

# Empoderamiento digital en mujeres emprendedoras de las islas de los uros del Lago Titicaca, Puno – Perú

## *Digital empowerment in women entrepreneurs on the uros islands of Lake Titicaca, Puno – Peru*

**Indira Gómez-Arteta**

Universidad Nacional del Altiplano de Puno - Perú  
igomez@unap.edu.pe

Recibido 11 septiembre, 2023; Aceptado 20 de octubre 2023

---

### RESUMEN

Durante los tres últimos años, el mundo ha vivido una crisis sanitaria que ha obligado a todos los sistemas a reformular su funcionamiento con la incorporación de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) y asumir el reto de la digitalización. En este contexto, el estudio tuvo como objetivo explorar el empoderamiento digital que ha logrado un grupo de mujeres emprendedoras en las islas flotantes de los Uros, ubicadas en el lago Titicaca de Puno (Perú). Para recoger información, correspondiente a este primer reporte, se utilizó un cuestionario, aplicado a las 200 integrantes de la asociación de artesanas “Qot Tika” Flor del Lago. Se consideraron tres dimensiones de análisis: identificación de los recursos tecnológicos que utilizan, la forma en que aprendieron a usarlos y la utilidad que tienen en su vida empresarial. Los resultados muestran que las mujeres emprendedoras de las islas de los Uros han iniciado con fuerza el proceso del empoderamiento digital, utilizando redes sociales como WhatsApp y Facebook para concretar sus canales de comunicación y difusión de productos; además, usan el correo electrónico y algunos medios de pago electrónicos; así mismo, se resalta que ese manejo digital es producto de su auto y coaprendizaje, respondiendo a la necesidad de comunicación que surgió en el periodo de confinamiento por la pandemia; finalmente, ellas destacan la utilidad de estas herramientas digitales en el desarrollo de su labor emprendedora y muestran su predisposición a seguir aprendiendo hasta lograr un mayor empoderamiento digital, que les permita contactar a todo el mundo para ofrecer sus productos artesanales.

*Palabras clave:* empoderamiento digital, tecnología, equidad de género.

### ABSTRACT

During the last three years, the world has experienced a health crisis that has forced all systems to reformulate their operation with the incorporation of Information and Communication Technologies (ICT) and assume the challenge of digitization. In this context, the study aimed to explore the digital empowerment achieved by a group of women entrepreneurs on the floating islands of the Uros, located on Lake Titicaca in Puno (Peru). To collect information, corresponding to this first report, a questionnaire was used, applied to the 200 members of the “Qot Tika” Flor del Lago artisans association. Three dimensions of analysis were considered: identification of the technological resources they use, the way in which they learned to use them and the utility they have in their business life. The results show that the women entrepreneurs of the Uros islands have strongly initiated the process of digital empowerment, using social networks such as WhatsApp and Facebook to specify their communication channels and product dissemination; In addition, they use email and some electronic means of payment; Likewise, it is highlighted that this digital management is the product of his self and co-learning, responding to the need for communication that arose in the period of confinement due to the pandemic; finally, they highlight the usefulness of these

digital tools in the development of their entrepreneurial work and show their willingness to continue learning until they achieve greater digital empowerment, which allows them to contact the whole world to offer their artisan products.

*Keywords:* digital empowerment, technology, gender equality.

## INTRODUCCIÓN

La aparición del COVID 19 generó que todos los países del mundo adoptaran medidas para frenar su propagación. Así, se establecieron medidas basadas en el confinamiento y aislamiento social, cerrando fronteras y paralizando todo tipo de actividades económicas, sociales, educativas y otras. “El Perú fue uno de los primeros países de la región en adoptar todas estas medidas y se arriesgó a paralizar actividades importantes para la economía, como lo es el turismo” (El Comercio, 2010). Esta situación tuvo efectos económicos a corto plazo, los cuales se sintieron a pequeña y gran escala; perjudicando, principalmente, a pequeños empresarios y grupos de emprendedores de zonas rurales, quienes solo vivían del turismo y las actividades artesanales. Es el caso de la asociación de artesanas “Qot Tika” Flor del Lago, de las Islas de Los Uros del lago Titicaca de Puno – Perú, quienes aportaban económicamente a sus familias vendiendo productos artesanales que ellas mismas fabricaban, considerando que “para muchas comunidades, particularmente aquellas que se encuentran en zonas montañosas remotas, el turismo es una oportunidad para generar beneficios económicos, sociales y ambientales” (Gil et al., 2019, p. 1).

Ante esta difícil situación, se asumió el reto de adoptar nuevas formas de vida: educación virtual, acceso a información digital, servicios de salud a distancia, comunicación a través de redes sociales, pagos electrónicos, etc.; integrando la cultura digital a nuestras vidas y transformando todos los espacios sociales para percibir de manera diferente el mundo, las distancias y las formas de vida (Jiménez-Pitre et al., 2017).

A través de la historia, la cultura digital ha evolucionado con temporalidades diferentes entre los países y dentro de ellos (Casillas y Ramírez, 2021). El Perú es un país caracterizado por desigualdades en varios aspectos y la cultura digital no es una excepción; siendo algunos rasgos que generan desigualdades: el acceso a internet, el área geográfica, la posesión de tecnologías de información y comunicación (TIC), entre otras (Gómez-Arteta y Escobar-Mamani, 2021).

“La nueva cultura digital comprende el conjunto de referentes, técnicas, prácticas, actitudes, modos de pensamiento, representaciones sociales y valores que se desarrollan en torno a Internet, al ciberespacio y al uso masivo de las computadoras” (Casillas y Ramírez, 2021, p. 28), además de otros dispositivos digitales, como los *smarthphones*. En este contexto, las tecnologías de información y comunicación (TIC) asumen un rol preponderante como mecanismos para mantener interrelacionadas a las personas y al tanto de lo que sucede en el mundo, demostrándose su efecto trascendental y positivo a largo plazo (Kumar, 2014).

