

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.4401

Competencias digitales y aceptación de la economía colaborativa, artesanos de Chimbote 2022

Martos Acevedo, José Hildebrando

johi_25@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-6689-7760>

Universidad César Vallejo

Trujillo – Perú

RESUMEN

Esta investigación determinó la influencia del desarrollo de competencias digitales con la aceptación de la economía colaborativa por parte de los artesanos de Chimbote, 2022. Con un enfoque mixto se aplicó una encuesta a una muestra de 59 artesanos y se realizó una entrevista en profundidad a dos especialistas, relacionado con el mundo académico y el otro relacionado con la gestión pública. Se concluyó, la mayoría desconoce o conoce muy poco los beneficios de participar en la economía colaborativa (87.4%). La mayor parte (64.5%) no sabe o sabe muy poco sobre competencias digitales; si bien el 37.3% del total de encuestados manifiestan tener poco conocimiento sobre lo que son las redes sociales y el (45.7%) tener regular se debe a que muchos artesanos combinan las formas de venta directa con la publicidad a través de Wasap y Facebook, y tiene temor al plagio por lo que las fotos y otros recursos son escasamente publicitados. Sobre la economía colaborativa el 95% no tiene nada de conocimiento; sobre la utilización de las páginas web y plataformas digitales el 83% no tienen nada de conocimiento; acerca del conocimiento para producir y difundir videos y presentaciones con fines comerciales 96.6% manifiesta no tener conocimiento.

Palabras clave: *economía colaborativa; artesano; competencias digitales.*

Correspondencia: johi_25@hotmail.com

Artículo recibido 06 diciembre 2022 Aceptado para publicación: 06 enero 2023

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

Todo el contenido de **Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar**, publicados en este sitio están disponibles bajo

Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 

Cómo citar: Martos Acevedo, J. H. (2023). Competencias digitales y aceptación de la economía colaborativa, artesanos de Chimbote 2022. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1), 407-424. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.4401

Digital skills and acceptance of the collaborative economy, Chimbote artisans 2022

ABSTRACT

The objective of this investigation was to determine the influence of the development of digital skills with the acceptance of the collaborative economy by the artisans of Chimbote, 2022.

To achieve this purpose through a mixed approach, a survey was applied to a sample of 59 artisans and an in-depth interview was conducted with two specialists, one related to the academic world and the other related to public management.

The study concludes that most are unaware or know very little about the benefits of participating in the collaborative economy (87.4%).

Likewise, most (64.5%) do not know or know very little about digital skills; Although 37.3% of the total respondents state they have little knowledge about what social networks are and (45.7%) have regular knowledge is due to the fact that many artisans combine direct sales with advertising through What Sapp and Facebook, however, he is afraid of plagiarism, so the photos and other resources are rarely publicized. About the collaborative economy, 95% have no knowledge; Regarding the use of web pages and digital platforms, 83% have no knowledge; about the knowledge to produce and disseminate videos and presentations for commercial purposes, 96.6% state that they have no knowledge about this aspect.

Keywords: *collaborative economy; artisan; digital skills*

INTRODUCCIÓN

La artesanía es una actividad económica y cultural que se ha visto afectada por la pandemia del Covid 19, situación que planteó nuevos retos para acceder al mercado; uno de ellos es la inclusión de las tecnologías informáticas en la comercialización de los productos artesanales. de acuerdo con un artículo publicado por la Revista Mundo Empresarial (2021, junio) afirma que, en el año 2020, la exportación de artesanía peruana descendió en un 31%, lo cual impactó en forma negativa en dicho sector que, según esta fuente, genera 250 mil empleos directos y 1 millón 500 mil puestos de trabajo indirectos. Sin embargo, para asumir este reto se necesita adquirir competencias digitales y utilizar las ventajas de las diferentes herramientas digitales y la internet. Opp et al. (2021, julio) sostiene que, aunque se disponga de conectividad básica, la brecha digital puede seguir acentuándose por cuestiones de asequibilidad y accesibilidad de los contenidos y falta de conocimientos digitales. Es decir, aunque la persona tenga acceso a internet servirá poco si no puede pagar el servicio, o los servicios virtuales no se prestan en los idiomas locales, o si no tiene los conocimientos para navegar en internet. Por lo que tanto, la falta de conectividad, así como el desarrollo de competencias digitales limita las oportunidades. Si bien es cierto existen cientos de personas dedicadas a la actividad artesanal; sin embargo, hasta antes de la pandemia sólo 107 artesanos se encontraban inscritos en el Padrón de Artesanía, de los cuales 70 han renovado su inscripción en el Registro Nacional de Artesanos RNA.

