innovar, además permite a las mujeres el aumento de su poder, expresión y por ende su participación en la toma de decisiones, ya sea en lo familiar y social.

Tabla 21

Uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) y toma de decisiones de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle

Uso de las TIC	Toma de decisiones						Total	
	Bajo		Regular		Alto			
	N	%	N	%	N	%	N	%
Principiante	3	**5,0**	5	8,3	0	0,0	8	13,3
Intermedio	0	0,0	34	**56,7**	5	8,3	39	65,0
Avanzado	0	0,0	8	13,3	5	8,3	13	21,7
Total	3	5,0	47	78,3	10	16,7	60	100,0

Nota. "Elaborado por el equipo de trabajo"

En la tabla 21 se observa que el 56,7% de mujeres artesanas tuvieron un intermedio uso de tecnologías de información y comunicación, cabe mencionar que dichas mujeres tienen conocimiento y hacen uso de dichas tecnologías en su quehacer diario, puesto que se comunican mediante los medios digitales, buscan información en internet, crean y comparten información (imágenes, videos) mediante redes sociales, es decir desarrollando funciones que le permitan desenvolverse al menos en su entorno laboral y social, ello dado por las capacitaciones y talleres que fueron recibiendo con la finalidad de mejorar sus habilidades y conocimientos, por ende, mejorar e innovar nuevos métodos de comercialización mediante los medios digitales y/o tecnológicos; todo ello guarda relación con la toma de decisiones regular que tienen, en tanto que las mujeres artesanas tienen más seguridad y poder de decisión para participar activamente en las decisiones sobre las actividades que se realizan en su asociación, además, toman en cuentan la opinión de su familia para poder asumir cargos en beneficio de su bienestar personal.

Según Losada (2019) la toma de decisiones es el proceso de acciones que se tiene para realizar y ejecutar, donde cada problema o situaciones que se presente ya se de manera directa, positiva o negativa afectara al desarrollo de una organización, en tanto, la toma de decisiones en las mujeres como indica Lizarzaburu (2018) va ir relacionada por la estima que tenga de sí misma, de sus experiencias, conocimientos previos,

percepción y el nivel de emotividad que tenga, al respecto Del Prete et al. (2013) menciona que el uso de las TIC implicara el mejoramiento de habilidades, conocimiento y acceso a los medios y recursos tecnológicos que le permitan a las mujeres el aumento de su poder, expresión y por ende su participación en la toma de decisiones, ya sea en lo familiar y social.

Por otro lado, se tiene al 5% de mujeres artesanas que tienen un principiante uso de tecnologías de información y comunicación, a su vez su toma de decisiones es regular, considerando que este grupo de mujeres aún tienen el temor de acceder a los medios digitales y tecnologías, puesto que piensan que el uso y conocimiento de ellas es solo para personas jóvenes, pero a pesar de ello no pierden las ganas de querer aprender; es así que el temor ha sido una desventaja en este grupo de mujeres en tanto que no sienten confianza en sí mismas para poder tomar decisiones por sí mismas y participar de manera activa en ellas dentro de su asociación. Al respecto Glave (2014) en su estudio determino que mientras que la mujer participe en capacitaciones y talleres que fortalezcan sus conocimientos y habilidades, tienen una mayor probabilidad de que participe en la toma de decisiones y más aún si la mujer tiene un mayor nivel de educación su poder de decisión también será mayor.

En tanto, decimos que mientras que las mujeres artesanas hagan un mayor uso de tecnologías de información y comunicación, tendrán una mayor toma de decisiones, como menciona en su investigación Del Prete et al. (2013) el uso de las TIC en las mujeres ha incitado a seguir aprendiendo, puesto que no se alejan de su medio social y les ha brindado nuevas posibilidades en sus vidas, como el intercambio de información, la participación social y sobre todo la toma de decisiones. Es así que al tener mujeres artesanas que usen y tengan conocimiento sobre tecnologías de información y comunicación estas tendrán nuevos espacios de socialización digital que a partir de toma de decisiones acertadas y oportunas les permita entablar relaciones comerciales a nivel nacional e internacional, del mismo modo innovar sus productos e implementar el comercio electrónico mediante redes sociales y páginas web que les permita incrementar sus ventas a nivel individual y de su asociación logrando así sus objetivos como tal.

Prueba de hipótesis especifica 3

Formulación de Hipótesis

Ho: El uso de las TIC no se relaciona positiva y significativamente con la toma de decisiones de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno.

Ha: El uso de las TIC se relaciona positiva y significativamente con la toma de decisiones de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno.

Elección del Nivel de Significación

Por las condiciones del área de estudio: $\alpha = 0,05$ ó 5% de error.

Estadístico de Prueba

El estadístico de prueba a considerar para la prueba de hipótesis es la Correlación de Spearman, puesto que al realizar las pruebas de normalidad se obtuvo que los datos no son normales (anexo 5) en tanto se hará uso del estadístico no paramétrico r de Spearman.

Tabla 22

Prueba de correlación de Spearman entre la variable uso de TIC y toma de decisiones de las mujeres

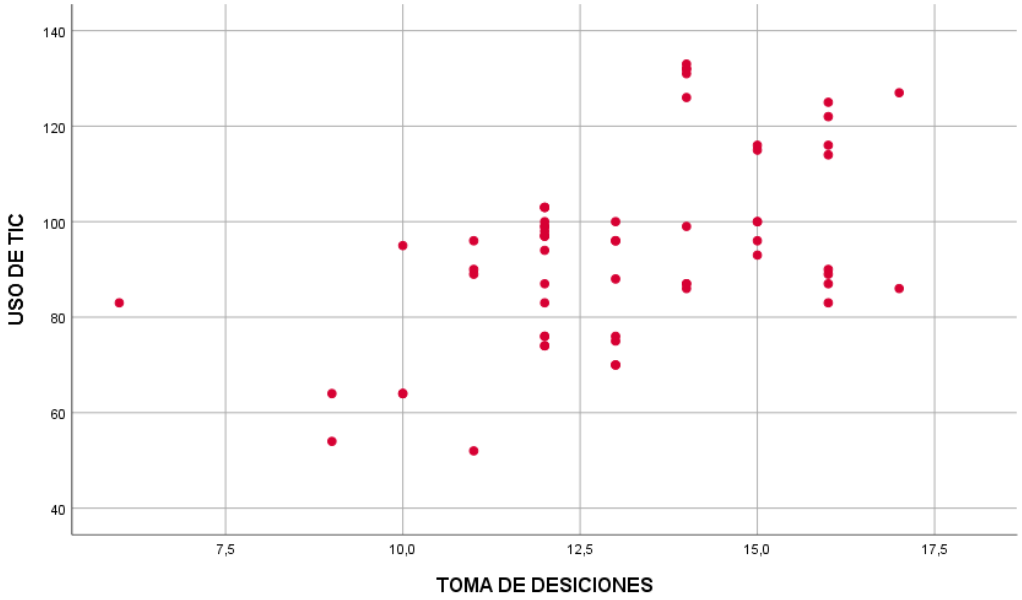
			Uso de las TIC	Toma de decisiones
Rho de Spearman	**Uso de las TIC**	Coeficiente de correlación	1,000	,453**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	60	60
	Toma de decisiones	Coeficiente de correlación	,453**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. "Elaborado por el equipo de trabajo"

Figura 6

Relación entre el uso de las TIC y toma de decisiones de las mujeres artesanas



Nota. Gráfico de dispersión elaborado en base a los puntajes obtenidos por las mujeres artesanas en los cuestionarios de uso de TIC y empoderamiento de la mujer.