Este nuevo panorama fue asumido de diversas formas por las personas, según sus recursos y posibilidades, teniendo que adaptarse y asumir la cultura digital para poder continuar con sus actividades cotidianas. La mejor forma de adaptarse fue a través del empoderamiento digital, para conocer y utilizar pertinentemente recursos tecnológicos en beneficio propio y de la sociedad, ya que en este período la población buscó la forma de generar ingresos utilizando las redes sociales, que brindan a las mujeres emprendedoras la oportunidad de conectarse con otros empresarios, mentores y clientes potenciales en todo el mundo, como Facebook, Instagram, Twitter y WhatsApp, teniendo como actores principales a las mujeres emprendedoras (Delfín et al., 2022).

El empoderamiento es considerado como un proceso de transformación individual que le permite a cada persona adquirir control de su vida y tomar decisiones para concretar sus propios objetivos (Martínez y Caridad, 2019). Según la RAE (Real Academia Española), empoderar es “conceder poder a un colectivo desfavorecido

socioeconómicamente para que, mediante su autogestión, mejore sus condiciones de vida” (RAE, 2005). El empoderamiento femenino se orienta a superar la desigualdad de género y busca el posicionamiento de la mujer dentro de diversos ámbitos de la sociedad (Martínez y Caridad, 2019).

Adicionalmente, surge el empoderamiento digital, el cual no se refiere únicamente a usar las tecnologías, sino al proceso de extraer el máximo potencial de ese uso en diversos ámbitos: económico, social, familiar, legal, técnico y otros. El empoderamiento digital fortalece los escenarios creados en la sociedad del conocimiento a través de la tecnología y está ligado al concepto de alfabetización digital (Fuente-Cobo, 2017). Cuando se habla de empoderamiento digital surgen ideas como:

Descubrir el acceso a la información, capacidad para generar contenidos en plataformas digitales, comunicarse, masificar y compartir sus ideas con otras personas; un planteamiento que se consolida creando redes de conocimiento de forma libre, trabajo e intereses comunes en base a la interacción entre los usuarios (Gil-Quintana et al., 2021, p. 2).

Estos últimos conceptos han sido asumidos por mujeres emprendedoras de diversas partes del mundo, para seguir contribuyendo en la generación de empleo, difundir la diversidad cultural y promover el desarrollo económico a nivel micro y macro (Zgheib, 2018), aun en contra de normas y comportamientos sociales que influyen negativamente en esa intención emprendedora de las mujeres (Boubker et al., 2021), como es el caso del machismo y la inequidad de género; aspectos que han establecido, erróneamente, que al iniciar un emprendimiento, las barreras sociales limiten el

desarrollo pleno de las mujeres (Miranda et al., 2023). Lo cierto es que el emprendimiento de las mujeres ha tenido un impacto relevante en los últimos años, gracias a su creatividad, persistencia e innovación (Moreno et al., 2022), así como a su deseo de superación para concretar sus proyectos de vida.

Así, el empoderamiento digital en las mujeres completa una serie de competencias que han ido adquiriendo para mostrar sus capacidades y potencialidades, como miembros activos de la sociedad, reforzando la idea de concebir el empoderamiento femenino como un rasgo esencial para el desarrollo sostenible (Khanum et al., 2020). Al respecto, Calanchez et al. (2022) define las competencias emprendedoras como “la capacidad de aplicar un conjunto de conocimientos, actitudes y habilidades para tener éxito en la creación y constitución de nuevas empresas, desarrollado e integrando una cultura emprendedora como estrategia de intervención en la sociedad” (p. 643).

Estudios anteriores muestran que el empoderamiento de las mujeres, unido al uso de la tecnología, genera una transformación en la cultura familiar y local, creando mejores conexiones sociales (Gohori y van der Merwe, 2022) y, por ende, mejores condiciones de vida. Así mismo, Martínez-Gregorio et al. (2023) identificaron que las mujeres con altas intenciones empresariales requieren el apoyo social para desarrollarse con éxito. Adicionalmente, según Barrales y Rodríguez (2023) para perfeccionar el emprendimiento de las mujeres se requieren tres variables: organizacional, comunicativa y comercial; siendo la tecnología un elemento fundamental para desarrollarlas en armonía. Ante esta situación, surge la necesidad de indagar la forma en la que las mujeres adquieren este empoderamiento, a la luz de las actuales demandas sociales. Por ello, el objetivo de la investigación fue explorar el empoderamiento digital que han logrado un grupo de mujeres emprendedoras en las islas flotantes de los Uros, ubicadas en el lago Titicaca de Puno (Perú).

## Método

Este primer reporte, que está inmerso en una investigación mayor, se enmarca en el enfoque cuantitativo, con un alcance descriptivo y un diseño no experimental transeccional.

## Contexto de estudio

El estudio se realizó durante el año 2023 en las islas flotantes de los Uros, dentro de la Reserva Natural del Titicaca Puno-Perú, a una altitud de 3820 m.s.n.m.

## Participantes

El estudio consideró como sujetos de análisis a las 200 integrantes de la Asociación de Artesanas “Qot Tika” Flor del Lago de las islas de los Uros del Lago Titicaca de Puno, Perú (Figura 1). Esta asociación agrupa a emprendedoras que elaboran y comercializan productos artesanales tejidos a mano.

Figura 1. Integrantes de la Asociación de Artesanas “Qot Tika” Flor del Lago



Nota: Emprendedoras exhibiendo sus artesanías tejidas a mano en una de las islas de los Uros del lago Titicaca.