La actividad artesanal en el Perú está amparada por la Ley Nº 29073 o Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal, promulgada el 23 de julio 2007; reconoce al artesano como constructor de identidad y tradiciones culturales, y regula el desarrollo sostenible, la protección y la promoción de la actividad artesanal en todas sus modalidades. De acuerdo con esta Ley, en el 2021 se ha elaborado el Clasificador Nacional de Líneas Artesanales (CLANAR), que se compone de 99 especialidades agrupadas en 12 líneas artesanales.

Correa (2015), en su tesis doctoral sobre el desempeño de los talleres artesanales de Zacatecas realizada a través de la Universidad de Aguascalientes (México), estudia a 167 artesanos representantes de su respectivo taller artesanal; la encuesta aplicada reveló que el desempeño económico de los talleres de los talleres se debe a factores culturales como las tradiciones, costumbres y valores, así como las capacidades y los recursos;

Colombres (2009, como se citó en Correa, 2015) y Cardini (2005, consideran que la artesanía al expresar la tradición de un grupo humano, forma parte del patrimonio cultural.

Con relación al uso de las redes sociales y de forma especial Facebook, Sono (2020) en su tesis presentada a la Universidad San Martín de Porres, analiza varias empresas como el grupo BBVA en relación a Facebook; entre los resultados del estudio, se concluye un buen manejo en la cuenta institucional en Facebook de la marca BBVA en la coyuntura de pandemia. La marca utilizó correctamente la etiqueta #OportunidadDeCuidarnosMutuamente, respetó su línea gráfica establecida y contó con un engagement gracias a interacción recibida por parte de los seguidores.

Fernández (2016) en su tesis en la Universidad de Jaén, estudia a 663 entidades andaluzas de fabricación de aceite de oliva y almazaras; el tema de investigación fue las redes sociales como oportunidad de comercialización de los productos ecológicos, especialmente el aceite de oliva y los vinos, concluye que la participación en redes sociales virtuales aumenta el valor de los productos, siendo Facebook y Twitter las de mayor impacto en la comercialización de estos productos, sobre todo porque permiten intercambiar fotos, videos y conversar con los clientes.

En relación a la economía colaborativa un estudio de Doménech G. (2015, setiembre) en España sobre Uber sostiene que la economía colaborativa también llamada o sharing economy, peer-to-peer economy, mesh, collaborative economy o collaborative consumption, es un término que alude a “nuevos sistemas de producción y consumo de bienes y servicios que surgen a principios del siglo XXI y que aprovechan las posibilidades abiertas por los recientes avances de las tecnologías informáticas para intercambiar y compartir dichos bienes y servicios” (p. 5).

Sobre el concepto de artesanía, se tiene que, según la definición oficial artesanía (Ley N° 29073) es: “Actividad económica y cultural destinada a la elaboración y producción de bienes, ya sea totalmente a mano o con ayuda de herramientas manuales e incluso medios mecánicos, siempre y cuando el valor agregado principal sea compuesto por la mano de obra directa y ésta continúe siendo el componente más importante del producto acabado...”(p.349898).

En relación con las competencias digitales, la UNESCO (2018) sostiene que, son aquellas que “permiten usar dispositivos digitales, aplicaciones de comunicación y redes para

acceder y gestionar información, crear y compartir contenido digital, comunicarse, colaborar y resolver problemas para una realización personal efectiva y creativa, el aprendizaje, el trabajo y las actividades sociales en general” (p. 3).

En relación con la economía colaborativa, si bien no existe unicidad conceptual, hay consenso en que ella no puede existir fuera de la internet como lo señala Stokes et al. (2014) cuando afirma que se caracteriza por conectar a redes de personas y bienes; mientras que para Cañigüeral (2019) son espacios de encuentros digitales; Muñoz y Cohen (2017) dicen que es una forma de facilitar la intermediación para el intercambio de bienes o servicios.

En esta misma línea, la Comisión Europea (2016) denomina economía colaborativa a aquellos modelos de negocio que se concretan por medio de plataformas colaborativas, las cuales permiten crear un mercado abierto para ofrecer y comprar mercancías o servicios muchas veces por personas particulares; y Según la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2014) la economía colaborativa también es un modelo de consumo que tiene lugar gracias al intercambio entre particulares que muchas veces ponen a disposición bienes o servicios subutilizados, por los cuales el usuario paga según lo acordado con el vendedor

Por lo expuesto, la presente investigación plantea la siguiente interrogante problemática: ¿En qué medida y de qué manera el desarrollo de competencias digitales incide en la aceptación de la economía colaborativa por parte de los artesanos de Chimbote 2022?