Decisión:

En la tabla 22 observamos que entre el uso de TIC y empoderamiento de la mujer se tiene un coeficiente de correlación de Rho Spearman de **0.453,** lo que significa que existe una correlación positiva media (tabla 4) entre ambas variables, con un nivel de significancia de p_valor = 0.000 menor al 0.01, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna, en tanto los datos sugieren que el uso de las TIC se relaciona positiva y significativamente con la toma de decisiones de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno.

Además de acuerdo a los resultados inferenciales obtenidos y la figura 5, se puede evidenciar que se tiene un modelo lineal ascendente, por lo que decimos que al realizar un mayor uso de las tecnologías de información y comunicación se tendrá una mayor toma de decisiones de las mujeres artesanas del Puerto Muelle de Puno.

Tabla 23

Correlación de Spearman entre las dimensiones de la variable uso de TIC y toma de decisiones de las mujeres

Rho de Spearman		Manejo de información	Comunicación y colaboración digital	Creación de contenidos digitales	Resolución de problemas
Toma de decisiones	Coeficiente de correlación	0,522**	0,495**	0,628**	0,552**
	Sig. (bilateral)	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	60	60	60	60

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. "Elaborado por el equipo de trabajo"

En la tabla 23 podemos observar los coeficientes de correlación de Spearman según dimensiones de la variable uso de TIC en correlación a la variable empoderamiento en su dimensión toma de decisiones, en la que se puede identificar que la dimensión creación de contenidos digitales logra establecer mayor correlación positiva considerable y significativa con un Rho = 0.628 y un p_valor = 0.000. En tanto podemos decir mientras que las mujeres artesanas tengan mayor creación de contenidos digitales mediante el uso de TIC estas podrán tomar mejores decisiones.

Uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) y participación de las mujeres

El uso de las tecnologías de información y comunicación facilita en las mujeres tener un abanico de nuevas posibilidades, como la participación en actividades y reuniones mediante entornos virtuales, origina el aumento de la libre expresión, además de ayuda a entablar relaciones sociales y familiares en tiempo real.

Tabla 24

Uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) y participación de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle

Uso de las Tic	Participación						Total	
	Bajo		Regular		Alto			
	N	%	N	%	N	%	N	%
Principiante	1	**1,7**	7	11,7	0	0,0	8	13,3
Intermedio	0	0,0	26	**43,3**	13	21,7	39	65,0
Avanzado	0	0,0	2	3,3	11	18,3	13	21,7
Total	1	1,7	35	58,3	24	40,0	60	100,0

Nota. "Elaborado por el equipo de trabajo"

En la tabla 24, se observa el 43,3% de mujeres artesanas tienen un intermedio uso de tecnologías de información y comunicación, a su vez tienen una participación regular, como ya se mencionó anteriormente estas mujeres tienen un cierto manejo de dichas tecnologías puesto que las han ido implementando en su quehacer diario ya sea comunicándose con su entorno social, familiar y comercial, participar en reuniones virtuales ya sea con su asociaciones u otras organizaciones con la finalidad de innovar y promocionar sus productos, compartiendo información y creando contenido digital referida a su actividad laboral para compartirla por medio de las redes sociales, ello ha permito que las mujeres se sientan más activas y sean participes de diferentes actividades organizadas por su asociación y otras organizaciones con la finalidad de innovar e incrementar sus ventas. Al respecto estudios como Del Prete et al. (2013) confirman que las tecnologías de información y comunicación implica mejorar las habilidades, tener un mejor conocimiento y por ende tener acceso a medios y recursos TIC que permitan el incremento de su poder, participación de las mujeres en distintos entornos.

La participación es una estrategia que le posibilita a la persona de auto valorarse, además es la voluntad personal que tiene cada persona de sentirse un protagonista social (Tovar, 2008); en tanto hoy en día la participación es vista como una manera de reivindicar el papel de la mujer en la sociedad, puesto que en este proceso se dialogan y comparten distintas experiencias, potenciando sus habilidades y una participación activa

en distintos cargos ya sea de barrios o asociaciones (Aguirre, 2018). Así mismo, la participación de la mujer permitirá el involucramiento en el desarrollo social integral y tendrán igualdad de oportunidades con respecto a los varones (Cabana et al., 2018). En tanto Cáceres y Ramos (2017) en su investigación indican que la participación activa de las mujeres en la gestión de su actividad laboral, les ha permitido gestionar capacitaciones, talleres y la participación en ferias locales.

Por otro lado, se observa el 1,7% de mujeres artesanas que tienen un principiante uso de tecnologías de información y comunicación, a su vez una baja participación, considerando que este grupo de mujeres no tienen confianza en sí mismas, puesto que tienen el temor de equivocarse al hacer uso de las tecnologías, afectando así en su participación activa en actividades programadas por su asociación otras organizaciones en tanto que no se atreven a asumir cargos y tienen dificultades para entablar relaciones comerciales y sociales.

En tanto decimos que mientras en las mujeres exista un mayor uso de tecnologías de información y comunicación estas se sentirán seguras de sí mismas y tendrán una mayor participación en eventos y actividades que les ayuda a entablar relaciones sociales y comerciales; al respecto Bermúdez y Roca (2019) indican que la participación de las mujeres a través del acceso a capacitaciones les ha permitido el desarrollo individual y colectivo. Las mujeres artesanas en estudio a partir de las capacitaciones y talleres que recibieron les han permitido confiar en sí mismas, adquirir habilidades y conocimientos que las ayudaron a superarse como personas, así mismo el uso de las tecnologías les ayudado a relacionarse de manera digital con su medio social y comercial, además, les permitió tener una participación más activa estando al tanto a sus actividades mediante de los medios digitales (redes sociales).

Prueba de hipótesis especifica 4

Formulación de Hipótesis

Ho: El uso de las TIC no se relaciona positiva y significativamente con la participación de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno.

Ha: El uso de las TIC se relaciona positiva y significativamente con la participación de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno.

Elección del Nivel de Significación

Por las condiciones del área de estudio: $\alpha = 0,05$ ó 5% de error.