## Procedimiento de recolección y análisis de información

Para recoger datos, que dan origen a este primer reporte de investigación, se utilizó un cuestionario con preguntas agrupadas en dos partes: la primera parte consideró preguntas cerradas referidas a los recursos tecnológicos que utilizan y cómo aprendieron a usarlos; la segunda parte tuvo preguntas mixtas y abiertas para identificar formas de aprendizaje digital y la utilidad que tienen estos recursos tecnológicos en su vida empresarial. Este cuestionario se aplicó a las 200 integrantes de la asociación, en forma presencial.

La metodología empleada permitió conocer la situación de los sujetos de investigación en relación a su empoderamiento digital, considerando tres dimensiones de análisis: a) identificación de los recursos tecnológicos que utilizan, b) la forma en que aprendieron a usarlos y c) la utilidad que tienen en su vida empresarial.

Para el análisis de la información se usó el análisis de frecuencias, para las preguntas cerradas y el proceso de categorización y análisis del discurso para las preguntas abiertas.

## Resultados

### a. Recursos tecnológicos que utilizan las mujeres emprendedoras de Los Uros del Titicaca

En relación a los recursos tecnológicos que utilizan las mujeres emprendedoras de la Asociación de Artesanas

“Qot Tika” Flor del Lago (Tabla 1), se conoció que el 90% de ellas utilizan el WhatsApp, como principal medio de comunicación, entre ellas y con otros círculos familiares, sociales y empresariales, destacando que el 10% restante corresponde a mujeres mayores de 70 años que no se familiarizan usando este recurso; sin embargo pueden acceder a él con ayuda de sus hijos, a fin de mantenerse informadas sobre los trabajos de la asociación. Por otro lado, un rasgo fundamental es que, a partir del aislamiento social generado por la pandemia del Covid 19, el 100% de las mujeres comenzó a usar un teléfono celular, simple o inteligente, ya sea por la necesidad propia de comunicarse con los demás o por la necesidad surgida en sus hijos para acceder a la edu-

cación virtual. Así mismo, un avance fundamental que les ha permitido iniciar su empoderamiento digital es el uso de redes sociales, como Facebook (<https://www.facebook.com/FlordelLagoEmprendedoras>), haciendo énfasis en que las mujeres que más usan esta red social son las más jóvenes. Otros recursos tecnológicos que han comenzado a usar y les son de mucha utilidad son el correo electrónico y algunos mecanismos para realizar pagos online. Al respecto, si bien estos dos últimos recursos solo son utilizados por menos del 40%, están en proceso de auto y coaprendizaje para llegar a dominarlos ya que son mecanismos que les ayudan a difundir y comercializar sus productos artesanales y ser parte del mercado global.

Tabla 1. Recursos tecnológicos que utilizan las emprendedoras de Los Uros del Titicaca

RECURSOS TECNOLÓGICOS	UTILIZA	
	f	%
Computadora o laptop	5	2,5
Teléfono celular o teléfono celular inteligente	200	100
Correo electrónico	70	35
WhatsApp	180	90
Facebook	51	25,5
Yape o Plin	52	26
Transferencias electrónicas	6	3

Complementando estos resultados y utilizando las expresiones que las propias emprendedoras plasmaron en los cuestionarios con preguntas abiertas, se destaca que antes de la pandemia del Covid 19, este grupo de mujeres solo usaban el teléfono celular para hacer y recibir llamadas; sin embargo en el periodo de confinamiento indagaron sobre otras formas de usar recursos tecnológicos para concretar sus procesos de comunicación y de ese modo, sentirse parte del mundo globalizado y no estar excluidas.

*“Por ejemplo, a nosotras solo el celular nos servía para hablar, era todo lo que necesitábamos, porque los turistas llegaban a las islas a comprar nuestras artesanías y otras organizaciones, también; pero en la pandemia ya nadie venía y hemos tenido que encontrar otras formas de vender nuestros productos usando la tecnología”* (Emprendedora).

Adicionalmente, las emprendedoras indican que gestionaron ante una organización no gubernamental la ayuda para vender sus artesanías *“primero salimos a algunos lugares para poder vender nuestros barbijos y otras artesanías, pero no era suficiente, estábamos pasando hambre... gracias a la ‘pacha’ se hizo gestión con una organización solidaria que nos generó contacto para colocar nuestros productos a nivel nacional e internacional”* (Emprendedora). Así surgieron nuevas exigencias y demandas que ellas debían responder empoderándose en este nuevo escenario, a través de la tecnología.

#### **b. Forma en la que las emprendedoras de Los Uros aprendieron a usar los recursos tecnológicos**

Considerando la segunda dimensión de análisis, referida a la forma en la que las emprendedoras de la Asociación de Artesanas Qot Tika Flor del Lago aprendieron a usar los recursos tecnológicos, se identificó que el 15% de las mujeres iniciaron este reto de manera autónoma a través de un autoaprendizaje (Tabla 2), por la necesidad de comercializar sus productos artesanales en un nuevo contexto, distinto a la presencialidad. Adicionalmente, el 95% aprendió a usar recursos tecnológicos a través de las enseñanzas de sus compañeras líderes, en un primer momento, y luego a través de un coaprendizaje general, tratando de que todas las emprendedoras estén en la capacidad de comunicarse entre ellas y vencer las barreras del distanciamiento social. Así mismo, se identificó que un 20% de las integrantes de la asociación recibieron capacitación de instituciones solidarias comprometidas con el desarrollo social de los pueblos originarios. Este porcentaje es reducido debido a que no todas las mujeres pudieron comunicarse y acceder a las capacitaciones que les brindaron; sin embargo, a través de la enseñanza entre pares se hizo el efecto multiplicador, siempre con la visión de que todas tengan los medios suficientes para sentirse parte de las nuevas exigencias en el ámbito comercial y empresarial en el cual ellas incursionaron.