Se plantea como objetivo general, determinar la influencia del desarrollo de competencias digitales con la aceptación de la economía colaborativa por parte de los artesanos de Chimbote, 2022; y como objetivos específicos; describir y explicar el nivel de conocimiento normativo de competencias digitales sobre redes sociales por parte de los artesanos de Chimbote; describir y explicar el nivel de conocimiento referencial de competencias digitales sobre redes sociales por parte de los artesanos de Chimbote; describir y explicar el nivel de conocimiento teórico de competencias digitales sobre redes sociales por parte de los artesanos de Chimbote; describir y explicar el nivel de conocimiento conceptual de competencias digitales sobre redes sociales por parte de los artesanos de Chimbote;

METODOLOGÍA

Investigación presenta la siguiente tipología; según su finalidad; es una investigación

aplicada de naturaleza mixta concurrente, porque integra enfoques cuantitativo y cualitativo, con énfasis en lo cuantitativo, transversal; las variables de estudio son las siguientes:

- Variable 1: Competencias digitales de los artesanos;
- Variable 2 : Economía colaborativa,

Población

La población del estudio está constituida por los artesanos de las tres especialidades con mayor número de integrantes inscritos en el Padrón de Artesanía de la Subdirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, que en la fecha (abril 2022) la conforman 70 personas.

Muestra

El tamaño de la muestra del presente estudio se calculó en 59 artesanos; el método de obtención de la muestra fue por conveniencia del investigador, también se entrevistó a un funcionario de la Dirección Subregional de Comercio Exterior y Turismo y a un experto en el tema.

La muestra quedó conformada de la siguiente manera:

Tabla 1

Composición de la muestra cuantitativa

Especialidad	Número	%
Tejido en fibra vegetal, junto y mimbre	24	40
Bisutería	21	36
Tejidos a palito y ganchito	14	24
Total	59	100

Fuente: Elaboración en base al Padrón de Artesanos Dirección Subregional de Comercio Exterior y Turismo

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se aplicó una encuesta a las personas seleccionadas

Entrevista en profundidad, a dos expertos en el tema.

Instrumentos, la encuesta fue aplicada través de un cuestionario, mientras que las entrevistas fueron aplicadas en base a una guía de entrevista en profundidad.

Método de análisis de datos, se utilizó la estadística descriptiva, tales como: Tablas, matrices, gráficos.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Información general: Se observa que la mayoría de los artesanos son mujeres llegando al 73% del total de la muestra; este predominio se nota en las tres especialidades, como se puede observar en la Figura 1, siendo la más destacada la de tejido en palito y ganchito con el 93% de mujeres, seguida de tejido en fibra vegetal con el 75% y finalmente la bisutería con el 57%.

Sobre el educativo alcanzado por los artesanos, se puede apreciar que si bien la mayoría ha culminado secundaria (68%); sin embargo, una quinta parte (20%) alcanzó el nivel primario y 12% el nivel superior técnico o universitario.

En relación con la antigüedad en el oficio, se observa que la mayoría de los artesanos (61.1%) ejerce hace entre 10 a 25 años; notándose la presencia de un grupo (15%) con 26 años a más y al otro extremo 23.7% con menos de 10 años ejerciendo esta actividad. Sobre la fuente de aprendizaje del oficio, se aprecia que cerca de la mitad (47.5%) aprendió el oficio en la familia; 28.8% con amigos, un 22% trabajando en talleres artesanales es decir de otros artesanos y una minoría 1.7% a través de cursos. La tabla también revela que hay especialidades en las que el 100% la ha aprendido en la familia como es el caso de tejido en fibras vegetales y la mayoría de los de bisutería; sin embargo en el caso del tejido en ganchito y palito el 93% lo aprendió en talleres y 7% en cursos.

En relación con el conocimiento de las normas relacionadas se observa que el 25% del total de encuestados no tienen nada de conocimiento sobre cómo la Constitución Política del Perú ampara su actividad, además el 64.3% del total de encuestados manifiestan tener poco conocimiento sobre la pregunta consultada. Sobre la Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal N°29073, se demuestra que el 18.6% del total de encuestados no tiene ningún conocimiento sobre la existencia artículos que protegen la actividad artesanal, además el 57.6% del total de encuestados manifiestan tener poco conocimiento sobre esta pregunta.

Sobre el conocimiento del constructo referencial se obtuvo los siguientes resultados: El 24.9% del total de encuestados no tienen nada de conocimiento del constructo referencial de los beneficios de la utilización de la informática en las ventas; asimismo, el 32.7% del total de encuestados manifiestan tener poco conocimiento sobre el constructo referencial y el 33.9% del total de encuestados manifiestan tener regular conocimiento sobre el constructo referencial. Es decir, el 6.7% no tiene ningún conocimiento sobre si

la incorporación de los recursos informáticos ayuda a mejorar las ventas, mientras que el 30.4% del total de encuestados manifiestan tener poco conocimiento sobre la pregunta consultada y el 54.2% del total de encuestados manifiestan tener un regular conocimiento sobre la pregunta consultada.