Estadístico de Prueba

El estadístico de prueba a considerar para la prueba de hipótesis es la Correlación de Spearman, puesto que al realizar las pruebas de normalidad se obtuvo que los datos no son normales (anexo 5) en tanto se hará uso del estadístico no paramétrico r de Spearman.

Tabla 25

Prueba de correlación de Spearman entre la variable uso de TIC y participación de las mujeres

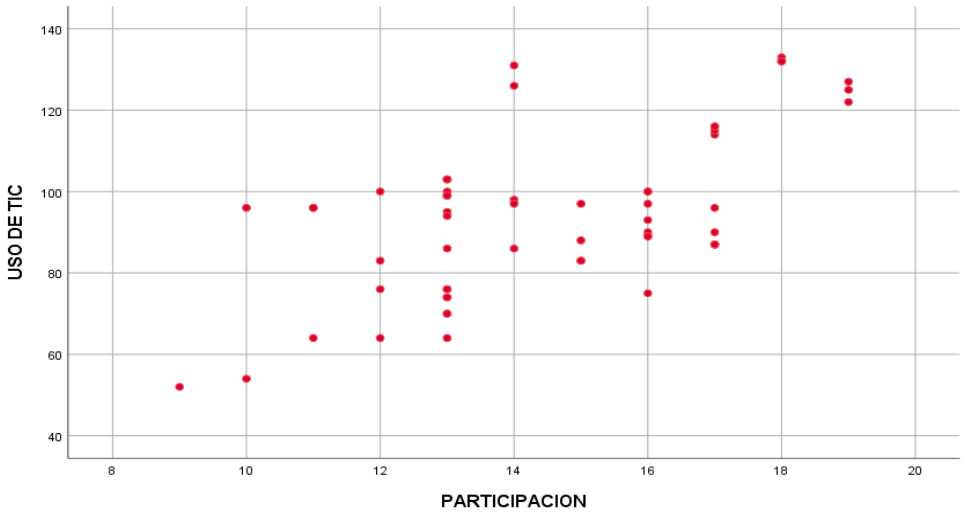
			Uso de las TIC	Participación
Rho de Spearman	**Uso de las TIC**	Coeficiente de correlación	1,000	0,547**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	60	60
	Participación	Coeficiente de correlación	0,547**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	60	60

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. "Elaborado por el equipo de trabajo"

Figura 7

Relación entre el uso de las TIC y participación de las mujeres artesanas



Nota. Gráfico de dispersión elaborado en base a los puntajes obtenidos por las mujeres artesanas en los cuestionarios de uso de TIC y empoderamiento de la mujer.

Decisión:

En la tabla 25 observamos que entre el uso de TIC y empoderamiento de la mujer se tiene un coeficiente de correlación de Rho Spearman de **0.547,** lo que significa que existe una correlación positiva considerable (tabla 4) entre ambas variables, con un nivel de significancia de p_valor = 0.000 menor al 0.01, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna, en tanto los datos sugieren que el uso de las TIC se relaciona positiva y significativamente con la participación de las mujeres de la asociación unificada de artesanos del Puerto Muelle de Puno.

Además de acuerdo a los resultados inferenciales obtenidos y la figura 6, se puede evidenciar que se tiene un modelo lineal ascendente, por lo que decimos que al realizar un mayor uso de las tecnologías de información y comunicación se tendrá una mayor participación de las mujeres artesanas del Puerto Muelle de Puno.

Tabla 26

Correlación de Spearman entre las dimensiones de la variable uso de TIC y participación de las mujeres

Rho de Spearman		Manejo de información	Comunicación y colaboración digital	Creación de contenidos digitales	Resolución de problemas
Participación	Coeficiente de correlación	0,445**	0,608**	0,344**	0,655**
	Sig. (bilateral)	0,000	0,000	0,007	0,000
	N	60	60	60	60

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. "Elaborado por el equipo de trabajo"

En la tabla 26 podemos observar los coeficientes de correlación de Spearman según dimensiones de la variable uso de TIC en correlación a la variable empoderamiento en su dimensión participación, en la que se puede identificar que la dimensión resolución de problemas logra establecer mayor correlación positiva considerable y significativa con un Rho = 0.655 y un p_valor = 0.000; además se tiene a la dimensión comunicación y colaboración digital que también logra también establecer una correlación considerable positiva y muy significativa con un Rho = 0.608 y un p_valor = 0.000. En tanto podemos decir mientras que las mujeres artesanas puedan resolver sus problemas tecnológicos con menor dificultad y tengan una mayor comunicación y colaboración digital mediante el uso de TIC estas tendrán una mayor participación.

Discusión

Relación entre el Uso de las TIC y el Empoderamiento de las Mujeres Artesanas del Puerto Muelle, Puno

La presente investigación tuvo como propósito determinar la relación existente entre el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) y el empoderamiento de las mujeres integrantes de la Asociación Unificada de Artesanos del Puerto Muelle de Puno en el año 2022. A través de un análisis riguroso y detallado, se pudo constatar que las TIC representan un catalizador significativo para el desarrollo de

capacidades, habilidades y la mejora del nivel de empoderamiento en este grupo de mujeres.

Los resultados muestran una correlación positiva considerable entre el uso de las TIC y el empoderamiento general, con un coeficiente de Rho Spearman de 0.586 y un nivel de significancia estadística de p_valor = 0.000 < 0.01. Esto implica que un mayor nivel de dominio y acceso a estas tecnologías está asociado a un incremento en el empoderamiento de las mujeres artesanas. Sin embargo, este impacto varía dependiendo del nivel de uso: aquellas con competencias intermedias muestran un empoderamiento regular, mientras que quienes tienen un nivel principiante experimentan un empoderamiento bajo, limitado por barreras como la falta de acceso, formación y confianza en el uso de herramientas tecnológicas.

Estudios previos respaldan estos hallazgos. Del Prete et al. (2013) concluyeron que las TIC permiten fortalecer habilidades, ampliar el acceso a recursos y promover la participación activa en procesos sociales y económicos. Singh (2018), por su parte, resalta que el empoderamiento requiere no solo acceso a recursos tecnológicos, materiales y sociales, sino también habilidades para utilizarlos estratégicamente en la toma de decisiones. En contraste, Bennett (2018) advierte que la falta de empoderamiento y de desarrollo de habilidades puede perpetuar las desigualdades, subrayando la autoconfianza como un elemento clave para que las mujeres puedan definir y alcanzar sus metas.

Relación entre el Uso de las TIC y la Autoestima

En relación al primer objetivo específico, los resultados revelan que el uso de las TIC se correlaciona positivamente con la autoestima de las mujeres de la asociación, con un coeficiente de Rho Spearman de 0.553 y un p_valor = 0.000 < 0.01. Este hallazgo sugiere que el manejo intermedio de las TIC contribuye a una autoestima regular, donde las mujeres experimentan mayor seguridad y confianza en sus conocimientos y habilidades al interactuar con estas tecnologías.