Tabla 2. Forma de aprendizaje digital en las emprendedoras de los Uros del Titicaca

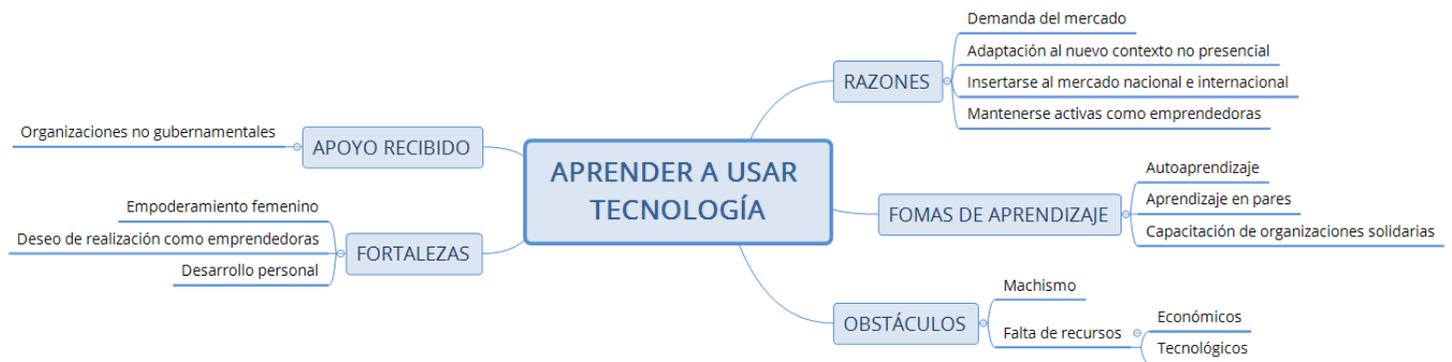
FORMA DE APRENDIZAJE	SI		NO	
	f	%	f	%
Autoaprendizaje	15	7,5	185	92,5
Coaprendizaje	190	95	10	5
Capacitación de terceros	40	20	160	80

Para reforzar estos resultados, las emprendedoras indicaron que aprender a usar recursos tecnológicos se convirtió en una exigencia o necesidad para sobrevivir, ya que si no

vendían sus artesanías, no tenían ingresos económicos para ayudar a sus familias. Así, una de las emprendedoras indica: *“Teníamos forzosamente que aprender a comunicarnos usando la tecnología; el WhatsApp, por ejemplo, porque teníamos que armar grupos de emprendedoras, ya que no todas vivimos en la misma isla, son varias islas que habitamos y obligadas tuvimos que aprender a usar la tecnología”* (Emprendedora).

Adicionalmente, las respuestas acerca de este proceso de aprendizaje se muestran consolidadas en la Figura 2, enfatizando en que ellas no son profesionales pero tuvieron que aprender por su cuenta para continuar su labor de artesanías emprendedoras, a pesar de algunos obstáculos, como el machismo y la falta de recursos económicos para adquirir recursos tecnológicos.

Figura 2. Proceso por el cual las emprendedoras de los Uros del Titicaca aprendieron a empoderarse digitalmente



Nota: Ideas procesadas de las preguntas abiertas consideradas en el instrumento de recolección de datos.

**c. Utilidad que tienen los recursos tecnológicos en la vida empresarial de las emprendedoras de Los Uros del Titicaca**

En relación a la tercera dimensión de análisis, acerca de la utilidad que tienen los recursos tecnológicos en la vida empresarial de las mujeres de la Asociación Qot Tika Flor del Lago (Tabla 3), se ha identificado que el 100% de ellas afirma que el manejo tecnológico les ayuda a empoderarse más como mujeres, cerrando la brecha digital entre géneros. Al respecto, una encuestada afirma: *“la tecnología ya se ha convertido en una herramienta indispensable para nosotras, nos permite comunicarnos, compartir y estar actualizadas para cumplir nuestro rol de mujeres”* (Emprendedora). Así

mismo, se ha reconocido que el uso de recursos tecnológicos les ayuda a consolidarse como emprendedoras y, de ese modo, ser parte del mercado de artesanías nacional e internacional, difundiendo y comercializando sus productos a través de su cuenta de Facebook, WhatsApp y teléfono. Las emprendedoras de Los Uros afirman que la tecnología les ha servido para vencer el distanciamiento social permitiéndoles la comunicación con personas nacionales y extranjeras; adicionalmente, les permite estar actualizadas en tendencias de artesanías a nivel mundial, dándoles espacio para innovar y seguir creando productos artesanales con el toque particular de difundir la cultura de este pueblo ancestral ubicado en el lago navegable más alto del mundo.

Tabla 3. Utilidad de los recursos tecnológicos para las emprendedoras de los Uros del Titicaca

UTILIDAD DE LOS RECURSOS TECNOLÓGICOS	f	%
Para empoderarse más como mujer	200	100
Para difundir y comercializar sus productos	180	90
Para comunicarse con personas nacionales y extranjeras	70	35
Para consolidarse como emprendedoras	190	95
Para estar actualizadas en tendencias de artesanías	106	53
Para innovar	90	45
Para hacer y recibir pagos	42	21

Los resultados anteriores se complementan con una afirmación de una de las emprendedoras de Los Uros que muestra la importancia de empoderarse digitalmente para seguir completando su empoderamiento como mujeres y demostrar que tienen fortalezas y habilidades que les permiten hablar de equidad de género y exigir respeto en su comunidad: *“antes era el varón el que iba a trabajar; pero, en esta ocasión, las mujeres de Los Uros han tomado la batuta y han llevado alimentos a sus familias, aprovechando recursos físicos y digitales”* (Emprendedora).

