



**UNIVERSIDAD ANDINA**

**NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS**

**INTERNACIONALES**



**INFLUENCIA DE LA ECONOMÍA DIGITAL EN EL  
DESARROLLO DE MICROEMPRESAS EN LA  
CIUDAD DE PUNO, 2024**

**TESIS PRESENTADA POR:**

**Bach. DENILSON QUISPE MACHACA**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

JULIACA – PERÚ

2025



**UNIVERSIDAD ANDINA**

**NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**INFLUENCIA DE LA ECONOMÍA DIGITAL EN EL  
DESARROLLO DE MICROEMPRESAS EN LA  
CIUDAD DE PUNO, 2024**

**TESIS PRESENTADA POR:**

**Bach. DENILSON QUISPE MACHACA**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:**

**LICENCIADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**APROBADO POR EL JURADO REVISOR:**

**PRESIDENTE**

**:**

  
\_\_\_\_\_  
**Dr. ULISES AGUILAR PINTO**

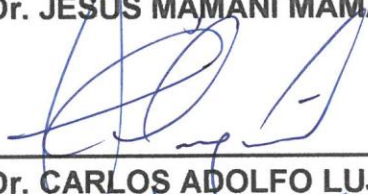
**PRIMER MIEMBRO**

**:**

  
\_\_\_\_\_  
**Dr. JESUS MAMANI MAMANI**

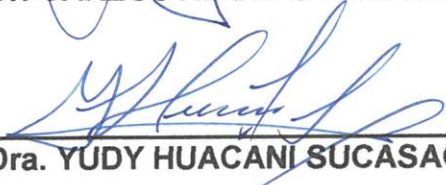
**SEGUNDO MIEMBRO**

**:**

  
\_\_\_\_\_  
**Dr. CARLOS ADOLFO LUJAN URVIOLA**

**ASESOR DE TESIS**

**:**

  
\_\_\_\_\_  
**Dra. YUDY HUACANI SUCASACA**

**LINEA DE INVESTIGACION**

**:**

**ECONOMIA SECTORIAL – P16**



**UNIVERSIDAD ANDINA  
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"**

**RESOLUCIÓN N° 064-2025-D-FCCF-UANCV-J**

Juliaca, 25 de abril del 2025

**VISTOS:** El Oficio No 011-2025-DUI-FCCF-UANCV de fecha 24 de abril del 2025, emitido por la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, y El Expediente N° CU – 2014 presentado por el (la) Bachiller: **QUISPE MACHACA DENILSON**, quien *solicita nominación de jurados, fecha y hora de sustentación*, para rendir el examen de sustentación y defensa de la tesis titulada: **INFLUENCIA DE LA ECONOMÍA DIGITAL EN EL DESARROLLO DE MICROEMPRESAS EN LA CIUDAD DE PUNO, 2024** conducente para optar el Título profesional de **LICENCIADO EN ECONOMIA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**, que fue revisada por el Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de Economía y Negocios Internacionales

**CONSIDERANDO:**

**Que**, de conformidad con el artículo 8°, numeral b) del Reglamento General de Grados y Títulos de la UANCV vigente, es procedente acceder a la petición del interesado.

**Que**, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

**Y estando**, la opinión favorable del Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, y las atribuciones que confiere el artículo 28° del Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

**SE RESUELVE:**

**ARTÍCULO PRIMERO: DECLARAR APTO** para la sustentación presencial del informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) el (la) bachiller: **QUISPE MACHACA DENILSON**, sorteo de jurado de la Tesis titulada: **INFLUENCIA DE LA ECONOMÍA DIGITAL EN EL DESARROLLO DE MICROEMPRESAS EN LA CIUDAD DE PUNO, 2024**, para optar el Título profesional de **LICENCIADO EN ECONOMIA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES** en virtud de los considerandos expuestos.

**ARTÍCULO SEGUNDO: NOMINAR JURADOS** para la sustentación presencial y defensa de la tesis a los siguientes docentes ordinarios:

Presidente	: Dr. ULISES AGUILAR PINTO
1er Miembro	: Dr. JESUS MAMANI MAMANI
2do Miembro	: Dr. CARLOS ADOLFO LUJAN URVIOLA
Asesor	: Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

**ARTÍCULO TERCERO. - PROGRAMAR FECHA Y HORA** de sustentación como se detalla:

Lugar	: Salón de Grados de la FCCF
Fecha	: LUNES, 05 de mayo del 2025
Hora	: 09:00 a.m.

**ARTÍCULO CUARTO. - DISPONER** que la comisión de Grados y Títulos de la facultad, secretarías académicas y administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

**DISTRIBUCIÓN:**

- Jurados	(3)
- Interesados	(1)
- Archivo	(1)



UNIVERSIDAD ANDINA  
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

Dra. **ROSALBA BEJAR PARRA**  
Decana (e) de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras

**RESOLUCIÓN N° 002-2025-DUI-FCCF-UANCV-J**

Juliaca, 21 de marzo del 2025

**Visto:** el Expediente N° 2024-CU-18593 de fecha 12 de diciembre del 2024, del Bach. **QUISPE MACHACA DENILSON**, quien solicita Revisión de Informe Final de la Investigación (Borrador de Tesis) y el Anexo (04 o 05) "Ficha de Opinión del Informe Final de la Investigación" que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de **Economía y Negocios Internacionales**.

**CONSIDERANDO:**

Que, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

Que, el (la) Bach. **QUISPE MACHACA DENILSON**, quien solicita la revisión y aprobación de la propuesta de Investigación titulado: **INFLUENCIA DE LA ECONOMÍA DIGITAL EN EL DESARROLLO DE MICROEMPRESAS EN LA CIUDAD DE PUNO, 2024**, asimismo fue aprobado para su ejecución de informe final (borrador de tesis) con **RESOLUCIÓN N° 608 - 2024-DUI-FCCF-UANCV-J**, conducente para optar el Título profesional de **LICENCIADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**, y

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable a la propuesta de investigación.

Que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de Contabilidad, corroboro la propuesta del (a) ASESOR (a) **Dra. YUDY HUACANI SUCASACA**, quien debe estar acreditado y facultado para orientar y ayudar al asesorado en el proceso de elaboración del trabajo de investigación (Tesis) y,

Estando, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras.

**SE RESUELVE:**

**ARTÍCULO PRIMERO:** APROBAR Y AUTORIZAR EL INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (BORRADOR DE TESIS) para la REVISIÓN DE SIMILITUD TURNITIN, del tema titulado: **INFLUENCIA DE LA ECONOMÍA DIGITAL EN EL DESARROLLO DE MICROEMPRESAS EN LA CIUDAD DE PUNO, 2024**, presentado por el (la) Bachiller. **QUISPE MACHACA DENILSON**, para optar el Título profesional de **LICENCIADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**, en virtud de los considerandos expuestos.