En relación con la pregunta el conocimiento sobre si participar en plataformas de economía colaborativa genera oportunidades para vender los productos a nivel local, nacional e internacional, se demuestra que el 40% del total de encuestados no tienen nada de conocimiento sobre la pregunta consultada, además el 47.4% del total de encuestados manifiestan tener poco conocimiento sobre la pregunta consultada y el 11.8% conoce regular.

En relación con el conocimiento de los conceptos relacionados se tiene que sobre las competencias digitales se demuestra que el 64.5% del total de encuestados no tienen nada de conocimiento sobre la pregunta consultada, asimismo el 13.6% del total de encuestados manifiestan tener poco conocimiento sobre la pregunta consultada y el 18.5% del total de encuestados manifiestan tener un regular conocimiento sobre la pregunta.

Sobre las redes sociales virtuales, se obtuvo que el 13% del total de encuestados no tienen nada de conocimiento sobre la pregunta consultada, asimismo el 37.3% del total de encuestados manifiestan tener poco conocimiento sobre la pregunta consultada, mientras que el 45.7% tiene un regular conocimiento y el 5% tiene mucho conocimiento.

En la pregunta sobre la economía colaborativa, se demuestra que el 95% del total de encuestados no tienen nada de conocimiento sobre la pregunta consultada, asimismo el 5% del total de encuestados manifiestan tener poco conocimiento sobre la pregunta consultada.

En la pregunta si sabe utilizar páginas web y plataformas digitales, se demuestra que el 83% del total de encuestados no tienen nada de conocimiento sobre la pregunta consultada, asimismo el 15.3% del total de encuestados manifiestan tener poco conocimiento sobre la pregunta consultada y el 1.7 tiene un conocimiento regular de la pregunta consultada.

Finalmente, sobre las habilidades para producir y difundir videos y presentaciones con fines comerciales, se demuestra que el 96.6% del total de encuestados no tienen nada de

conocimiento sobre la pregunta, asimismo el 3.4% del total de encuestados manifiestan tener poco conocimiento sobre la pregunta.

Sobre las entrevistas se obtuvieron los siguientes desarrollos más importantes:

La artesanía ocupa un lugar de primer orden en cualquier sociedad y en el Perú con mayor razón; aunque no se conoce con exactitud cuántos artesanos tenemos; la Ley del Artesano genera el contexto legal para que los artesanos puedan acceder a una serie programas y beneficios como exoneraciones tributarias, asistencia técnica, apoyo en la comercialización de sus productos, difusión internacional de sus productos.

La mayoría de los artesanos no cuenta con una computadora, ni con las habilidades para realizar su inscripción virtual. Los beneficios de la inscripción no son visibles para los artesanos puesto que los que están inscritos a los artesanos para producir y vender sus productos, predominan estrategias tradicionales, por ejemplo la producción al ser manual no necesita maquinarias digitales, computadoras u otros equipos con tecnología informática; así mismo la mayor parte de la venta se realiza de manera directa, es decir a través del contacto físico con el cliente.

Una de las dificultades que tienen los artesanos para incorporar recursos informáticos es la falta de equipamiento ya que muy pocos cuentan con una computadora; la forma predominante de comunicación es a través de celulares, sin muchas posibilidades de utilizar aplicativos avanzados o habilidades para ello. Los artesanos, por sus bajos ingresos tiene pocas posibilidades de contar con servicios de internet domiciliaria, la gran mayoría usa celulares y no siempre con los pagos al día;

Actualmente el desarrollo manufacturero en países asiáticos como China, Singapur, entre otros, vieron que la demanda de productos artesanales de países de América Latina crecía en todo el mundo, motivando la producción en serie de modelos que imitan a las artesanías locales; en este marco, las redes sociales permiten afrontar los efectos de la globalización en la artesanía, al permitir que se difunda no sólo los productos artesanales, sino que además, éstos se promuevan acompañados de la historia y cultura de la comunidad que los produce. La participación en las redes sociales hace posible que los artesanos miembros de determinada colectividad, al verse al lado de otras colectividades, se perciba como diferente, por lo tanto desarrolla su conciencia de pertenencia; y por lo tanto la conciencia de sus valores, visión del mundo y costumbres. La identidad se construye en la diversidad, y las redes sociales al facilitar el contacto de millones de

personas y productores, hace posible el desarrollo de la identidad comunitaria. Dentro de las ventajas se tiene la posibilidad de acceder a mercados internacionales, disminuir los costos de comercialización, intercambiar con otros productores de ramas similares. La desventaja puede ser la desregulación laboral, en el sentido que los trabajadores de las empresas pierden derechos laborales como la seguridad social, el descanso dominical, el descanso anual (vacaciones), etc.