Por añadidura, se ha identificado que las emprendedoras de Los Uros del Titicaca han asumido seriamente el reto del empoderamiento digital, aprendiendo permanentemente a usar recursos tecnológicos y a plantearse cada vez mayores desafíos que les permitan dar a conocer al mundo el valor personal, social, económico, empresarial y cultural que representan las mujeres de la Asociación Qot Tika Flor del Lago, en particular, y las mujeres de los pueblos ancestrales, en general. Con este resultado, se demuestra que la tecnología permite a las mujeres emprendedoras acceder a diversos recursos, como: cursos en línea, tutoriales, redes de trabajo en línea y otros que les ayudan a desarrollar habilidades empresariales, dándoles la oportunidad de aprender y crecer a su propio ritmo, superando las limitaciones geográficas y de tiempo.

## Discusión

Los resultados obtenidos demuestran que las mujeres emprendedoras de Los Uros del Titicaca poseen un empoderamiento femenino integral, el cual se ha vuelto más sólido con el desarrollo de sus capacidades empresariales, concordando con Andriamahery y Qamruzzaman (2022) quienes indican que desarrollar emprendimientos es una buena alternativa para fomentar el empoderamiento femenino. En esa misma tendencia, se concuerda con Castiblanco-Moreno y Pineda (2022) quienes afirman que la pertenencia a una asociación productiva ha permitido estudiar el empoderamiento femenino como una agencia orientada a la toma de decisiones. Estos resultados confirman que un factor que ayuda a empoderar a las mujeres es su intención emprendedora, que se orienta a la creación de empresas y se relaciona con la percepción que tienen de su capacidad emprendedora

(Boubker et al., 2021), mostrando que en muchos lugares del mundo, mujeres con niveles educativos y socioeconómicos bajos participan de forma activa en la lucha contra la pobreza y las desigualdades, demostrando su capacidad para convertirse en agentes de cambio social (Erazo et al., 2014). Al respecto, Vásquez-Pauca (2022), afirma que las empresarias peruanas realizan sus actividades en búsqueda de su desarrollo personal e interpersonal y tienen, también, algo de motivación financiera, aunque este último aspecto no es el fundamental. Esto muestra que la necesidad de crecimiento empresarial en las mujeres es parte de su proceso de empoderamiento integral, coincidiendo con Santander (2019), al indicar que:

El emprendimiento, desde la performance de las mujeres, es una actividad que trasciende de la actividad económica y que desarticula el espacio laboral estricto a través del despliegue de diversos actos lingüísticos y corporales que materializan dicha actividad en torno a una identidad que se construye inacabadamente. (p. 10)

Adicionalmente, se identificó que como parte de ese empoderamiento, las mujeres han comenzado a usar diversos recursos tecnológicos que les permiten continuar con sus labores de producción de artesanías tejidas a mano y seguir promoviendo el turismo y el desarrollo económico en sus islas, coincidiendo con Lapuz (2023), quien afirma que la competencia digital en pobladores de lugares turísticos genera posibilidades de desarrollo personal y brinda la oportunidad de fomentar la igualdad de género en beneficio de la sociedad. Así, se confirma que el conocimiento y uso de recursos tecnológicos motivan a los lugareños a adaptarse a contextos modernos y de ese modo asegurar el desarrollo de habilidades básicas para responder a las exigencias del trabajo que desempeñan (Andriamahery y Qamruzzaman, 2022). Así mismo, el empoderamiento digital de este grupo de emprendedoras muestra su decisión de dejar de ser vistas como un grupo excluido; por el contrario, con su aprendizaje en el uso de recursos tecnológicos, ellas demuestran que están listas para ser incluidas en todas las actividades

sociales, políticas, económicas y empresariales a nivel nacional e internacional, concretando la idea de Fuente-Cobo (2017) acerca del término "inclusión" el cual, actualmente se relaciona con la brecha digital y, por ende, los excluidos de la sociedad digital son aquellos que no tienen acceso a recursos tecnológicos ni a la internet; y las emprendedoras no están dispuestas a ser excluidas.

También, los resultados muestran la importancia de usar recursos tecnológicos en las actividades comerciales de las emprendedoras de los Uros del Titicaca, lo cual halla sustento en las afirmaciones de Botello et al. (2015) quien indica que el conocimiento y uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en los procesos de comercialización es muy importante para aumentar la competitividad en el mercado; por lo cual, actualmente, se considera que las TIC proporcionan a las empresas los recursos para difundir y comercializar sus productos y enmarcarse en la sociedad del conocimiento. Al respecto, Andriamahery y Qamruzzaman (2022) resaltan la importancia del conocimiento técnico para ayudar a los emprendedores a adaptarse a las exigencias del mercado actual, coincidiendo con Barrales y Rodríguez (2023) en la necesidad de generar nuevos modelos organizacionales usando tecnología y redes sociales; corroborando, además, que las TIC desempeñan un papel relativamente trascendental en el proceso de crecimiento personal y económico (Kumar, 2014), siendo indispensables para la modernización de los servicios comerciales y otros. Por lo mencionado anteriormente, se deduce que la tecnología empodera a las mujeres emprendedoras al proporcionarles acceso a herramientas, recursos y redes que antes podrían haber estado fuera de su alcance. Esto es especialmente relevante en regiones donde las barreras tradicionales de género y acceso limitado a recursos han obstaculizado históricamente el progreso de las mujeres en los negocios.

Un resultado importante de la investigación muestra cómo las mujeres aprendieron a usar recursos tecnológicos a partir de su deseo de superación haciendo uso del autoaprendizaje y el coaprendizaje, aun a pesar de sus altas exigencias en el ámbito personal, familiar y laboral que les deja un corto tiempo para otras actividades (Díaz Pérez y Quiñones, 2022), demostrando gran esfuerzo y disposición para apoderarse de las tecnologías en favor de su emprendimiento; contradiciendo las ideas de Martelo et al. (2017) quien muestra que las pequeñas y medianas empresas tienen bajos niveles de preparación individual y pocos esfuerzos en la formación de competencias digitales del personal, usando las TIC.