**ARTÍCULO SEGUNDO:** RATIFICAR como ASESOR(a) al: **Dra. YUDY HUACANI SUCASACA** **ARTÍCULO TERCERO:** DISPONER que la Facultad, secretarías académicas y administrativas, queden encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

**DISTRIBUCIÓN:**

- Interesados (1)
- Archivo (1)

UNIVERSIDAD ANDINA  
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZDr. ULISES AGUILAR PINTO  
DIRECTOR DE LA UNIDAD DE  
INVESTIGACIÓN FCCF

**RESOLUCIÓN N° 608 - 2024-DUI-FCCF-UANCV-J**

Juliaca, 31 de octubre del 2024

**Visto:** el Expediente N° 2024-CU-14891 de fecha 15 de octubre del 2024, el cual solicita Revisión de Propuesta de Investigación y el **Anexo (02 o 03) "Ficha de Opinión de la Propuesta de Investigación"** que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de **Economía y Negocios Internacionales**.

**CONSIDERANDO:**

Que, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

Que, el (la) Bach. **QUISPE MACHACA DENILSON**, quien solicita la revisión y aprobación de la propuesta de Investigación titulado: **INFLUENCIA DE LA ECONOMÍA DIGITAL EN EL DESARROLLO DE MICROEMPRESAS EN LA CIUDAD DE PUNO, 2024**, conducente para optar el Título profesional de **LICENCIADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**, y

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable a la propuesta de investigación.

Que, la Directora de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de Economía y Negocios Internacionales, corroboro la propuesta del (a) ASESOR (a) Dra. **YUDY HUACANI SUCASACA**, quien debe estar acreditado y facultado para orientar y ayudar al asesorado en el proceso de elaboración del trabajo de investigación (Tesis) y,

Estando, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras.

**SE RESUELVE:**

**ARTÍCULO PRIMERO: APROBAR Y AUTORIZAR LA EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN** titulado: **INFLUENCIA DE LA ECONOMÍA DIGITAL EN EL DESARROLLO DE MICROEMPRESAS EN LA CIUDAD DE PUNO, 2024**, presentado por el (la) Bachiller. **QUISPE MACHACA DENILSON**, en virtud de los considerados expuestos.

**ARTÍCULO SEGUNDO: RECONOCER** como ASESOR(a) al (a): **Dra. YUDY HUACANI SUCASACA**

**ARTÍCULO TERCERO: DISPONER** que la Facultad, secretarías académicas y administrativas, queden encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

**DISTRIBUCIÓN:**

- Interesados (1)  
- Archivo (1)

UNIVERSIDAD ANDINA  
"NESTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"  
  
Dra. Yudy Huacani Sucasaca  
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE  
INVESTIGACIÓN FCCF



### INFORME DE ORIGINALIDAD



### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez</b> Trabajo del estudiante	<b>4%</b>
<b>2</b>	<b>www.coursehero.com</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>repositorio.uancv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>repositorio.unjfsc.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>Submitted to Universidad Nacional Jose Faustino Sanchez Carrion</b> Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>alicia.concytec.gob.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>9</b>	<b>ulac.edu.ve</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>10</b>	<b>editoraartemis.com.br</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>11</b>	<b>Submitted to Universidad Nacional de Cañete</b> Trabajo del estudiante	<b>&lt;1%</b>
<b>12</b>	<b>repositorio.uta.edu.ec</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>13</b>	<b>repositorioacademico.upc.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>14</b>	<b>renati.sunedu.gob.pe</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>

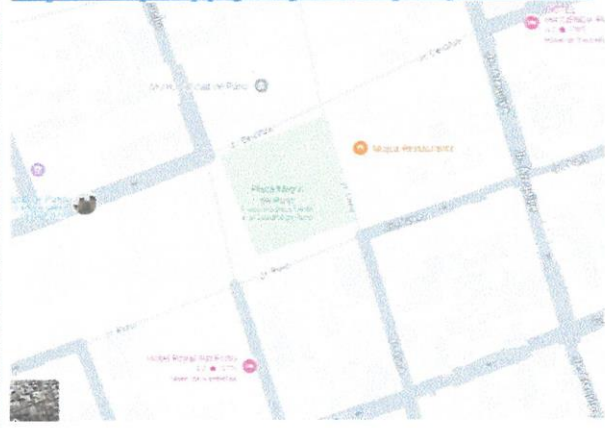


### Metadatos Complementarios



INFLUENCIA DE LA ECONOMÍA DIGITAL EN EL DESARROLLO DE MICROEMPRESAS EN LA CIUDAD DE PUNO, 2024	
<b>Datos de autor</b>	
Nombres y apellidos	DENILSON QUISPE MACHACA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	74574547
URL de ORCID	<a href="https://orcid.org/0009-0004-2026-7295">https://orcid.org/0009-0004-2026-7295</a>
<b>Datos de asesor</b>	
Nombres y apellidos	YUDY HUACANI SUCASACA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	40673820
URL de ORCID	<a href="https://orcid.org/0009-0008-3275-5586">https://orcid.org/0009-0008-3275-5586</a>
<b>Datos del jurado</b>	
<b>Presidente del jurado</b>	
Nombres y apellidos	ULISES AGUILAR PINTO
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02295853
<b>Miembro del jurado 1</b>	
Nombres y apellidos	JESUS MAMANI MAMANI
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02425043
<b>Miembro del jurado 2</b>	
Nombres y apellidos	CARLOS ADOLFO LUJAN URVIOLA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	01213364



<b>Datos de investigación</b>	
Línea de investigación	ECONOMIA SECTORIAL P-16
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento
Ubicación geográfica de la investigación	<p>País: Perú</p> <p>Departamento: Puno Provincia: Puno Distrito: Puno</p> <p>Latitud: -15.840525 Longitud: -70.027925 <a href="https://maps.app.goo.gl/fuCEqaZkjQ6Fzu9s7">https://maps.app.goo.gl/fuCEqaZkjQ6Fzu9s7</a></p> 
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Enero 2024 - Diciembre 2024
URL de disciplinas OCDE	<p><b>Ciencias sociales</b> <a href="https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.00.00">https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.00.00</a></p> <p><b>Economía, Negocios</b> <a href="https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.00">https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.00</a></p>



UNIVERSIDAD ANDINA  
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

Dr. ULISES AGUILAR PINTO  
DIRECTOR DE LA UNIDAD DE  
INVESTIGACIÓN FCCF



### DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo DENILSON QUISPE MACHACA,  
identificado con DNI Nro. 74574547, en mi condición de egresado de:



- Escuela Profesional**
- Programa de Segunda Especialidad,**
- Programa de Maestría o Doctorado**

#### ECONOMIA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

informo que he elaborado el/la  **Tesis** o  **Trabajo de Investigación,**  **Trabajo Académico** denominada:

**INFLUENCIA DE LA ECONOMÍA DIGITAL EN EL DESARROLLO DE MICROEMPRESAS EN LA CIUDAD DE PUNO, 2024**

Asesorado por: Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 27 de Mayo  
del 2025

Firma del Asesor  
(obligatoria)

Firma del Estudiante  
(obligatoria)



Huella



## DEDICATORIA

A Dios, fuente eterna de vida y sabiduría, por ser mi guía invisible en cada jornada, por sostenerme cuando el peso del camino parecía más grande que mis fuerzas, y por iluminar mi mente cuando las dudas nublaban mi horizonte. Gracias por tus silencios que me enseñaron paciencia, por tus señales sutiles que orientaron mis pasos, y por cada amanecer que me recordaba que aún quedaba un propósito por cumplir. A Ti, que estuviste en cada logro, en cada tropiezo y en cada oración susurrada con esperanza.