Sobre la información general se ha permitido conocer información relevante sociodemográfica y ocupacional de los artesanos, por ejemplo, se aprecia que en las tres especialidades seleccionadas predomina el número de mujeres respecto al de los hombres en un 73%, habiendo especialidades como el tejido en palito y ganchito en la que la participación de las mujeres abarca el 93%; sin embargo, los hombres adquieren participación notable aunque no mayoritaria en la especialidad de la Bisutería. Si bien la mayoría de los artesanos (65%) han culminado la secundaria, sin embargo, una quinta parte tiene primaria, lo cual permite afirmar que en conjunto los artesanos de Chimbote tienen un nivel educativo bajo.

Otro aspecto de la información general presentada se refiere a la antigüedad en el oficio; un examen de los datos permite concluir que más de la quinta parte de artesanos tenga menos de 10 años en la actividad significa un dinamismo ya que implica que personas nuevas se incorporen a este oficio.

Por último, acerca de la fuente de aprendizaje del oficio se aprecia que el oficio se aprende a través de relaciones familiares o de amistad lo que implica que el aprendizaje ocurre en el ámbito informal; es decir el 76% aprendió el oficio en la familia o con, y un 22% trabajando en talleres artesanales lo cual también sigue siendo un aprendizaje informal.

Sobre el constructo normativo, se realizaron 4 preguntas a 59 artesanos de Chimbote, se puede afirmar que el 84.8% no conoce nada o conoce poco respecto a las normas que amparan y promueven la actividad artesanal; esta situación los coloca en desventaja a la hora de visualizar el desarrollo de su emprendimiento y a la hora de relacionarse con las autoridades en busca de algún servicio o facilidad para el desempeño de su actividad.

Los expertos afirman que en la medida que la esta Ley oficializa y enmarca a actividad artesanal resulta muy imprescindible su conocimiento porque permite acceder a una serie programas e incentivos como exoneraciones tributarias, asistencia técnica,

derechos de agremiación, apoyo en la comercialización de sus productos, difusión internacional de sus productos, desarrollo de capacidades empresariales, protección de los mercados, entre otros. Pero tal vez lo más importante radica en que el desconocimiento de esta norma o el conocer muy poco de ella, resta visión de futuro, porque no se tiene el panorama de las posibilidades del desarrollo de este sector, ni la importancia que para el Estado posee a actividad, que forma parte de un ministerio y que posee oficinas en todas las regiones por personal dedicado a promoverla.

Los expertos igualmente consideran que el desinterés de los artesanos por el gobierno electrónico tiene relación con el tipo de producción caracterizada por el predominio del uso de las manos, al tiempo que venta es sobre todo de forma directa; este rasgo va unido al hecho que la mayoría de los artesanos no cuentan con el equipo necesario.

Sobre el constructo referencial, se demuestra que el 24.9% del total de encuestados no tienen nada de conocimiento del constructo referencial de los beneficios de la utilización de la informática en las ventas; asimismo, el 32.7% del total de encuestados manifiestan tener poco conocimiento sobre el constructo referencial y el 33.9% del total de encuestados manifiestan tener regular conocimiento sobre el constructo referencial. Según los expertos el relativo conocimiento que poseen los artesanos sobre este constructo se debe, en gran parte, al hecho que por la pandemia del Covid 19, muchos de ellos tuvieron que utilizar las redes sociales para vender sus productos por el cierre de ferias, mercados, circulación de personas, traslado de pasajeros, etc.

¿Sobre el conocimiento que la incorporación de los recursos informáticos ayuda a mejorar las ventas?, se demuestra que el 6.7% del total de encuestados no tienen nada de conocimiento sobre la pregunta consultada, además el 30.4% del total de encuestados manifiestan tener poco conocimiento sobre la pregunta consultada y el 54.2% del total de encuestados manifiestan tener un regular conocimiento sobre la pregunta consultada. Para los expertos, a pesar de que los artesanos reconocen la importancia y rol de la incorporación de recursos informáticos en las ventas; sin embargo, una serie de dificultades impiden esta incorporación entre ellas se puede mencionar la falta de equipamiento ya que muy pocos cuentan con una computadora; la forma predominante de comunicación es a través de celulares, sin muchas posibilidades de utilizar aplicativos avanzados o habilidades para ello; asimismo sus bajos ingresos condiciona la imposibilidad de contar con servicios de internet domiciliaria o pagar a tiempo. Si bien

común uso de celulares, estos no tienen los datos suficientes o los aplicativos que se requiere.