La autoestima, como componente esencial del empoderamiento, se ve fortalecida cuando las mujeres perciben que tienen las capacidades necesarias para enfrentar desafíos tecnológicos. Palma (2020) señala que el aprendizaje para valorar sus propias potencialidades es una condición previa para que las mujeres puedan tomar decisiones

efectivas. De manera complementaria, Rodríguez (2007) destaca que la confianza en sí mismas permite a las mujeres superar el temor al error, incentivándolas a explorar y dominar las TIC independientemente de su edad o experiencia previa. Este fortalecimiento de la autoestima no solo las beneficia a nivel individual, sino que también impacta positivamente en su integración y participación dentro de su comunidad.

Relación entre el Uso de las TIC y el Liderazgo

Respecto al segundo objetivo, el liderazgo de las mujeres artesanas muestra una relación positiva y significativa con el uso de las TIC, con un coeficiente de Rho Spearman de 0.556 y un p_valor = 0.000 < 0.01. Esto indica que las mujeres con un manejo intermedio de herramientas digitales desarrollan un liderazgo regular, evidenciado en su capacidad para asumir roles activos, generar empatía y fomentar espacios de colaboración dentro de su asociación.

El liderazgo fomentado por el uso de las TIC no solo implica una mejora en la organización interna, sino también una transformación personal. Cabana et al. (2018) identificaron que las mujeres que participan en talleres de capacitación tienen mayores probabilidades de asumir roles de liderazgo, ya que estas experiencias les permiten fortalecer sus habilidades y competencias, lo que a su vez impacta positivamente en la calidad de sus productos y su comercialización. Este liderazgo se traduce en una mayor capacidad para representar a su grupo en eventos y ferias, gestionar recursos y contribuir al desarrollo colectivo de su comunidad.

Relación entre el Uso de las TIC y la Toma de Decisiones

El tercer objetivo específico reveló que el uso de las TIC también se correlaciona significativamente con la toma de decisiones de las mujeres artesanas, con un coeficiente de Rho Spearman de 0.453 y un p_valor = 0.000 < 0.01. Este vínculo destaca que el acceso y manejo de herramientas digitales otorgan a las mujeres mayor seguridad y capacidad para participar activamente en las decisiones de su asociación.

Del Prete et al. (2013) evidencian que las TIC facilitan el acceso a información y recursos que incrementan el poder y la capacidad de expresión de las mujeres, fortaleciendo su participación tanto en el ámbito familiar como en el social. Además,

Glave (2014) señala que la participación en talleres y capacitaciones que refuercen sus conocimientos y habilidades aumenta la probabilidad de que las mujeres tomen decisiones informadas y acertadas. Este desarrollo es aún más evidente en mujeres con mayor nivel educativo, quienes suelen mostrar un mayor nivel de confianza en sus capacidades decisorias.

Relación entre el Uso de las TIC y la Participación

Finalmente, el cuarto objetivo específico establece una relación positiva significativa entre el uso de las TIC y la participación de las mujeres en su entorno social y comercial, con un coeficiente de Rho Spearman de 0.547 y un p_valor = 0.000 < 0.01. Este hallazgo muestra que el manejo intermedio de TIC permite a las mujeres involucrarse de manera más activa en actividades colectivas, fortaleciendo su presencia en espacios tanto físicos como digitales.

El uso de herramientas como WhatsApp y Facebook ha facilitado la comunicación entre las integrantes de la asociación, promoviendo la coordinación y el acceso a oportunidades como ferias locales, capacitaciones y talleres. Cabana et al. (2018) sostienen que la participación activa de las mujeres en estos espacios no solo refuerza su integración social, sino que también contribuye a la igualdad de oportunidades con respecto a los varones. Asimismo, Cáceres y Ramos (2017) concluyen que esta participación fomenta el desarrollo individual y colectivo, permitiendo a las mujeres mejorar su calidad de vida y la de sus comunidades a través de su actividad laboral y social.

Reflexión Final

En conjunto, la investigación reafirma que el uso de las TIC es un factor determinante en el proceso de empoderamiento de las mujeres artesanas de la Asociación Unificada de Artesanos del Puerto Muelle de Puno. Las TIC no solo fortalecen la autoestima, el liderazgo, la toma de decisiones y la participación, sino que también actúan como herramientas para superar barreras históricas y sociales que han limitado el desarrollo pleno de las mujeres.

Sin embargo, el impacto positivo de las TIC depende en gran medida del nivel de acceso, formación y apoyo brindado a las mujeres. Por ello, es esencial promover iniciativas que combinen la capacitación técnica con el desarrollo de habilidades personales y organizativas, asegurando que estas herramientas tecnológicas sean utilizadas de manera efectiva y sostenible en beneficio de su desarrollo individual y colectivo. Este enfoque integral permitirá que las mujeres artesanas no solo fortalezcan su autonomía, sino que también se conviertan en líderes activas en la transformación de sus comunidades.

CONCLUSIONES

Primero

El uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) se establece como un componente esencial que influye de manera positiva y significativa en el empoderamiento de las mujeres de la Asociación Unificada de Artesanos del Puerto Muelle, Puno. El análisis estadístico evidencia una correlación positiva considerable, con un coeficiente de Rho Spearman de 0.586 y un nivel de significancia de p_valor = 0.000 < 0.01. Este hallazgo sugiere que el manejo de las TIC, incluso en niveles intermedios, tiene un impacto directo y relevante en el desarrollo de las capacidades individuales y colectivas de estas mujeres.

La dimensión de liderazgo, como parte integral del empoderamiento, presenta la mayor correlación positiva (Rho Spearman = 0.556, p_valor = 0.000). Esto resalta cómo las TIC pueden ser utilizadas para fomentar un liderazgo participativo, donde las mujeres artesanas no solo fortalecen sus habilidades organizativas, sino que también adquieren la confianza necesaria para desempeñar roles activos en su comunidad.

Sin embargo, el impacto del uso de las TIC está mediado por el nivel de competencias digitales. Las mujeres con un manejo principiante de estas herramientas tienden a desarrollar un empoderamiento bajo, limitado por la falta de confianza y acceso a recursos tecnológicos. Por el contrario, aquellas con habilidades intermedias logran un empoderamiento regular, caracterizado por una mayor autonomía en la toma de decisiones y una participación más activa en las actividades de la asociación. Este contraste evidencia la importancia de promover la alfabetización digital como un medio para reducir las brechas de empoderamiento y potenciar el impacto transformador de las TIC.