A mis padres, por su amor incondicional, su ejemplo de esfuerzo y perseverancia, y por ser el principal apoyo en cada etapa de mi formación.

A mi pareja, por su compañía inquebrantable, comprensión y aliento en los momentos de mayor desafío.

A mis primos, por su cercanía, apoyo afectivo y por celebrar conmigo cada logro alcanzado.



## AGRADECIMIENTOS

A Dios, por ser mi sustento en los momentos de duda, por concederme la fortaleza para continuar aun cuando el camino se volvió empinado, y por regalarme cada día la claridad para avanzar con fe y propósito. Gracias por escuchar mis oraciones en el silencio, por las respuestas que llegaron a su tiempo y por acompañarme con tu amor invisible pero constante.

A mis docentes de la Escuela Profesional de Economía y Negocios Internacionales, por ser faros de conocimiento y vocación, por cada clase impartida con entrega y cada consejo compartido con sabiduría. Gracias por transmitir más que teoría, por enseñarme a pensar con visión crítica, ética y global, y por prepararme para enfrentar con responsabilidad los desafíos del mundo económico y comercial.

A mis compañeros de carrera, compañeros de lucha y aprendizaje, con quienes compartí largas jornadas de estudio, trabajos en equipo y sueños de futuro. Gracias por su apoyo, por las ideas intercambiadas, y por ese espíritu de colaboración que dio sentido al camino recorrido. En ustedes encontré más que colegas: aliados, amigos y seres humanos valiosos con los que fue un honor transitar esta etapa.



## ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTOS .....	iv
ÍNDICE GENERAL .....	v
ÍNDICE DE TABLAS .....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	ix
RESUMEN .....	x
ABSTRACT .....	xi
INTRODUCCION .....	xii

### CAPÍTULO I

#### EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema .....	1
1.2. Formulación del Problema.....	3
1.2.1. Problema general .....	3
1.2.2. Problemas específicos .....	3
1.3. Justificación del estudio.....	4

### CAPÍTULO II

#### OBJETIVOS

2.1. Objetivo general.....	6
2.2. Objetivos específicos.....	6

### CAPÍTULO III

#### MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1. Antecedentes de la investigación .....	7
3.1.1. A nivel internacional .....	7
3.1.2. A nivel local .....	14



3.2.	Marco teórico .....	14
3.2.1.	Teoría de la brecha digital .....	14
3.2.2.	Economía digital .....	17
3.2.3.	Desarrollo de microempresas.....	23
3.3.	Marco conceptual .....	27

## CAPÍTULO IV

### HIPÓTESIS

4.1.	Hipótesis general .....	30
4.2.	Hipótesis específicas .....	30
4.3.	Variables.....	30
4.4.	Operacionalización de variables .....	31

## CAPÍTULO V

### PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1.	Enfoque de la investigación .....	32
5.2.	Métodos aplicados a la investigación .....	32
5.3.	Tipo de investigación .....	33
5.4.	Nivel de investigación .....	33
5.5.	Diseño de la investigación .....	33
5.6.	Población y muestra .....	34
5.6.1.	Población.....	34
5.6.2.	Muestra .....	34
5.7.	Técnicas e instrumentos.....	36
5.7.1.	Técnica.....	36
5.7.2.	Instrumento .....	36
5.8.	Confiabilidad y validez del instrumento.....	37



5.8.1. Confiabilidad .....	37
5.8.2. Validez.....	37
5.9. Procedimiento de tratamiento de datos .....	38
5.10. Contrastación de hipótesis .....	38
<b>CAPÍTULO VI</b>	
<b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b>	
6.1. Presentación de resultados .....	42
6.1.1. Resultados – variable independiente.....	43
6.1.2. Resultados – variable dependiente .....	49
6.2. Discusión de resultados.....	56
CONCLUSIONES.....	59
RECOMENDACIONES .....	61
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....	62
ANEXOS .....	70
ANEXO N° 2 MATRIZ INSTRUMENTAL.....	72
ANEXO N° 3 INSTRUMENTO DE LA INVESTIGACION .....	73
ANEXO N° 4 FICHAS DE VALIDEZ DE INSTRUMENTOS .....	75



## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b>	Operacionalización de variables .....	31
<b>Tabla 2</b>	Microempresas en el departamento de Puno .....	34
<b>Tabla 3</b>	Confiabilidad del instrumento.....	37
<b>Tabla 4</b>	Correlación de la HE1 .....	38
<b>Tabla 5</b>	Correlación de la HE2 .....	39
<b>Tabla 6</b>	Correlación de la HE3.....	40
<b>Tabla 7</b>	Correlación de la HG.....	41
<b>Tabla 8</b>	Dimensión 1: acceso e innovación digital .....	43
<b>Tabla 9</b>	Dimensión 2: capacitación digital.....	45
<b>Tabla 10</b>	Dimensión 3: mercado digital.....	47
<b>Tabla 11</b>	Dimensión 4: crecimiento económico.....	49
<b>Tabla 12</b>	Dimensión 5: expansión de mercado .....	51
<b>Tabla 13</b>	Dimensión 6: productividad.....	54



## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Dimensión 1: acceso e innovación digital.....	45
<b>Figura 2</b> Dimensión 2: capacitación digital.....	47
<b>Figura 3</b> Dimensión 3: mercado digital.....	49
<b>Figura 4</b> Dimensión 4: crecimiento económico.....	51
<b>Figura 5</b> Dimensión 5: expansión de mercado.....	53
<b>Figura 6</b> Dimensión 6: productividad.....	55



## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo principal determinar la influencia de la economía digital en el desarrollo de microempresas en la ciudad de Puno durante el año 2024. Para ello, se utilizó un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental de tipo básico, El estudio se enfocó en los microempresarios de la región, a quienes se les aplicaron encuestas para recopilar datos sobre su nivel de adopción de herramientas digitales, su impacto en las operaciones diarias y las percepciones sobre los beneficios derivados de la digitalización. Los hallazgos revelaron que la economía digital tiene una incidencia significativa en el desarrollo de las microempresas. un 72.4% de los encuestados afirmó que emplea redes sociales para promocionar sus productos, mientras que el 47.6% reportó un aumento en sus ventas gracias a la integración de herramientas digitales en sus operaciones. Asimismo, el análisis estadístico confirmó una fuerte correlación positiva entre la economía digital y el desarrollo empresarial, con un coeficiente de 0.886, lo que refleja un impacto significativo. En conclusión, la investigación confirma que la economía digital desempeña un papel fundamental en el desarrollo de las microempresas en Puno, al impulsar su crecimiento económico, ampliar sus mercados y aumentar su eficiencia operativa. Se destaca la necesidad de fortalecer el acceso a tecnologías digitales, fomentar programas de capacitación en su uso y mejorar la infraestructura tecnológica en la región, para maximizar los beneficios de la digitalización y potenciar el desarrollo empresarial.