Otro aspecto importante en relación al empoderamiento digital de las emprendedoras de Los Uros del Lago Titicaca se relaciona con un obstáculo que encontraron en su proceso de aprendizaje y se refiere al machismo, que durante años ha generado la inequidad de género en desmedro de las mujeres; sin embargo, el empoderamiento femenino ha logrado vencer este obstáculo en este grupo de empresarias, quienes han tomado la batuta en el desarrollo económico de sus

familias y de sus islas, coincidiendo con Delfín et al. (2022) en el sentido de considerar que fueron las mujeres, quienes usando la tecnología, hallaron la forma de captar ingresos para sus familias. Estos resultados contradicen un hallazgo de Figueroa-Domecq (2015) que muestra a los hombres como los privilegiados en la realización de actividades que promocionan el turismo. Así mismo, la actitud demostrada por las emprendedoras de Los Uros contradice las ideas de considerar al hombre como centro de la participación turística y prohibir la participación de las mujeres; reconociendo que la sociedad aún no ha comprendido las implicancias de aceptar la participación activa de las mujeres en el turismo para generar desarrollo socioeconómico (Tucker y Boonabaana, 2012). De este modo, se muestra que las mujeres emprendedoras tienen habilidades integrales de desarrollo personal e interpersonal para competir en el mercado, usando recursos físicos y tecnológicos. Así mismo, se demuestra que las mujeres pueden ser líderes emprendedoras, a pesar de que la tendencia siga mostrando que el liderazgo empresarial masculino es mayor a nivel mundial (Torres-Mancera et al., 2023).

Así mismo, en relación a la intención de las mujeres de seguir empoderándose digitalmente, se requiere el apoyo de organismos gubernamentales para proporcionar recursos que las puedan ayudar a seguir creciendo como emprendedoras, coincidiendo con Boubker et al. (2021) en el sentido de considerar a los gobiernos como los encargados de proponer programas de apoyo a las mujeres emprendedoras para mejorar su nivel de emprendimiento, siendo este una forma de auto-formación e inserción al mundo laboral que ayuda a responder a su responsabilidad familiar; colaborando, además, en la creación de riqueza y desarrollo socioeconómico del país. Al respecto, se destaca que las mujeres peruanas tienen altas tasas de actividad empresarial en el mundo y su rol en la economía del país sería mucho más significativa si ellas reciben el apoyo necesario para mejorar sus emprendimientos (Vásquez-Pauca et al., 2022).

También, los emprendimientos de mujeres pueden encontrar apoyo en Organismos No Gubernamentales, como ocurrió con las emprendedoras de la Asociación Qot Tika Flor del Lago; demostrando que el apoyo de estos grupos de interés permite canalizar procedimientos de desarrollo empresarial, como solicitudes de préstamos, registros comerciales, declaración de impuestos y otros (Andriamahery y Qamruzzaman, 2022). Al respecto, se destaca que las emprendedoras de esta asociación de artesanas en los Uros del Titicaca han logrado el registro de su marca colectiva en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), lo cual es un logro importante para ellas.

Finalmente, surgen nuevos retos para seguir fortaleciendo el empoderamiento digital de las mujeres emprendedoras, partiendo de comprender de manera más fluida las relaciones entre turismo, género y reducción de la pobreza desde una perspectiva de equidad de género (Tucker y

Boonabaana, 2012), ya que los resultados obtenidos demuestran que las emprendedoras de Los Uros se están posicionando en el mercado, en particular, y en la sociedad, en general, como mujeres y como seres humanos valiosos para el desarrollo socioeconómico de su contexto, lo cual es un aliciente que favorece la posibilidad de lograr el quinto objetivo de desarrollo sostenible (ODS5), referido a “lograr la equidad de género y empoderar a todas las mujeres y niñas” (Organización de las Naciones Unidas, 2020). Así mismo, es necesario avanzar en la comprensión del empoderamiento en el contexto de la sociedad digital, entendiendo que, actualmente, las carencias tecnológicas limitan a las personas en sus derechos; por lo que la inclusión digital es una necesidad para asegurar la participación plena de las personas en la sociedad (Fuente-Cobo, 2017), resaltando que para lograr la igualdad en el ámbito de la inclusión digital, es necesario activar programas de formación digital formal (Gutiérrez-Esteban et al., 2021), acción que debe ser promovida desde las instancias gubernamentales locales y nacionales con el propósito de ampliar la cobertura de la inclusión digital y fomentar el empoderamiento pleno en búsqueda de la equidad de género. Estos aspectos confirman que el uso y apropiación de la tecnología desarrolla habilidades personales y sociales necesarias para un buen ejercicio ciudadano y, por tanto es indispensable para el empoderamiento e inclusión digital de las emprendedoras a nivel mundial, para que estas puedan ejercer plenamente todos sus derechos (Gutiérrez-Esteban et al., 2021; Ragnedda y Muschert, 2013); puesto que los nuevos espacios digitales abren el camino para una comunicación, información y cooperación más eficaz entre personas de diferentes lugares y géneros, propiciando la interculturalidad y el desarrollo social sostenible (Gil-Quintana et al., 2021).

Además, surge la necesidad de completar estos resultados, que corresponden a un primer reporte de una investigación mayor, con datos cualitativos que permitan tener una visión más completa acerca de este proceso de empoderamiento digital de las emprendedoras de Los Uros del lago Titicaca, desde la propia percepción de las participantes. También se sugiere ampliar los casos de estudio, para analizar otros grupos de emprendedores y poder realizar mayores descubrimientos sobre el empoderamiento digital.