Segundo:

La relación entre el uso de las TIC y la autoestima de las mujeres artesanas es significativa y positiva, con una correlación considerable (Rho Spearman = 0.553, p_valor = 0.000 < 0.01). Este vínculo refleja que las TIC no solo son herramientas

técnicas, sino también agentes de cambio psicológico y emocional. A través de su interacción con estas tecnologías, las mujeres adquieren una mayor seguridad en sus conocimientos y habilidades, lo que repercute directamente en su percepción de valor personal y confianza en sus capacidades.

Las artesanas que poseen un nivel intermedio de manejo de TIC experimentan una autoestima moderada, influida por la sensación de logro que surge al dominar herramientas que les permiten acceder a nuevos mercados, comunicarse de manera efectiva y gestionar sus actividades comerciales. Este desarrollo de autoestima está relacionado con la percepción de que las TIC son un puente hacia oportunidades antes inaccesibles, lo que refuerza su confianza para enfrentar desafíos tanto en el ámbito profesional como personal.

No obstante, este impacto positivo se ve limitado en aquellas mujeres con competencias digitales más básicas, quienes pueden sentirse abrumadas por las barreras tecnológicas y carecer de los recursos necesarios para superar estas limitaciones. Por ello, resulta esencial no solo proporcionar acceso a las TIC, sino también diseñar programas educativos que incluyan componentes de desarrollo personal, ayudando a las mujeres a reconocer y valorar su potencial en un entorno digital.

Tercero:

El liderazgo, entendido como la capacidad de influir y dirigir a un grupo hacia objetivos comunes, también está estrechamente vinculado al uso de las TIC en la Asociación Unificada de Artesanos del Puerto Muelle. La correlación positiva considerable (Rho Spearman = 0.556, p_valor = 0.000 < 0.01) indica que las mujeres con habilidades digitales intermedias desarrollan un liderazgo moderado, caracterizado por una mayor disposición a asumir responsabilidades y coordinar actividades dentro de su comunidad.

El impacto de las TIC en el liderazgo no se limita a las habilidades técnicas, sino que también abarca aspectos como la iniciativa propia y la empatía. Las plataformas digitales, como WhatsApp y Facebook, han permitido a las mujeres organizarse de manera más eficiente, promoviendo el compañerismo y facilitando la comunicación en tiempo real. Esto no solo mejora la gestión de sus actividades, sino que también fomenta

un ambiente colaborativo donde las integrantes se sienten apoyadas y motivadas para contribuir al éxito colectivo.

Sin embargo, es fundamental reconocer que el liderazgo no surge de manera espontánea, sino que requiere un entorno que fomente la participación activa y el desarrollo de habilidades organizativas. Por ello, se recomienda la implementación de talleres que combinen el uso de TIC con técnicas de liderazgo y trabajo en equipo, asegurando que las mujeres no solo adopten roles de liderazgo, sino que también los ejerzan de manera efectiva y sostenible.

Cuarto:

La toma de decisiones, una de las capacidades esenciales del empoderamiento, muestra una correlación positiva significativa con el uso de TIC (Rho Spearman = 0.453, p_valor = 0.000 < 0.01). Este hallazgo subraya que las mujeres artesanas que han alcanzado un nivel intermedio de competencias digitales desarrollan una capacidad moderada para tomar decisiones fundamentadas y oportunas, tanto en el ámbito personal como organizacional.

El acceso a información relevante a través de herramientas digitales permite a las mujeres evaluar opciones de manera más precisa, incrementando su confianza al participar en decisiones clave para la asociación. Además, la capacidad de comunicarse con otros miembros y acceder a mercados externos mediante las TIC refuerza su posición dentro de los procesos de toma de decisiones, otorgándoles una voz más activa y visible.

Para maximizar este impacto, es crucial diseñar estrategias que combinen la formación técnica con el desarrollo de habilidades críticas y analíticas. De este modo, las mujeres podrán utilizar las TIC no solo como medios de comunicación, sino también como herramientas para generar conocimiento y mejorar la calidad de sus decisiones.

Quinto:

Finalmente, la participación de las mujeres en actividades sociales y comerciales también está relacionada de manera significativa con el uso de TIC, con una correlación considerable (Rho Spearman = 0.547, p_valor = 0.000 < 0.01). Las plataformas digitales, especialmente WhatsApp y Facebook, han sido identificadas como herramientas clave

para fomentar una participación más activa y conectada en la asociación y en su entorno social.

El uso intermedio de TIC permite a las mujeres estar mejor informadas sobre las actividades de la asociación, coordinar sus responsabilidades y ampliar sus redes de contacto. Esto no solo mejora su capacidad para contribuir al éxito colectivo, sino que también les permite explorar nuevas oportunidades de colaboración y comercialización. Sin embargo, el impacto positivo de las TIC está limitado por factores como la brecha digital y la falta de acceso a infraestructura tecnológica en algunas áreas.

Para superar estas limitaciones, es esencial implementar políticas públicas que garanticen el acceso equitativo a las TIC y promuevan programas de capacitación inclusivos, adaptados a las necesidades específicas de las mujeres artesanas.

El uso de las Tecnologías de Información y Comunicación emerge como un elemento transformador en el empoderamiento de las mujeres artesanas de la Asociación Unificada de Artesanos del Puerto Muelle, Puno. Las TIC han demostrado un impacto positivo en dimensiones clave como la autoestima, el liderazgo, la toma de decisiones y la participación, aunque su efecto está condicionado por el nivel de competencias digitales de las usuarias.

Este análisis revela que el potencial de las TIC trasciende el ámbito técnico, actuando como un catalizador para el cambio social, económico y cultural. Sin embargo, para maximizar este impacto, es necesario implementar estrategias integrales que combinen el acceso a infraestructura tecnológica con programas de capacitación que refuercen tanto las habilidades técnicas como el desarrollo personal y organizativo.

De esta manera, las TIC no solo se convierten en herramientas para el empoderamiento individual, sino también en mecanismos para fortalecer la cohesión comunitaria, promover la equidad de género y contribuir al desarrollo sostenible de las comunidades artesanales en contextos locales y globales.

RECOMENDACIONES

Primero:

A los Gobiernos Regionales y Locales del departamento de Puno se les recomienda priorizar el diseño e implementación de políticas públicas que garanticen el acceso a tecnologías de información y comunicación (TIC) e internet en las zonas rurales y urbanas. Estas políticas deben enfocarse en proporcionar infraestructura adecuada que permita a las asociaciones de artesanos acceder a plataformas digitales para promocionar y comercializar sus productos tanto a nivel local como internacional.

Adicionalmente, es esencial promover talleres de capacitación que se centren en el desarrollo de habilidades tecnológicas y digitales, adaptados a las necesidades específicas del sector artesanal. Estos talleres deben cubrir áreas como el uso de redes sociales, creación de páginas web, diseño gráfico básico y estrategias de marketing digital, con el objetivo de fortalecer no solo la autonomía de las artesanas, sino también su capacidad para interactuar con mercados globales y locales desde entornos digitales. Asimismo, estas iniciativas deben ser acompañadas de campañas de sensibilización sobre la importancia del empoderamiento femenino como motor de desarrollo social y económico.