**Palabras clave:** economía, digital, desarrollo, microempresa y promocionar.



## ABSTRACT

The main objective of the research was to determine the influence of the digital economy on the development of microbusinesses in the city of Puno during the year 2024. To do this, a quantitative approach was used with a basic non-experimental design. The study focused on microentrepreneurs in the region, to whom surveys were administered to collect data on their level of adoption of digital tools, their impact on daily operations and perceptions of the benefits derived from digitalization. The findings revealed that the digital economy has a significant impact on the development of microbusinesses. 72.4% of respondents stated that they use social networks to promote their products, while 47.6% reported an increase in their sales thanks to the integration of digital tools in their operations. Likewise, the statistical analysis confirmed a strong positive correlation between the digital economy and business development, with a coefficient of 0.886, reflecting a significant impact. In conclusion, the research confirms that the digital economy plays a fundamental role in the development of microbusinesses in Puno, by boosting their economic growth, expanding their markets and increasing their operational efficiency. The need to strengthen access to digital technologies, promote training programs in their use and improve technological infrastructure in the region is highlighted, to maximize the benefits of digitalization and enhance business development.

**Keywords:** economy, digital, development, microbusiness and promote.



## INTRODUCCION

En los últimos años, la economía digital ha emergido como un elemento clave para impulsar el desarrollo empresarial, especialmente en regiones como la ciudad de Puno, donde las microempresas representan un pilar fundamental de la economía local. La implementación de tecnologías digitales ha transformado significativamente las operaciones de estas empresas, facilitando la ampliación de mercados, la optimización de procesos y el aumento de la competitividad. Sin embargo, esta transición no está exenta de desafíos, ya que muchas microempresas enfrentan obstáculos como la falta de acceso, capacitación y capacidad para aprovechar plenamente las herramientas tecnológicas disponibles. En este contexto, el presente estudio analiza la influencia de la economía digital en el desarrollo de las microempresas en la ciudad de Puno durante el año 2024.

La importancia de esta investigación radica en comprender cómo la digitalización puede actuar como un catalizador para el crecimiento económico sostenible en las microempresas, superando las barreras estructurales y organizativas que limitan su desarrollo. Este análisis es esencial para identificar el impacto de la economía digital no solo en el fortalecimiento de las empresas individuales, sino también en el progreso económico regional. Además, el estudio busca abordar las brechas existentes en la adopción digital, resaltando tanto las oportunidades como los retos que enfrentan las microempresas en su transición hacia un entorno digitalizado.

El trabajo está organizado en seis capítulos, diseñados para abordar de manera estructurada cada aspecto de la investigación:

Capítulo 1: El problema



Este capítulo establece el contexto general de la investigación, describiendo las principales limitaciones y oportunidades asociadas con la economía digital y su influencia en las microempresas de Puno. Asimismo, se define la problemática y se justifica la relevancia del estudio.

## Capítulo 2: Objetivos

Se plantean los objetivos generales y específicos de la investigación. El objetivo principal es analizar cómo la economía digital impacta en el desarrollo de las microempresas en Puno. Los objetivos específicos se centran en evaluar su efecto en el crecimiento económico, la expansión de mercados y la mejora de la productividad empresarial.

## Capítulo 3: Marco teórico

En este capítulo se presenta una revisión exhaustiva de la literatura existente, abarcando conceptos como economía digital, competitividad, productividad y transformación digital. También se analizan investigaciones previas sobre el impacto de la digitalización en microempresas, sentando las bases teóricas para interpretar los resultados del estudio.

## Capítulo 4: Hipótesis

Aquí se desarrollan las hipótesis del estudio. La hipótesis principal establece que la economía digital tiene una influencia significativa en el desarrollo de las microempresas en Puno. Las hipótesis específicas analizan cómo afecta la digitalización aspectos clave como el crecimiento económico, la expansión de mercados y la productividad.

## Capítulo 5: Metodología

Este capítulo describe el enfoque metodológico adoptado, que es de tipo cuantitativo con un diseño no experimental y correlacional. Se detalla la



población estudiada, las herramientas utilizadas para recolectar datos y los métodos estadísticos empleados para analizar la información obtenida.

## Capítulo 6: Resultados, conclusiones y recomendaciones

Finalmente, este capítulo presenta los hallazgos más destacados de la investigación, respondiendo las preguntas planteadas y validando las hipótesis formuladas. También se ofrecen conclusiones clave y recomendaciones específicas dirigidas a actores relevantes, con el propósito de maximizar los beneficios que la economía digital puede ofrecer a las microempresas.

El presente estudio no solo busca analizar el impacto de la economía digital en las microempresas de Puno, sino también proponer soluciones prácticas para potenciar su desarrollo. De esta manera, se espera contribuir a la construcción de una economía regional más dinámica, equitativa y sostenible.



## CAPÍTULO I

### EL PROBLEMA

#### 1.1. Planteamiento del problema

A nivel internacional, la economía digital ha tenido un impacto significativo en el crecimiento y desarrollo de las microempresas, que representan una parte esencial de las economías globales, especialmente en países en desarrollo. Según un informe del Banco Mundial (2020), la digitalización ha permitido a las microempresas acceder a nuevas oportunidades de negocio a través del comercio electrónico, mejorar su eficiencia operativa con el uso de tecnologías digitales y reducir costos gracias a la adopción de herramientas como el marketing digital y los sistemas de gestión en la nube. En países como China e India, la digitalización ha impulsado el desarrollo de millones de microempresas, facilitando su inserción en la economía formal y su expansión a mercados internacionales.

Sin embargo, el impacto de la economía digital en las microempresas varía según el nivel de desarrollo de cada país. En economías en desarrollo, la falta de infraestructura tecnológica, la baja alfabetización digital y la limitada conectividad dificultan la plena integración de las microempresas en el entorno digital. De acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo (2019), más del 60% de las microempresas en países en desarrollo carecen de acceso a



tecnologías digitales avanzadas, lo que restringe su capacidad de competir en el mercado global. La brecha digital se ha convertido en uno de los principales obstáculos para que las microempresas alcancen su pleno potencial.

En el Perú, la influencia de la economía digital en las microempresas ha cobrado relevancia en los últimos años, especialmente debido al impulso acelerado de la digitalización a raíz de la pandemia de COVID-19. De acuerdo con el Ministerio de la Producción (2022), el 80% de las microempresas peruanas experimentaron una necesidad crítica de digitalizar sus procesos y operaciones durante la pandemia. La adopción de tecnologías digitales permitió a muchas de estas microempresas mantenerse a flote en un contexto de crisis, principalmente a través del uso de plataformas de comercio electrónico y pagos digitales. El auge de aplicaciones de delivery y de pagos electrónicos, como Yape y Plin, ha sido un factor clave para la supervivencia y crecimiento de microempresas en sectores como la gastronomía y el comercio minorista (Ministerio de la Producción, 2022).