## Conclusiones

El empoderamiento digital completa otras facetas del empoderamiento femenino, proporcionando las herramientas básicas para que las emprendedoras de Los Uros del Titicaca y de todo el mundo puedan continuar con su labor empresarial y ampliar su mercado, difundiendo sus productos y realizando intercambios comerciales en todo el mundo. Así, se demuestra que gracias a la tecnología, las mujeres emprendedoras pueden comercializar y vender sus productos y servicios a nivel internacional usando, principalmente, las redes sociales que les permiten llegar a audiencias globales sin la necesidad de una presencia física en cada mercado.

Las emprendedoras de la Asociación de Artesanas Qot Tika Flor del Lago han iniciado con fuerza su proceso de empoderamiento digital, usando recursos tecnológicos como redes sociales (WhatsApp y Facebook), correo electrónico y mecanismos de pago electrónicos (Yape y transferencias electrónicas interbancarias), siendo esta experiencia muy enriquecedora para ellas, puesto que les ha permitido ser parte de la sociedad digital del conocimiento y acceder a entornos que antes no imaginaban, permitiendo su crecimiento personal y el fortalecimiento de su empoderamiento femenino.

Se destaca que para aprender a usar recursos tecnológicos, las emprendedoras han usado el aprendizaje autónomo y el aprendizaje por pares, de modo tal que se aseguraban de ayudar a todas las integrantes a usar estos recursos para mantenerse comunicadas y continuar con su labor empresarial aún en situaciones adversas. Al respecto, existe la necesidad de que las emprendedoras de las islas de Los Uros del lago Titicaca cuenten con el apoyo de diversas instituciones para fortalecer sus capacidades digitales a través de capacitaciones formales en el uso de recursos tecnológicos.

El empoderamiento digital les ha permitido a las emprendedoras de Los Uros del Titicaca fortalecer su empoderamiento femenino y reconocer sus capacidades empresariales para insertarse en un mercado nacional e internacional y difundir sus artesanías hechas mano, con creatividad, innovación y compromiso con el desarrollo social, cultural y económico de sus islas, demostrando así que el rol de la mujer ha evolucionado y que actualmente ellas pueden cambiar el mundo si se les da la oportunidad de actuar libremente en un contexto con equidad de género.

## Referencias

- Andriamahery, A., y Qamruzzaman, M. (2022). Do Access to Finance, Technical Know-How, and Financial Literacy Offer Women Empowerment Through Women's Entrepreneurial Development? *Frontiers in Psychology*, 12(January), 1–16. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.776844>
- Barrales, A., y Rodríguez, P. (2023). Mujeres emprendedoras y actividades informales de comercio en organizaciones virtuales. VISUAL REVIEW. *International Visual Culture Review / Revista Internacional de Cultura Visual*, 10(Monográfico), 1–16. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v10.4635>
- Botello, A., Pedraza, A., y Contreras, O. (2015). Análisis empresarial de la influencia de las TIC en el desempeño de las empresas de servicios en Colombia. *Revista Virtual Universidad Católica Del Norte*, 45, 3–15.
- Boubker, O., Douayri, K., Aatar, A., y Rharzouz, J. (2021). Determinantes de la intención emprendedora de las mujeres marroquíes. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(6 Edición Especial), 520–538. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.e6.32>
- Calanchez, A., Chávez, K., Padrón, A., y Sulbarán, D. (2022). Competencias emprendedoras y espíritu empresarial en la nueva era feminista: Una revisión literaria. *Telos Revista de Estudios Interdisciplinarios En Ciencias Sociales*, 24(3), 643–658. <https://doi.org/10.36390/telos243.12>
- Casillas, M., y Ramírez, A. (2021). *Saberes Digitales En La Educación. Una investigación sobre el capital tecnológico incorporado de los agentes de la educación*. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Castiblanco-Moreno, S., y Pineda, J. (2022). Female empowerment and community-based productive associations: A systematic literature review. *Acta Colombiana de Psicología*, 25(1), 9-27. <https://doi.org/10.14718/ACP.2022.25.1.2>
- Delfín, F., López, E., y Morales, T. (2022). El Surgimiento De Mujeres Emprendedoras En Redes Sociales a Raíz De La Crisis Sanitaria Por Covid-19. Caso Xalapa, Veracruz. *Revista Foco*, 15(6), e569. <https://doi.org/10.54751/revistafoco.v15n6-002>
- Díaz Pérez, F., y Quiñones, M. (2022). Dinámicas de la Vida Personal y la Vida Laboral en Mujeres Emprendedoras Chilenas: Análisis desde una Perspectiva Feminista. *Revista Nomadías*, 31, 113–137.
- El Comercio. (2010, October 16). *¿Qué tanto ha afectado el COVID-19 al turismo en el Perú?* <https://elcomercio.pe/economia/peru/el-comercio-te-explica-que-tanto-ha-afectado-el-covid-19-al-turismo-en-el-peru-noticia/>
- Erazo, M., Jiménez, M., y López, C. (2014). Empoderamiento y liderazgo femenino; su papel en la autogestión comunitaria en el corregimiento El Hormiguero - Valle del Cauca. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 32(1), 149-157. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=79929780011>
- Figueroa-Domecq, C., Pritchard, A., Segovia-Pérez, M., Morgan, N., y Villacé-Molinero, T. (2015). Tourism gender research: A critical accounting. *Annals of Tourism Research*, 52, 87–103. <https://doi.org/10.1016/J.ANALS.2015.02.001>
- Fuente-Cobo, C. (2017). Públicos vulnerables y empoderamiento digital: el reto de una sociedad e-inclusiva/ Vulnerable publics and digital empowerment: The challenge of an e-inclusive society. *El Profesional de La Información*, 26(1), 5–12. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.ene.01>
- Gil-Quintana, J., Osuna-Acedi, S., y Marta-Lazxo, C. (2021). Competencias mediáticas para el empoderamiento digital. Estudio de caso de los inmigrantes hispanos en Estados Unidos. *ReiDoCrea: Revista Electrónica de Investigación Docencia Creativa*, 10(34), 1–11. <https://doi.org/10.30827/digibug.70948>
- Gil, C., Barbieri, C., Sotomayor, S., y Knollenberg, W. (2019). Cultivating women's empowerment through agritourism: Evidence from Andean communities. *Sustainability (Switzerland)*, 11(11), 1–14. <https://doi.org/10.3390/su11113058>
- Gohori, O., y van der Merwe, P. (2022). Tourism and Community Empowerment: The Perspectives of Local People in Manicaland Province, Zimbabwe. *Tourism Planning and Development*, 19(2), 81–99. <https://doi.org/10.1080/21568316.2021.1873838>
- Gómez-Arteta, I., y Escobar-Mamani, F. (2021). Educación Virtual En Tiempos De Pandemia : Incremento De La Desigualdad Social En El Perú Virtual Education in Times of Pandemic : Increasing Social. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades CHAKIÑAN*, 15, 152–165. <https://doi.org/https://doi.org/10.37135/chk.002.15.10>