Segundo:

A las organizaciones sociales que trabajan en el ámbito de la artesanía, como Manuela Ramos, DIRCETUR y otras, se les recomienda ampliar y diversificar sus programas de capacitación enfocados en el proceso integral de empoderamiento de la mujer. Estos programas deben incluir temas esenciales como autoestima, liderazgo, toma de decisiones y participación activa, no solo desde una perspectiva técnica, sino también emocional y psicológica, para generar confianza en las mujeres frente a los retos que plantea el uso de las TIC.

Además, se sugiere el desarrollo de metodologías interactivas y participativas en estas capacitaciones, incluyendo simulaciones, estudios de caso y talleres prácticos que permitan a las mujeres enfrentar escenarios reales relacionados con la tecnología y la

comunicación. Estas intervenciones no solo deben fomentar habilidades técnicas, sino también ayudar a las participantes a desarrollar resiliencia y adaptabilidad frente a los cambios tecnológicos y sociales, fortaleciendo su capacidad para liderar e innovar dentro de sus asociaciones.

Tercero:

A la Universidad Nacional del Altiplano de Puno, en especial a los programas de Ciencias Sociales e Ingenierías, se les recomienda implementar proyectos de investigación y desarrollo enfocados en beneficiar al sector artesanal. Estos proyectos deben abordar áreas como tecnologías de información y comunicación, marketing digital, autoestima, liderazgo, participación y toma de decisiones, priorizando a las mujeres artesanas como el grupo más relevante para impulsar el turismo y la economía local.

Se sugiere que estos proyectos sean diseñados como iniciativas interdisciplinarias, combinando conocimientos técnicos y sociales, y que incluyan componentes prácticos, como la creación de aplicaciones móviles, plataformas digitales de comercialización o cursos en línea accesibles. Asimismo, se recomienda establecer alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas para garantizar la sostenibilidad de estas iniciativas y maximizar su alcance e impacto. La universidad, como agente de cambio social, debe posicionarse como un catalizador en la transformación de las mujeres artesanas en líderes activas y empoderadas de su comunidad.

Cuarto:

A las mujeres artesanas se les recomienda aplicar los conocimientos y habilidades adquiridos en los talleres brindados por el proyecto del Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (CONCYTEC): *"Impacto de las TICs en el sector textil y confecciones: la reincorporación de las mujeres artesanas en la reactivación económica en la región de Puno: 2020-2021"*. Estas capacitaciones, enfocadas en tecnologías de información y marketing digital, representan una oportunidad invaluable para fortalecer su confianza, habilidades técnicas y seguridad personal.

Es importante que las mujeres integren estas herramientas en sus actividades diarias, utilizando estrategias digitales para promocionar y vender sus productos,

gestionar sus asociaciones y tomar decisiones informadas. Asimismo, se les alienta a asumir cargos de liderazgo dentro de sus asociaciones, con el objetivo de participar activamente en la toma de decisiones y ejercer su influencia en el desarrollo y sostenibilidad de las actividades productivas. Este proceso no solo fortalecerá su empoderamiento individual, sino que también contribuirá al crecimiento colectivo de su comunidad.

Quinto:

A los investigadores interesados en el tema del empoderamiento femenino y las TIC, se les recomienda desarrollar instrumentos de medición específicos que permitan evaluar el nivel de empoderamiento de las mujeres artesanas desde una perspectiva tecnológica. Estos instrumentos deben ser diseñados para identificar áreas clave de mejora en competencias digitales, autoestima, liderazgo, toma de decisiones y participación activa, facilitando la detección de mujeres que se encuentran en niveles bajos de empoderamiento.

Con base en los resultados de estas mediciones, se deben diseñar talleres y programas personalizados que integren ambas dimensiones: el fortalecimiento de las competencias en TIC y el desarrollo de habilidades para el empoderamiento personal y colectivo. Asimismo, se recomienda que estos instrumentos sean validados y aplicados en diversos contextos, permitiendo generar datos comparativos que puedan orientar políticas públicas y programas de intervención en el sector artesanal.

La implementación de estas recomendaciones requiere un enfoque colaborativo entre gobiernos, instituciones educativas, organizaciones sociales y las propias mujeres artesanas. Este enfoque debe estar orientado no solo a cerrar la brecha digital, sino también a crear un ecosistema que fomente el desarrollo sostenible de las comunidades artesanales a través del empoderamiento femenino y la integración efectiva de las TIC.

El fortalecimiento de capacidades técnicas y personales no solo tiene el potencial de transformar la vida de las mujeres artesanas, sino también de posicionar a la región de Puno como un ejemplo de cómo la tradición y la modernidad pueden coexistir y potenciarse mutuamente en un mundo globalizado.

BIBLIOGRAFÍA

Acosta, B., Zambrano, S., y Suárez, M. (2017). Emprendimiento femenino y ruralidad en Boyacá, Colombia. *Criterio Libre*, *15*(26), 215-236. https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2017v15n26.1048

Aguirre, S. (2018). *Participación de la Mujer y Presupuesto Participativo basado en resultados en el Distrito de San Juan de Lurigancho – 2017* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. https://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/20.500.14067/1904

Barreto, M., García, A., y Hernández, R. (2013). *Control y transgresión. El uso, apropiación e impacto de las TIC por las mujeres rurales jóvenes en el Perú* (Nuevas Trenzas). IEP Ediciones. http://repositorio.iep.org.pe/handle/IEP/840

Barriga, G. (2019). *Liderazgo inspiracional en la toma de decisiones* [Tesis de Maestría, Universidad Militar Nueva Granada]. http://hdl.handle.net/10654/35236

Becerra, Z. (2019). *Propuesta para el empoderamiento de la mujer peruana en venta por catálogo Leonisa - 2019* [Tesis de Maestría, Universidad Cesar Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/29998

Bennett, J. (2018). *El Club de la Lucha Feminista: Manual de supervivencia en el trabajo para mujeres*. CONECTA.

Bermúdez, E., y Roca, B. (2019). Participación de mujeres en el movimiento sindical. Análisis desde la perspectiva de los recursos de poder. *Sociología del Trabajo*, *95*, 53-72. https://doi.org/10.5209/stra.66435

Bolaños, G. (2019). *Empoderamiento femenino de las trabajadoras obreras de la unidad de residuos sólidos municipalidad provincial de Huaura – Huacho, 2019* [Tesis de Maestría, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. https://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/20.500.14067/3265

Buenrostro, E., y Hernández, M. (2019). La incorporación de las TIC en las empresas. Factores de la brecha digital en las Mipymes de Aguascalientes. *Economía teoría*

y práctica, *27*(50), 101-124. https://doi.org/10.24275/ETYPUAM/NE/502019/BUENROSTRO

Cabana, M., Rodríguez, M., y Ubilluz, R. (2018). *Proceso de empoderamiento de mujeres líderes de Asociaciones de Desplazados en Ayacucho* [Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. http://hdl.handle.net/20.500.12404/14232

Cabero, J., y Martínez, F. (1995). *Nuevos canales de comunicación en la enseñanza*. Centro de Estudios Ramón Areces.