No obstante, el proceso de digitalización no ha sido equitativo. Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2023), regiones urbanas como Lima tienen mejor acceso y uso de tecnologías digitales que las zonas rurales del sur andino. Aunque iniciativas como "Perú Digital" buscan impulsar la transformación digital, la limitada conectividad a Internet y la falta de formación en competencias digitales siguen siendo barreras importantes para las microempresas en estas regiones.

A nivel local, en el Departamento de Puno, el desarrollo de las microempresas dentro de la economía digital enfrenta desafíos importantes, especialmente en zonas rurales, donde la infraestructura tecnológica es limitada



y el acceso a Internet es deficiente. Aunque algunas microempresas urbanas han comenzado a adoptar herramientas digitales para mejorar su visibilidad y ventas, la falta de capacitación y recursos dificulta la implementación de soluciones tecnológicas en la región. Además, la ausencia de programas locales sostenibles para apoyar la transformación digital limita su acceso a mercados más amplios.

En este contexto, es fundamental realizar un análisis profundo de la influencia real de la economía digital en el desarrollo de las microempresas de Puno durante el año 2024. Si bien se han tomado algunas medidas iniciales para fomentar la digitalización, es crucial examinar si estas iniciativas están teniendo un impacto significativo o si las microempresas de Puno siguen enfrentando barreras estructurales que impiden su pleno desarrollo.

## **1.2. Formulación del Problema**

### **1.2.1. Problema general**

- ¿Cómo influye la economía digital en el desarrollo de microempresas en la ciudad de Puno, 2024?

### **1.2.2. Problemas específicos**

- ¿De qué manera influye la economía digital en el crecimiento económico de las microempresas en la ciudad de Puno, 2024?
- ¿De qué manera influye la economía digital en la expansión de mercado de las microempresas de la ciudad de Puno, 2024?
- ¿De qué manera influye la economía digital en la productividad de las microempresas de la ciudad de Puno, 2024?



### 1.3. Justificación del estudio

Desde un punto de vista teórico, esta investigación contribuye a expandir el cuerpo de conocimiento existente sobre la relación entre la economía digital y el desarrollo empresarial, con un enfoque específico en economías emergentes como la de Puno. Los estudios previos han demostrado que la innovación digital tiene un impacto significativo en la eficiencia empresarial y el crecimiento económico. Sin embargo, la mayor parte de la literatura se centra en áreas urbanas más desarrolladas, dejando una brecha en el análisis de regiones periféricas como Puno. Este trabajo, por lo tanto, llenará ese vacío, al analizar cómo los avances en tecnología digital están siendo adoptados y aprovechados en contextos locales, y cómo influyen en el desarrollo empresarial de zonas menos estudiadas.

La economía digital ha transformado profundamente la forma en que las empresas operan en todo el mundo. En el contexto de Puno, esta transformación aún está en desarrollo, lo que representa tanto oportunidades como desafíos para los empresarios locales. Esta investigación es relevante porque permite identificar el nivel de adopción y uso de tecnologías digitales en las empresas de Puno, así como sus efectos en el crecimiento económico y competitividad. Además, los resultados servirán como una guía para microempresas y pymes que desean implementar tecnologías digitales de manera efectiva, ayudándolas a mejorar su productividad, reducir costos operativos y acceder a nuevos mercados. La investigación beneficiará a los actores locales en su proceso de adaptación a la economía digital, promoviendo un desarrollo empresarial más sostenible y eficiente.



Metodológicamente, esta investigación utilizará un enfoque cuantitativo, para proporcionar una visión integral del fenómeno. Se realizará un análisis detallado de las microempresas y pymes en Puno, evaluando su acceso a tecnologías digitales, su nivel de adopción de herramientas innovadoras y su impacto en el desarrollo empresarial. El estudio aplicará encuestas para capturar las percepciones de los empresarios locales, mientras que los datos secundarios se obtendrán de fuentes estadísticas regionales y nacionales. Este enfoque metodológico es adecuado porque permitirá triangulación de la información, asegurando resultados más completos y precisos para entender el impacto real de la economía digital en el desarrollo empresarial local.



## CAPÍTULO II

### OBJETIVOS

#### 2.1. Objetivo general

- Determinar la influencia de la economía digital en el desarrollo de microempresas en la ciudad de Puno, 2024

#### 2.2. Objetivos específicos

- Identificar la influencia de la economía digital en el crecimiento económico de las microempresas en la ciudad de Puno, 2024
- Identificar la influencia de la economía digital en la expansión de mercado de las microempresas de la ciudad de Puno, 2024
- Identificar la influencia de la economía digital en la productividad de las microempresas de la ciudad de Puno, 2024



## CAPÍTULO III

### MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

#### 3.1. Antecedentes de la investigación

##### 3.1.1. A nivel internacional

Según García (2020) su estudio tiene como objetivo estudiar cómo está evolucionando la economía digital en Latinoamérica, enfocándose en la implementación de internet y banda ancha en algunos países, para ello se utilizó un enfoque cualitativo y un diseño de investigación a largo plazo. Los resultados muestran que, aunque ha habido avances, la economía digital en Latinoamérica todavía enfrenta problemas como la falta de personal capacitado, la baja inversión en investigación y desarrollo, y la inestabilidad del mercado. A pesar de los esfuerzos gubernamentales para mejorar la cobertura de internet, no se ha visto un aumento significativo en el uso del comercio electrónico en la región. En conclusión, se destaca la necesidad de seguir invirtiendo en infraestructura digital y en la formación de especialistas para mejorar la competitividad y aprovechar mejor las tecnologías.

Por otro lado, Carrión et al. (2024) en su artículo tuvo como objetivo entender cómo la economía digital ayuda a las empresas a ganar la lealtad de los clientes, fomentar la innovación y aprovechar mejor los recursos. Su metodología fue cualitativa, y se basó en analizar como la digitalización usando



nuevas tecnologías aumenta las ganancias y la demanda de servicios, personal y usuarios, centrándose en las pequeñas y medianas empresas. Los resultados muestran que usar la economía digital mejora la productividad de las empresas, permitiéndoles adaptarse mejor a lo que pide el mercado, gracias al uso de internet, comercio electrónico y datos digitales. En el caso de la empresa INCARPALM, se vio cómo el uso de las tecnologías de la información transforma la forma en que la empresa produce y se relaciona con sus clientes, creando más valor. En conclusión, las empresas que se adaptan a la economía digital pueden obtener ventajas competitivas y mantenerse importantes en un mundo empresarial cada vez más digital.

Chuya et al. (2021) nos mencionan en su investigación que como objetivo estudiaron cómo la economía digital puede ayudar a las pequeñas y medianas empresas (Pymes) a ser más competitivas y productivas. Para hacerlo, se utilizó un enfoque descriptivo y explicativo, analizando investigaciones previas sobre el impacto de la economía digital en estas empresas. Se aplicó una encuesta a 160 Pymes seleccionadas de un total de 271, que habían sido afectadas por los cambios de la globalización digital. Los resultados mostraron que muchas Pymes se beneficiaron de la economía digital, mejorando su productividad y pudiendo crecer. Sin embargo, otras no lograron adaptarse y terminaron cerrando o enfrentando problemas graves. En resumen, la economía digital ha tenido efectos positivos y negativos en las Pymes de Machala, siendo clave para su éxito o fracaso en el mundo actual.