En relación al conocimiento que, si participar en plataformas de economía colaborativa genera oportunidades para vender los productos a nivel local, nacional e internacional, se demuestra que el 40% del total de encuestados no tienen nada de conocimiento sobre la pregunta consultada, además el 47.4% del total de encuestados manifiestan tener poco conocimiento sobre la pregunta consultada y el 11.8% conoce regular. Al respecto, los expertos entrevistados consideran que la economía colaborativa permite que los artesanos hagan negocios con personas que ni conoce y se encuentran incluso en otros continentes, es decir bastante distantes de donde se realiza la producción artesanal. A través de esta relación se pueden arreglar precios y conocer intereses y necesidades de los clientes, tomando decisiones sobre la producción para atender a estas expectativas. Sobre esta pregunta los expertos consideran que el término economía colaborativa muchas veces es confundido por los artesanos al no relacionarlo directamente con la utilización de recursos informáticos, sino más bien con la cooperación entre artesanos; asimismo los expertos valoran la economía colaborativa porque reduce los costos de promoción y publicidad, así como reúne a millones de clientes en un solo lugar, lo que sería imposible en mercados tradicionales, posibilitando eludir diversas barreras arancelarias y políticas.

Sobre el constructo conceptual, se demuestra que el 70% del total de encuestados no tienen nada de conocimiento del constructo conceptual redes sociales, economía colaborativa, además el 13.6% del total de encuestados manifiestan tener poco conocimiento sobre el constructo conceptual, el 13.1% del total de encuestados manifiestan tener regular conocimiento sobre el constructo conceptual, y el 2% tiene mucho conocimiento sobre el constructo conceptual. Al respecto a pesar de que la Ley del artesano especifica el derecho de estos ser capacitados, no es frecuente que estos accedan a cursos sobre informática, ningún organismo de gobierno se responsabiliza de planificar y ejecutar estas capacitaciones

Sobre el concepto de redes sociales virtuales, se demuestra que el 13% del total de encuestados no tienen nada de conocimiento sobre la pregunta consultada, asimismo el 37.3% del total de encuestados manifiestan tener poco conocimiento sobre la pregunta consultada, mientras que el 45.7% tiene un regular conocimiento y el 5% tiene mucho

conocimiento sobre la pregunta consultada. El conocimiento regular o poco de los artesanos, según los expertos se explica porque muchos artesanos combinan la venta directa con la venta a través de redes sociales, lo hacen utilizando Wasap o Facebook; a través de ellas se ponen en contacto con amigos, conocidos o familiares sobre todo a nivel de mensajería, precios de los productos y formas de entrega que es directa. Asimismo, los expertos consideran que los artesanos usan el Wasap y Facebook sobre todo para ofrecer sus productos, sin embargo, tiene temor al plagio por lo que las fotos y otros recursos son escasamente publicitados, invitando a los clientes a ver directamente el producto en los lugares de exposición

En relación con la economía colaborativa, se demuestra que el 95% del total de encuestados no tienen nada de conocimiento sobre la pregunta consultada, asimismo el 5% del total de encuestados manifiestan tener poco conocimiento sobre la pregunta consultada. Los expertos sugieren que se debe difundir las ventajas de la economía colaborativa las que sería la posibilidad de acceder a mercados internacionales, disminuir los costos de comercialización, intercambiar con otros productores de ramas similares. La desventaja puede ser la desregulación laboral, en el sentido que los trabajadores de las empresas pierden derechos laborales como la seguridad social, el descanso dominical, el descanso anual (vacaciones), la licencia por maternidad y otras.

¿Sobre las habilidades para utilizar páginas web y plataformas digitales? Realizada a los artesanos de Chimbote, demuestra que el 83% del total de encuestados no tienen nada de conocimiento sobre la pregunta consultada, asimismo el 15.3% del total de encuestados manifiestan tener poco conocimiento sobre la pregunta consultada y el 1.7 tiene un conocimiento regular de la pregunta consultada. Sobre las habilidades para producir y difundir videos y presentaciones con fines comerciales, demuestra que el 96.6% del total de encuestados no tienen nada de conocimiento sobre la pregunta consultada, asimismo el 3.4% del total de encuestados manifiestan tener poco conocimiento sobre la pregunta. Los expertos consideran que es muy urgente que los artesanos adquieran habilidades para producir y difundir videos y presentaciones debido a que cuando el cliente no está cerca al lugar de venta o producción los videos, presentaciones digitales sustituye en gran parte la publicidad directa que puede realizar el artesano, porque permite observar la calidad del producto, sus características, su

belleza, su diseño, etc. Aunque comprador-vendedor se encuentren muy lejos uno del otro.