Cáceres, R., y Ramos, L. (2017). *Emprendimiento laboral y empoderamiento de mujeres artesanas de la asociación de tejedoras - "Tejidos Huaycán"* [Tesis de Maestría, Universidad Nacional del Centro del Perú]. http://hdl.handle.net/20.500.12894/3410

Calderon, J., y Gomez, R. (2020). *Impacto del comercio electrónico en los artesanos de la ciudad de Puno 2019* [Tesis de Maestría, Universidad Nacional del Altiplano]. http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/13617

Camarena, J. (2016). La organización como sistema: el modelo organizacional contemporáneo. *Oikos Polis, Revista latinoamericana de Ciencias Económicas y Sociales*, *1*(1), 135-174. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2415-22502016000100005

Campuzano, J. G., y Muñoz, A. D. (2019). *Importancia de las TIC para el desarrollo de la educación en Colombia* [Tesis de Maestría, Universidad Nacional Abierta y a Distancia]. https://repository.unad.edu.co/handle/10596/27206

Carrasco, S. (2006). *Metodología de la Investigación Científica*. San Marcos.

Cebreiro, B. (2007). Las nuevas tecnologías como instrumentos didácticos. McGraw-Hill USA.

CEPAL. (2021). *Informe Especial COVID-19 No 9: La autonomía económica de las mujeres en la recuperación sostenible y con igualdad*. https://hdl.handle.net/11362/46633

Charlier, S., y Caubergs, L. (2007). *El proceso de empoderamiento de las mujeres. Guía metodológica*. Comisión de Mujeres y Desarrollo. https://dhls.hegoa.ehu.eus/courses/4668

Chiavenato, I. (2019). Introducción a la teoría general de la administración: Una visión integral de la moderna administración de las organizaciones. En *McGraw-Hill* (10ma ed.). McGraw-Hill.

Chugden, M., y Warthon, L. (2019). *Tecnologías de información y comunicación en la competitividad de las mypes de la Asociación de Exportadores del Emporio de Gamarra, 2019* [Tesis de Maestría, Universidad Cesar Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/40587

Cruz, E. (2018). Importancia del manejo de competencias tecnológicas en las prácticas docentes de la Universidad Nacional Experimental de la Seguridad (UNES). *Revista Educación*, 196-218. https://doi.org/10.15517/REVEDU.V43I1.27120

Da Costa, L., y Sulzbach, M. (2016). Empoderamiento y desarrollo de capacidades para las mujeres del "Artesanía Estación" en la ciudad de Antonina – Paraná – Brasil. *Extensão em Foco, 11*. https://doi.org/10.5380/EF.V0I11.43105

De Leon, P. (2018). *Liderazgo y empoderamiento (Estudio realizado con colaboradores del Área de Ventas de la Empresa Decorabaños S.A. Quetzaltenango)* [Tesis de Maestría, Universidad Rafael Landívar]. https://clasev.com/pluginfile.php/21092/mod_resource/content/1/DeLeon-Pablo.pdf

Del Prete, A., Gisbert, M., y Camacho, M. D. M. (2013). Las TIC como herramienta de empoderamiento para el colectivo de mujeres mayores. El caso de la Comarca del Montsiá (Cataluña). *Pixel-Bit Revista de Medios y Educación, 43*, 37-50. https://doi.org/10.12795/PIXELBIT.2013.I43.03

Donayre, A. (2021). *El comercio electrónico y su impacto en el crecimiento de la economía nacional 2013-2017* [Tesis de Maestría, Universidad de San Martín de Porres]. https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/9775

Falla, U. (2009). Reflexiones sobre la investigación social y el Trabajo Social. *Tabula Rasa*, *10*, 309-325. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39612022011

Fernandez, C., Baptisa, M., y Hernández, S. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). McGraw-Hill. https://www.uncuyo.edu.ar/ices/libro-metodologia-de-la-investigacion-6ta-edicion

Fernández, I., y Bribiesca, G. (2019, octubre 9). Aceptación de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) por artesanos del estado de Tlaxcala, México. *Congreso Internacional de contaduría, administración e informática*. https://ade.edugem.gob.mx/handle/acervodigitaledu/30625

Fernando, J., López, J., Saravia, M., y Wolf, P. (2005). *Desarrollo rural y tecnologías de información y comunicación.* Intermediate Technology Development Group (ITDG). https://www.fao.org/family-farming/detail/es/c/359551/

Ferrari, A. (2012). Digital Competence in practice: An analysis of frameworks. En *Joint Research Centre of the European Commission.* Publications Office of the European Union. https://doi.org/10.2791/82116

Forstner, K. (2013). La artesanía como estrategia de desarrollo rural: El caso de los grupos. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, *10*(72). https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6484733

Friedmann, J. (1994). Empowerment, The Politics of Alternative Development. *Capital & Class*, *18*(2), 142-144. https://doi.org/10.1177/030981689405300115

Gandulfo, D. (2019). *Roles de género y desplazamiento interno en Colombia* [Tesis de pregrado, Universidad del Salvador]. https://racimo.usal.edu.ar/id/eprint/6684

García, V., Cruz, E., y Mejía, C. (2022). Factores que impulsan e inhiben el empoderamiento femenino: una revisión de literatura. *Revista Reflexiones*, *101*(1), 1-19. https://doi.org/10.15517/RR.V101I1.43649

Gilbert, E. (2019). *Ciudad de mujeres*. House Grupo.

Giordano, R., y Páez, A. C. (2019). *Matilda y las mujeres en ingeniería en América Latina.* UFASTA. https://laccei.org/LACCEI_uploads/matilda2019.pdf

Glave, C. (2014). *Cambios en el empoderamiento de la mujer: el caso de las beneficiarias del Programa Juntos en el Perú, 2014* [Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. http://hdl.handle.net/20.500.12404/8032

Grant, R. (2014). *Dirección estratégica: conceptos, técnicas y aplicaciones* (8va ed.). Civitas. https://bibcatalogo.uca.es/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=896439

Hernández, R., Solis, A., y Cortez, J. (2020). La aceptación tecnológica en los artesanos textiles de la Costa Chica de Guerrero, México. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, *4*(2), 1675-1686. https://doi.org/10.37811/CL_RCM.V4I2.187

Ibañez, H. (2017). *Competencias digitales y su relación con la autoestima de los docentes de educación primaria de la I. E. Carlos Uceda Meza de Trujillo, 2017* [Tesis de Maestría, Universidad Cesar Vallejo]. https://hdl.handle.net/20.500.12692/39027