Mero y Andrade (2020) en su tesis de investigación tuvieron como objetivo analizar cómo la economía digital afecta a las (Pymes). Se utilizó una metodología inductiva y deductiva, también se incluyó observación y encuestas



a 850 empresarios de la ciudad. Los resultados mostraron que la economía digital es esencial para el crecimiento de las empresas, ya que muchas Pymes que no se adaptan a las nuevas tecnologías tienden a cerrar, lo que genera desempleo. En cambio, las empresas que se actualizan digitalmente logran más ventas y se mantienen competitivas. Se concluyó que las Pymes deben aprovechar las herramientas digitales para mejorar la gestión de clientes y finanzas, lo cual puede ayudarles a crecer y mantenerse activas en el mercado.

Del Aguila et al. (2021) en su estudio tuvieron como objetivo analizar la economía digital, sus partes y cómo afecta a las empresas, especialmente en España, identificando sectores clave como telecomunicaciones, comercio electrónico e internet, y sus posibles efectos en el futuro de la industria y los mercados. La investigación tuvo como enfoque descriptivo y explicativo, revisando la literatura existente y analizando cómo las empresas españolas se están adaptando al entorno digital. Los resultados muestran que la economía digital ha transformado la forma en que las empresas operan, interactúan con los clientes y compiten, especialmente a través del comercio digital, lo que les permite acceder a nuevos mercados y ser más competitivas. Como conclusión, la economía digital es clave para la innovación y el crecimiento de las empresas, y aquellas que se adapten a las nuevas tecnologías podrán tener éxito en un mundo cada vez más globalizado.

Rodriguez y Juca (2023) en su estudio tuvieron como objetivo analizar cómo la economía digital ha impactado a las microempresas de restaurantes en Machala. Se utilizó una metodología descriptiva y documental, recopilando información de artículos científicos y páginas web confiables, y procesando los datos con el programa Excel para obtener resultados precisos. La investigación



se centró en las microempresas de restaurantes registradas en la Superintendencia de Compañías de Machala, y se encontró que ya utilizan medios digitales para realizar cobros. Un factor clave en este cambio hacia lo digital fue la pandemia del Covid-19, que obligó a los restaurantes a adaptarse rápidamente, implementando nuevas herramientas para la publicidad, el despacho y la cobranza. En conclusión, la economía digital ha tenido un gran impacto en estos negocios y se espera que, con el tiempo, esta tendencia se expanda a más sectores empresariales.

Coello y Pico (2019) nos comentan que el propósito de su estudio fue analizar cómo las redes sociales afectan la competitividad de las empresas en Ecuador, utilizando el modelo Canvas para evaluar aspectos clave como la propuesta de valor, la relación con los clientes, los socios importantes, y las actividades y recursos esenciales. La metodología consistió en una revisión bibliográfica que permitió identificar el modelo de competitividad más relevante, además de utilizar estadísticas del sector para justificar la elección del modelo más adecuado. Los resultados muestran que las redes sociales tienen un impacto importante en la competitividad, ya que ayudan a las empresas a mejorar su visibilidad y optimizar sus procesos. En conclusión, las redes sociales son esenciales para la competitividad de las empresas, especialmente cuando se aplican de manera estratégica dentro de un modelo de gestión como el Canvas, lo que les permite mejorar su posición en el mercado.

Polo (2021) en su tesis como objetivo se planteó estudiar cómo la transformación digital afecta la gestión financiera en las empresas de consumo masivo en el Perú y América Latina. Para esto, se usó una metodología cualitativa que combinó diversas fuentes de información y la opinión de expertos



y la investigación se centró en las empresas de consumo masivo de la región. Los resultados mostraron que la transformación digital ha influido de manera importante en la gestión financiera de estas empresas, especialmente debido a nuevas tecnologías y la necesidad de adaptarse rápidamente por la pandemia. Concluyéndose así, que se comprobó que la implementación de la transformación digital es fundamental para mejorar la gestión financiera, permitiendo a las empresas innovar y mantenerse competitivas en un entorno en constante cambio.

Chiroque et al. (2022) en su estudio el objetivo fue analizar el impacto de la economía digital en el desarrollo empresarial. Se utilizó una metodología descriptiva y correlacional para examinar la relación entre la economía digital y el crecimiento de las empresas. Los resultados demostraron que la economía digital tiene un impacto positivo en el desarrollo empresarial, ya que la adopción de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) contribuye significativamente a la mejora de las ventas y la gestión empresarial. Se concluye que la economía digital juega un papel crucial en el fortalecimiento de las empresas, destacando la importancia de promover el conocimiento y el uso eficaz de las TIC en el personal, lo cual es esencial para competir en un mercado cada vez más exigente.

Calle (2022) tuvo como propósito de su estudio en investigar cómo la transformación digital impacta a las pequeñas y medianas empresas (pymes), resaltando sus beneficios y desafíos. La investigación se basa en un enfoque descriptivo, que examina los conceptos clave, los pilares fundamentales y los aspectos que deben considerarse al implementar la digitalización en las pymes. El grupo de estudio está formado por empresas pequeñas y medianas que



enfrentan dificultades para adaptarse al entorno digital. Los resultados revelan que la transformación digital ayuda a las pymes a mejorar sus recursos, ser más competitivas y expandir su alcance en mercados internacionales. En conclusión, para lograr una transformación digital exitosa, las pymes deben contar con un liderazgo efectivo, capacitar a su personal constantemente y desarrollar estrategias que fomenten la innovación dentro de la empresa, lo cual contribuirá a su crecimiento y éxito en un mercado global.

### **3.1.1. A nivel nacional**

Según Gutiérrez et al. (2022) el objetivo de su estudio fue entender cómo la economía digital influye en el crecimiento de las empresas en Perú. Se utilizó un enfoque descriptivo con análisis estadístico correlacional, trabajando con 63 representantes de empresas en Lima Norte. Los resultados mostraron que el valor  $p$  (0,364) es menor a 0,05, lo que confirma que la economía digital tiene un efecto positivo en el desarrollo empresarial del país. En conclusión, la investigación señala que la economía digital favorece el crecimiento empresarial, y para aprovechar este impacto, las empresas deben adaptar su estructura organizativa y mejorar la comunicación digital para mejorar su presencia en el mercado.

Por otro lado, Chavez (2021) en su tesis tuvo como objetivo analizar cómo la economía digital afecta el desarrollo de las competencias emprendedoras. Se utilizó una investigación cuantitativa, de tipo descriptivo-correlacional y con un diseño no experimental. La población de estudio estuvo compuesta por 175 estudiantes, de los cuales se seleccionó una muestra de 120 personas. Los resultados demostraron que, aunque no se encontró evidencia de que la economía digital influya directamente en las competencias emprendedoras, sí



existió una relación débil entre el conocimiento de la economía digital y algunas habilidades emprendedoras como las interpersonales y las de negocio. Concluyéndose que hay una conexión positiva pero débil entre el conocimiento de la economía digital y el desarrollo de competencias emprendedoras.