CONCLUSIONES

1. La actividad artesanal en Chimbote constituye una oportunidad económica para cientos de familias, las cuales mayoritariamente, no se encuentran inscritas en el Registro Nacional de Artesanos. Aquellos artesanos inscritos pertenecen a tres especialidades: Tejido en fibras vegetales, Bisutería y tejido a palito y ganchitos. En ellas prevalece el sexo femenino y los adultos jóvenes entre 30 a 49 años. Otro aspecto importante en el conocimiento de la unidad de análisis es en el oficio; un examen de los datos permite concluir que más de la quinta parte de artesanos tenga menos de 10 años en la actividad significa un dinamismo ya que implica que personas nuevas se incorporen a este oficio. ^Por otro lado, en relación con la fuente de aprendizaje del oficio, el que se logra a través de relaciones familiares o de amistad lo que implica que el aprendizaje ocurre en el ámbito informal; es decir el 76% aprendió el oficio en la familia o con amigos y un 22% trabajando en talleres artesanales lo cual también sigue siendo un aprendizaje informal.
2. Sobre el conocimiento del constructo normativo se concluye que la mayoría de los artesanos no conoce o tiene un conocimiento incipiente sobre las normas que amparan y promueven la actividad artesanal; esta situación los coloca en desventaja a la hora de visualizar el desarrollo de su emprendimiento y a la hora de relacionarse con las autoridades en busca de algún servicio o facilidad para el desempeño de su actividad.
3. La conclusión en relación con el constructo referencial, sobre los beneficios de utilizar la informática en las ventas, se obtuvo que la cuarta parte (24.9%) no tienen nada de conocimiento del constructo referencial y que la tercera parte (32.7%) manifiestan tener poco conocimiento sobre el constructo referencial y el 33.9% del total de encuestados manifiestan tener regular conocimiento sobre el constructo referencial. Según los expertos el relativo conocimiento que poseen los artesanos sobre este constructo se debe, en gran parte, al hecho que por la pandemia del Covid 19, muchos de ellos tuvieron que utilizar las redes sociales para vender sus productos por el cierre de ferias, mercados, circulación de personas, traslado de pasajeros, etc. Si embargo, una serie de dificultades impiden esta incorporación entre ellas se

identifica a la falta de equipamiento, la falta de competencias digitales y los bajos ingresos que impiden pagar el costo de los servicios de internet. Los expertos añaden que los artesanos tienen temor a que si se formalizan se les cobrará impuestos que no pueden pagar.

4. Sobre este mismo constructo, en relación con los beneficios de participar en la economía colaborativa el 40% no tienen nada de conocimiento sobre la pregunta consultada y el 47.4% manifiestan tener poco conocimiento sobre la pregunta consultada. Este conocimiento resulta muy importante porque la economía colaborativa permite que los artesanos hagan negocios con personas que ni conocen y se encuentran incluso en otros continentes, es decir bastante distantes de donde se realiza la producción artesanal. A través de esta relación se pueden arreglar precios y conocer intereses y necesidades de los clientes, tomando decisiones sobre la producción para atender a estas expectativas.
5. Respecto al constructo conceptual sobre competencias digitales, la mayor parte (64.5%) no sabe lo que son las competencias digitales; o tienen nada de conocimiento sobre la pregunta consultada, asimismo si bien el 37.3% del total de encuestados manifiestan tener poco conocimiento sobre lo que son las redes sociales, y el (45.7%) tener regular se debe a que muchos artesanos combinan la forma de venta directa con la publicidad a través de Wasap y Facebook, sin embargo tiene temor al plagio por lo que las fotos y otros recursos son escasamente publicitados, invitando a los clientes a ver directamente el producto en los lugares de exposición. Sobre la economía colaborativa el 95% no tiene nada de conocimiento y el 5%. Resulta importante comunicar sobre las ventajas y desventajas de este modelo económico.
6. El constructo conceptual, sobre el conocimiento de utilización de las páginas web plataformas digitales, que el 83% no tienen nada de conocimiento; por último, acerca del conocimiento para producir y difundir videos y presentaciones con fines comerciales 96.6% del total de encuestados manifiestan no tener conocimiento sobre este aspecto. Resulta muy urgente que los artesanos adquieran habilidades para producir y difundir videos y presentaciones debido a que cuando el cliente no está cerca al lugar de venta o producción los videos, presentaciones digitales sustituye en gran parte la publicidad directa que puede realizar el artesano, porque

permite observar la calidad del producto, sus características, su belleza, su diseño, etc. Aunque comprador-vendedor se encuentren muy lejos uno del otro.

LISTA DE REFERENCIAS

BlaBlaCar (2022). <https://blog.blablacar.es/blablalife/viaje-en-carretera/semana-santa>.