Instituto de la Mujer. (2008). *Mujeres y nuevas tecnologías de la información y la comunicación*. Instituto de la Mujer (Ministerio de Igualdad). www.migualdad.es/mujer

Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado. (2017). Creative Commons Attribution. https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoescuela/cdd/

Koontz, H., Weihrich, H., y Cannice, M. (2012). *Administración, una perspectiva global y empresarial* (14va ed.). McGraw-Hill Education. http://www.mhhe.com/uni/koontzapge14e

Larico, L. (2017). *Empoderamiento y autonomía de las mujeres insertadas al ámbito laboral del parque industrial de Salcedo – Puno* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Altiplano]. https://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/7664

León, M., Schuler, M., Riger, S., Stromquist, N., Young, K., Kabeer, N., Wieringa, S. E., Batliwala, S., y Rowlands, J. (1997). *Poder y empoderamiento de las mujeres* (1ra ed., Vol. 11). Tercer Mundo. https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/57028

Lizarzaburu, L. I. (2018). *Empoderamiento de mujeres en estado de vulnerabilidad, con y sin participación en un programa social, provenientes de asentamientos humanos del distrito de Chorrillos, año 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Inca Garcilaso de la Vega]. http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/3059

López, R. (2019). *Uso estratégico de las Tics para mejora de la competitividad de las empresas grandes y medianas del Perú* [Tesis de doctorado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. https://hdl.handle.net/20.500.12672/10145

Losada, E. H. (2019). *¿Qué importancia tiene la toma de decisiones para el desarrollo empresarial?* [Tesis de Maestría, Universidad Militar Nueva Granada]. http://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/21373

Madrid, C. (2020). *Liderazgo empresarial y empoderamiento de la mujer artesana en Sullana, Piura.* [Tesis de Maestría, Universidad Cesar Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/51675

ONU Mujeres. (2011). *Principios para el empoderamiento de las mujeres. La igualdad es buen negocio.* UNIFEM. https://mexico.unwomen.org/es/digiteca/publicaciones/2011/7/principios-para-empoderamiento

Ordoñez, L., y Cerrón, N. (2015). TICs como herramientas de empoderamiento de las mujeres. *Portal Educativo de las Américas, 2*. https://recursos.educoas.org/publicaciones/tics-como-herramientas-de-empoderamiento-de-las-mujeres

Pablo, S. (2016). *El uso de las TICS en la gestión empresarial* [Tesis de pregrado, Universidad de Valladolid]. https://uvadoc.uva.es/handle/10324/23407

Pablos, C., López-Hermoso, J., Romo, S., y Medina, S. (2019). *Organización y transformación de los sistemas de información en la empresa* (4ta ed.). Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing, ESIC. https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=931136

Palma, L. (2020). Hablemos de feminismos: Apuntes con visión latinoamericana. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, *XXVI* (52). https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31664009011

Palomar, P. (2015). *Autonomía e iniciativa personal en Educación Primaria* [Tesis de pregrado, Universidad de Granada]. https://digibug.ugr.es/handle/10481/36240

Pérez, A. (2018). La inserción de las Tecnologías de Información y Comunicación para la eficiencia de la comercialización de artesanías en Tonalá, Jalisco, México. *Administración y Organizaciones*, *19*(36), 35-52. https://rayo.xoc.uam.mx/index.php/Rayo/article/view/42

Pérez, J., y Gardey, A. (2008). *Liderazgo como influencia*. https://mbruni17.wixsite.com/liderazgo/copia-de-bitacora

Reynaga, G. (1996). *Cambios en las relaciones familiares campesinas a partir de la violencia política y el nuevo rol de la mujer*. IEP Ediciones Horacio Urte. http://repositorio.iep.org.pe/handle/IEP/825

Rodríguez, R. (2007). Personas mayores y aprendizaje a lo largo de la vida de las tecnologías de la información y la comunicación. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (30), 41-48. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36803004

Sabino, R. (2018). *Empoderamiento de la mujer en las organizaciones sociales de base del primer nivel de los clubes de madres y comedores populares – distrito de Villa el Salvador* [Tesis de Maestría, Universidad Inca Garcilaso de la Vega]. http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/3280

Santini, S., y Ghezan, G. (2018). Uso y resignificación de las TIC por parte de las artesanas de manos La Madrid. *XIX Jornadas Nacionales de Extension Rural y*

XI del Mercosur. Lujan de Cuyo, Mendoza, del 19 al 21 de setiembre de 2018. https://repositorio.inta.gob.ar/handle/20.500.12123/4175

Satornicio, M. (2022). *Plan comunicacional de contenido digital para mejorar el posicionamiento de una empresa en la red social Facebook 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. En *Repositorio Institucional - USS*. http://repositorio.uss.edu.pe//handle/20.500.12802/10209

Singh, M. K. (2018). Gender and women empowerment approaches: Interventions through PRIs and CSOs in Northern India. *Women's Studies International Forum, 71*, 63-67. https://doi.org/10.1016/J.WSIF.2018.10.002

Stromquist, N. (2008). Women's Empowerment and Education. *European Journal of Education, 50*, 307-324. https://doi.org/10.1111/ejed.12137

Tamayo, M. (2012). *El Proceso de la Investigación Científica* (5ta ed.). Limusa. https://doi.org/978-968-24-3912-4

Tovar, F. C. (2008). *Participación y empoderamiento de las mujeres estudio de caso: Escuela de Dirigencia Comunitaria del programa de educación para la participación y convivencia ciudadanas -EDUPAR* [Tesis de Maestría, Universidad del Valle Santiago de Cali]. https://hdl.handle.net/10893/25182

Tulla, A., Pallarés, M., y Vera, A. (2018). Emprendimiento e innovación de las mujeres: hacia una mayor sostenibilidad en las áreas rurales de montaña. *Cuadernos Geográficos, 57*(3), 36-57. https://doi.org/10.30827/CUADGEO.V57I3.5770

Villalva, J. (2021). *Factores de éxito del proyecto de desarrollo de productos artesanales competitivos que, a través del fortalecimiento de capacidades, promovieron el empoderamiento de la mujer artesana Shipibo Konibo. El caso del asentamiento urbano Cantagallo, distrito del Rímac, Lima* [Tesis de Maestría, Universidad Pontificia Universidad Católica del Perú]. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio//handle/20.500.12404/19670

Villareal, B. (2011). *Guía Popular de Autoestima y Empoderamiento de Mujeres como Lideresas* (1ra ed.). Comunicaciones INREDH. https://www.udocz.com/apuntes/435772/empoderamiento-mujeres-lideresas

Zhou, M., y Reddy, N. (2015). Empowering rural women: An investment for the future. *Annals of Global Health*, *81*(1), 180. https://doi.org/10.1016/J.AOGH.2015.02.911