Galindo y Morales (2024) en su investigación analiza cómo la economía digital impacta el crecimiento de las empresas, enfocándose en cómo las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) y el comercio electrónico influyen en el desarrollo de las empresas locales. A través de un enfoque cuantitativo y descriptivo, se estudiaron áreas clave como el uso de las TIC, los negocios y la alfabetización digitales, y se observó su relación con el crecimiento empresarial. Los resultados mostraron una relación positiva, destacando que la economía digital es crucial para mejorar la competitividad y fortaleza de las empresas en Huaura. Se concluyó que adoptar tecnologías digitales es esencial para el éxito y crecimiento de los negocios locales.

Finalmente, Rojas et al. (2023) como objetivo de su investigación fue crear e implementar una metodología ágil de transformación digital en un corto tiempo, con el fin de ayudar a las pymes del sector de logística ligera en Perú a mejorar su competitividad. Se utilizó un enfoque de investigación mixto, con un diseño exploratorio secuencial, que incluyó tanto observación como experimentación. El estudio incluyó a 750 pymes, de las cuales 255 formaron la muestra, seleccionada mediante un muestreo probabilístico estratificado. La conclusión principal es que la metodología implementada permitió transformar digitalmente a las empresas en solo cuatro meses, lo que resultó en un aumento en su competitividad.



### 3.1.2. A nivel local

Sucari et al. (2023) nos menciona que el objetivo de su estudio fue analizar el nivel de transformación digital en las empresas de Juliaca. Se utilizó un enfoque cuantitativo y descriptivo, con un diseño no experimental. La población de estudio consistió en 2017 empresas privadas de la ciudad, y se seleccionó una muestra aleatoria de 324 empresas, con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%. Para medir la transformación digital, se empleó un modelo de madurez digital, aprobado por la Consejería de Transformación Económica de Andalucía, que evalúa 18 áreas en 6 ejes. Los datos se recolectaron a través de una encuesta en línea y se analizaron usando el software SPSS. Los resultados revelaron que las empresas obtuvieron un puntaje promedio de 4.84, lo que indica que están en una fase inicial de transformación digital. Aunque han implementado algunas tecnologías en áreas específicas, aún lo hacen de forma aislada. En conclusión, las empresas de Juliaca han comenzado a incorporar recursos digitales, pero deben avanzar hacia una integración más completa y coherente de la tecnología.

### 3.2. Marco teórico

#### 3.2.1. Teoría de la brecha digital

La brecha digital es una forma de desigualdad que surge porque no todas las personas, comunidades o países tienen las mismas oportunidades para acceder y utilizar las tecnologías de la información y comunicación (TIC), como computadoras, internet o teléfonos inteligentes, esta brecha representa la diferencia entre quienes pueden aprovechar estas tecnologías y quienes no (Gómez et al., 2018). Por otra parte, la brecha digital se refería solo a la falta de



dispositivos e internet. Sin embargo, ahora se entiende de manera más completa, considerando tres aspectos fundamentales:

- **Acceso:** Tener a disposición los dispositivos y la conexión necesaria, como computadoras, celulares e internet.
- **Uso:** Saber utilizar estas tecnologías, desde navegar en internet hasta manejar aplicaciones complejas.
- **Apropiación:** Integrar las TIC en la vida diaria, utilizándolas para mejorar la educación, el trabajo, o incluso el entretenimiento.

### **Aspectos clave de la brecha digital**

la motivación, que se refiere al interés y las ganas de una persona por aprender y utilizar tecnologías, lo cual es fundamental para dar el primer paso hacia su adopción. Otro aspecto importante es la alfabetización digital, es decir, la capacidad de aprender a usar estas herramientas de forma eficiente, lo que permite aprovecharlas al máximo en la vida diaria. Por último, está el impacto social, que refleja cómo el acceso a la tecnología puede transformar positivamente la vida de las personas, facilitando mejores oportunidades laborales, acceso a la educación, comunicación con familiares y amigos, y una mayor inclusión en la sociedad digital.

### **Importancia de estudiar la brecha digital**

Estudiar este fenómeno ayuda a entender por qué algunas personas tienen más acceso a la tecnología que otras y cómo esto afecta su vida. Con esta información, se pueden diseñar políticas y proyectos que:

- **Fomenten la inclusión digital:** Asegurando que todos puedan acceder a las TIC, independientemente de su situación económica o ubicación.



- Reducir las desigualdades: Lograr que todos tengan las mismas oportunidades para aprender y crecer.
- Mejoren la calidad de vida: Permitiendo que más personas usen la tecnología para estudiar, trabajar y comunicarse.

Y según Lagravère (2013) en la actualidad, vivimos en un mundo globalizado donde los cambios son constantes debido al avance de la ciencia, la tecnología y la creación de nuevos conocimientos, además de los acuerdos internacionales de libre comercio. Estos cambios también han influido en el desarrollo de las empresas públicas y privadas que ofrecen servicios educativos. Sin embargo, el conocimiento en la sociedad no está distribuido de manera equitativa, lo que provoca que muchas veces las empresas no puedan aprovechar al máximo el talento disponible. Esto genera una brecha digital y tecnológica que retrasa la implementación de nuevos procesos y la mejora de los ya existentes, principalmente por la falta de conocimientos actualizados y el manejo adecuado de los procesos.

Y según todo lo mencionado, se deduce que la brecha digital que representa las desigualdades en el acceso y uso de tecnologías digitales puede limitar significativamente el potencial de las microempresas para beneficiarse de las oportunidades de la economía digital. Si las microempresas no tienen acceso adecuado a Internet y tecnologías digitales, o carecen de las habilidades necesarias para utilizarlas, su capacidad para innovar, competir y crecer en un mercado digitalizado se ve obstaculizada. En consecuencia, cerrar la brecha digital es esencial para que estas microempresas puedan aprovechar plenamente las ventajas de la economía digital y desarrollarse eficazmente.



### 3.2.2. Economía digital

Según Paz (2021) la economía digital es un cambio rápido y profundo en la forma en que funciona la economía, impulsado por las tecnologías digitales como internet, la inteligencia artificial y la robótica. Este cambio ha transformado cómo producimos, consumimos, trabajamos y nos relacionamos, especialmente acelerado por la pandemia de Covid-19, que hizo que muchas personas adoptaran el comercio electrónico, el trabajo remoto y las clases online. La economía digital se basa en la información y usa plataformas en internet para conectar a personas y empresas de todo el mundo, haciendo más fáciles y rápidos los intercambios de productos y servicios. Aunque trae grandes beneficios como mayor eficiencia y nuevas oportunidades, también genera problemas como el desempleo tecnológico, el control de grandes empresas sobre la economía y la pérdida de privacidad, lo que genera nuevas desigualdades. A pesar de estos retos, tiene un gran potencial para mejorar la productividad y ofrecer más oportunidades a nivel global.