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. (2016). #Economíacolaborativa:

1.150 respuestas a nuestras recomendaciones. Obtenido de <https://blog.cnmc.es/2016/06/03/economiacolaborativa-1-150-respuestas-a-nuestrasrecomendaciones/>

Comisión Europea (2016) “Una Agenda Europea para la economía colaborativa”.

Disponible en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:52016DC0356>

Correa García L.J (2015) recursos, capacidades y aspectos culturales en el desempeño económico en los talleres artesanales de la zona metropolitana de Zacatecas.

Tesis de Doctorado de la Universidad Autónoma de Aguascalientes. <http://bdigital.dgse.uaa.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/11317/364/401166.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Diazgranados J. (2021) Tejiendo historia y fortaleciendo identidad. Universidad Externado de Colombia.

https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/handle/001/4129/DAA-spa-2021-tejiendo_historia_y_fortaleciendo_la_identidad?sequence=1&isAllowed=y

Doménech Pascual Gabriel (2015). La regulación de la economía colaborativa. El caso

Uber contra el taxi. Universitat de València. https://www.academia.edu/15360185/La_regulacion_de_la_economia_colaborativa_El_caso_Uber_contra_el_taxi

Fernández D. M. (2018). Cómo calcular el volumen de ventas. Recuperado de:

<https://www.cuidatudinero.com/13075566/como-calculas-el-volumen-de-ventas>

González J. (2019). Sociología de las instituciones digitales, el estudio de la economía colaborativa. Tesis doctoral Universidad Complutense de Madrid.

Icaza D., Campoverde D., Verdugo G., Arias P. (2019). Technological or digital illiteracy.

Pol. Con. (Edición núm. 30) Vol. 4, No 2 Febrero 2019, pp. 393-406 ISSN: 2550 - 682X DOI: 10.23857/pc.v4i2.922

- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2021). estadísticas de las tecnologías de información comunicación de los hogares. Informe Técnico N° 02 del trimestre enero, febrero, marzo 2021. <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/02-informe-tecnico-tic-i-trimestre-2021.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2018). Censos nacionales 2017. <http://censo2017.inei.gob.pe/resultados-definitivos-de-los-censos-nacionales-2017/>
- Ley N° 31103 de 2020, Por la cual se declara de interés nacional la reactivación del sector turismo y se establece medidas para su desarrollo sostenible. Diario Oficial El Peruano del 20 de diciembre 2020 (p. 3-9)
- Ley N° 29073 de 2007. Ley del artesano y del desarrollo de la actividad artesanal. 25 de julio 2007. Diario Oficial El Peruano 349897.
- López, P. (2020) Cinco razones por las que un negocio debe estar en internet y en las redes sociales. <https://www.bbva.com/es/cinco-razones-por-las-que-un-negocio-debe-estar-en-internet-y-redes-sociales/>
- Marquina S. María (2009). Cooperación política transnacional para la interoperatividad de los negocios electrónicos. REDES- Revista hispana para el análisis de redes sociales Vol.17,#5, Diciembre 2009.
- MINCETUR (2021). Clasificador nacional de líneas artesanales. Lima. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
- Pérez, I, (2009) Tecnología Enemiga, El Miedo a lo desconocido. Recuperado de <http://aulamagica.wordpress.com>
- Pérez, R. (2016). Caracterizando la economía colaborativa. La Visión de los fundadores, en Economía Colaborativa BID. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Econom%C3%ADa-colaborativa-en-Am%C3%A9rica-Latina.pdf>
- Ríos Acuña, S. (2007). Artesanías del Perú historia tradición e innovación. Lima Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
- Salinas 2016.tesis <https://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/5788/tfg-sal-eco.pdf?sequence=1>
- Sanders, Bernie (1908). El Pragmatismo. Estados Unidos: Ediciones Encuentro

Stokes, K., Clarence, E., Anderson, L., & Rinne, A. (2014). Making Sense of the Uk Collaborative Economy. Nesta, (September), 49.

<https://fdocuments.net/document/nesta-making-sense-of-the-uk-collaborative-economy.html?page=2>

Uber. (8 de Mayo de 2022). Uber. Obtenido de <https://www.uber.com/esPE/newsroom/company-info/>.

UNESCO (2018). Competencias para un mundo conectado, nota conceptual. Recuperado de:

<https://es.unesco.org/sites/default/files/unesco-mlw2018-concept-note-es.pdf>

Valga G. Ariadna (2020). ¿Políticas para la economía del futuro? La economía colaborativa y las plataformas digitales en el Perú: un análisis de la respuesta del Congreso de la República (2014-2019). Tesis Pontificia Universidad Católica el Perú.

https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/16790/VALGA_GUTIERREZ_ARIADNA_ARACELLI_POLITICAS_ECONOMIA_FUTURO.pdf?sequence=1&isAllowed=y