- Gutiérrez-Esteban, P., Cubo-Delgado, S., Hernández-Rincón, M. L., y Rodríguez-Miranda, F. (2021). Digital Inclusion of Businesswomen and Women Entrepreneurs through Social Networks in the Informal Environment. *Generos - Multidisciplinary Journal of Gender Studies*, 10(3), 201–232. <https://doi.org/10.17583/GENEROS.7146>
- Jiménez-Pitre, I. A., Gómez, R. J. M., Rodelo, J. C., Gracia, D. de J. L., y Camacho, M. S. M. (2017). Estrategias para el empoderamiento digital y la integración de universidades con sectores clave para la sociedad Colombiana. *Revista Lasallista de Investigación*, 14(1), 112–125. <https://doi.org/10.22507/rli.v14n1a10>
- Khanum, F., Akter, N., Alam, T., Rakib, M. A., y Akter, F. (2020). The role of woman entrepreneurship in womwn empowerment: a case study in the city od Barishal, Bangladesh. *Asian Journal of Advances in Research*, 5(1), 13–24. <https://shre.ink/28d0>
- Kumar, R. R. (2014). Exploring the role of technology, tourism and financial development: *An empirical study of Vietnam*. *Quality and Quantity*, 48(5), 2881–2898. <https://doi.org/10.1007/s11135-013-9930-5>
- Lapuz, M. C. M. (2023). The role of local community empowerment in the digital transformation of rural tourism development in the Philippines. *Technology in Society*, 74(June), 102308. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102308>
- Martelo, R. J., Jiménez, I. A., y Jaimes, J. D. C. (2017). Accesibilidad e integración digital: Elementos clave para un programa de formación de empresarios en empoderamiento digital. *Informacion Tecnológica*, 28(6), 81–94. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642017000600010>
- Martínez, S., y Caridad, M. (2019). Digital empowerment in Ecuador through its infocenters. *Revista Espanola de Documentacion Científica*, 42(3), 1–14. <https://doi.org/10.3989/redc.2019.3.1616>
- Martínez-Gregorio, S., Pérez-Jiménez, M., Torres, Z., Oliver, A., y Tomás, J. (2023). Psychometric properties of the Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ) in Dominican Republic adolescents. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 55, 120-129. <https://doi.org/10.14349/rp.2023.v55.14>
- Miranda, J., Sandoval, M., y Bertolini, G. (2023). Competencias emprendedoras de la mujer ern el contexto mexicano. *TELOS: Revista de Estudios Interdisciplinarios En Ciencias Sociales*, 25(1), 52–70. <https://doi.org/www.doi.org/10.36390/telos251.05>
- Moreno, K., Medin, D., y Cepeda, D. (2022). Actitudes de decisión de emprendimiento de las mujeres de la provincia de Tungurahua (Ecuador). *Revista de Economía Del Caribe*, 29. <http://portal.amelica.org/ameli/journal/318/3183287006/>
- Organización de las Naciones Unidas. (2020). *La agenda para el desarrollo sostenible*. <https://www.un.org/sustainable-development/es/development-agenda/>
- RAE. (2005). Diccionario panhispánico de dudas (2.a edición). <https://www.rae.es/dpd/>
- Ragnedda, M., y Muschert, G. W. (2013). *The digital divide: The Internet and social inequality in international perspective*. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780203069769>
- Santander, P. (2019). Women entrepreneurs: An approach from performative identity theory. *Revista Estudos Feministas*, 27(3), 1–13. <https://doi.org/10.1590/1806-9584-2019V27N354270>
- Torres-Mancera, R., Martínez-Rodrigo, E., y Amaral Santos, C. (2023). Sostenibilidad femenina y startups: análisis de la comunicación del liderazgo de mujeres emprendedoras en España y Portugal. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 474–490. <https://doi.org/10.4185/lrcs-2023-1978>
- Tucker, H., y Boonabaana, B. (2012). A critical analysis of tourism, gender and poverty reduction. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(3), 437–455. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.622769>
- Vásquez-Pauca, M. A., Zuñiga Vasquez, M. E., Castillo-Acobo, R. Y., y Arias Gonzáles, J. L. (2022). Factors that influence the decision of Peruvian women to become entrepreneurs. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(8), 1036–1047. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.8.20>
- Zgheib, P. (2018). Multi-level framework of push-pull entrepreneurship: comparing American and Lebanese women. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(3), 768–786. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJEBr-12-2015-0314>