Por otro lado, según la Plataforma Digital Única del Estado Peruano (2024) la economía digital es el impacto que tienen las tecnologías digitales en cómo producimos, compramos y vendemos productos y servicios. Esto ha cambiado los modelos tradicionales de negocio, haciendo que las empresas usen internet, plataformas digitales y redes de comunicación para ser más eficientes, seguros y transparentes. El concepto comenzó a usarse en los años 90 con la llegada de internet y ha evolucionado para incluir nuevos modelos de negocio como la economía colaborativa y empresas basadas en tecnologías digitales. Esta transformación está impulsando sectores como el comercio



electrónico y la banca digital, mejorando los procesos y creando nuevas formas de interactuar en el mercado.

Por otro lado, Sánchez e Hidalgo (2016) nos mencionan que la economía digital es un modelo económico que se basa en el uso de tecnologías digitales, como internet, para realizar negocios. En lugar de tener oficinas o sucursales físicas en diferentes países, las empresas operan principalmente en la "nube", lo que les permite estar más conectadas y ser más flexibles. Esta economía promueve el comercio en línea y el uso de grandes cantidades de datos para mejorar los servicios y encontrar nuevas oportunidades de negocio. También introduce nuevos modelos de negocio y plataformas donde los usuarios de todo el mundo interactúan, lo que ha permitido que grandes empresas dominen el mercado, pero también plantea desafíos como medir el valor de los productos digitales y la competencia en el entorno virtual.

Según todo lo mencionado, la economía digital es un modelo económico impulsado por el uso intensivo de tecnologías digitales, como internet, la inteligencia artificial, la robótica y las plataformas digitales. Este cambio transformador ha afectado profundamente cómo producimos, consumimos, trabajamos y nos relacionamos, especialmente acelerado por la pandemia de Covid-19. La economía digital ha reemplazado modelos tradicionales de negocio, permitiendo que las empresas operen principalmente en la "nube", conectando a personas y empresas de todo el mundo de manera más eficiente y rápida.

### **Acceso e innovación digital**

Según Peña (2021) el acceso digital se define como la capacidad total de los habitantes de un país para acceder a las tecnologías de la información y



comunicación (TIC). Esto significa que el acceso digital es la posibilidad de conectarse a internet y utilizar las herramientas y servicios digitales, lo cual es clave para la inclusión en el ámbito laboral, educativo y social. En este contexto, el acceso digital se considera un derecho básico y esencial para el desarrollo y la igualdad de oportunidades.

Según Jain (2023) la innovación digital es el uso de tecnologías y enfoques digitales para crear o mejorar productos, servicios, procesos y modelos de negocio. Esto significa aprovechar las herramientas y plataformas en línea para hacer que las empresas cambien y se adapten, mejorando la experiencia de los clientes y generando más valor para ellos.

Según Helster (2024) el acceso digital se refiere a la capacidad de mover y transferir grandes cantidades de datos rápidamente a través de tecnologías como los centros de datos, lo que permite que servicios digitales y tecnologías avanzadas, como la inteligencia artificial, funcionen de manera eficiente. Esencialmente, implica una conexión rápida y efectiva entre diferentes sistemas y componentes tecnológicos para que los datos fluyan sin problemas. En cambio, la innovación digital, por su parte, es el uso de avances en la velocidad de transmisión de datos para crear nuevas maneras de aplicar estas tecnologías. Esto permite desarrollar herramientas más avanzadas y mejorar constantemente la infraestructura digital, haciendo que sea más fácil procesar y almacenar grandes volúmenes de información, y optimizando la forma en que interactuamos con las tecnologías.

Según todo lo mencionado, el acceso digital se refiere a la capacidad de las personas para conectarse a internet y utilizar herramientas y servicios digitales, lo cual es esencial para garantizar la inclusión en áreas como el trabajo,



la educación y la vida social. Este acceso se considera un derecho fundamental, ya que permite a los individuos participar plenamente en la sociedad y aprovechar las oportunidades que ofrece la tecnología.

Por otra parte, la innovación digital consiste en utilizar tecnologías digitales para crear o mejorar productos, servicios, procesos y modelos de negocio. Se trata de aprovechar las herramientas y plataformas en línea para transformar las empresas, mejorando la experiencia de los clientes y generando mayor valor.

### **Capacitación digital**

Según Ortoll (2012) la capacitación digital es el proceso de aprender a usar la tecnología de forma eficaz, creativa y responsable en diferentes aspectos de la vida diaria, como el trabajo, la educación o las compras. Implica desarrollar habilidades para manejar información, crear contenido digital, cuidar la identidad en línea y comunicarse de manera segura y adecuada en internet. Esta formación es clave para adaptarse a los constantes avances tecnológicos y poder participar activamente en la sociedad digital, facilitando una mejor integración en el mundo laboral y social.

Por otro lado, Figueroa (2024) nos menciona que la capacitación digital es el proceso de aprender a usar la tecnología de manera efectiva, no solo manejando dispositivos o aplicaciones, sino también entendiendo cómo buscar información confiable, resolver problemas y actuar de forma segura en internet. Esto incluye habilidades para comunicarse, comprar en línea, acceder a servicios y proteger la identidad digital. En un mundo cada vez más conectado, estas competencias son fundamentales para aprovechar al máximo las oportunidades educativas, laborales y sociales que ofrece el entorno digital.

Finalmente, Lozano (2022) nos comenta que la capacitación digital es el proceso de aprender y desarrollar habilidades para usar las tecnologías digitales de forma segura y eficiente. Estas habilidades van desde el manejo básico de programas y aplicaciones hasta el conocimiento avanzado de herramientas tecnológicas y derechos digitales. Es fundamental para reducir la brecha digital y facilitar la transformación tecnológica en diferentes sectores, especialmente en la administración pública, donde se busca formar equipos más preparados para adaptarse a los cambios y ofrecer mejores servicios a una ciudadanía cada vez más conectada.

Según todo lo mencionado, la capacitación digital es el proceso de adquirir y desarrollar habilidades para usar las tecnologías digitales de manera efectiva, creativa, segura y responsable en diversos aspectos de la vida diaria, como el trabajo, la educación, las compras y la interacción social. Este proceso incluye desde el manejo básico de dispositivos y aplicaciones, la búsqueda y gestión de información confiable, hasta la creación de contenido digital, la protección de la identidad en línea y la comprensión de los derechos digitales. La capacitación digital no solo facilita la integración en el mundo laboral y social, sino que también es clave para reducir la brecha digital y apoyar la transformación tecnológica en sectores como la administración pública, permitiendo a las personas y organizaciones adaptarse a los constantes cambios tecnológicos y aprovechar las oportunidades del entorno digital.

### **Mercado digital**

Según Pérez (2019) El mercado digital se refiere al espacio en línea donde grandes plataformas actúan como intermediarias, conectando a muchos usuarios con diversas empresas. Estas plataformas, llamadas "guardianes de acceso" según la Ley de Mercados Digitales, tienen un impacto importante en la economía, operan en varios



países y mantienen una posición sólida y estable a lo largo del tiempo. En este entorno, el marketing digital se ha convertido en una herramienta clave para que las empresas crezcan y sigan siendo competitivas, aunque enfrentan retos como elegir las estrategias correctas y gestionar recursos limitados de manera eficiente.

Por otro lado, Calderón et al. (2021) nos menciona que el mercado digital se define como un espacio económico que utiliza medios digitales para el intercambio de bienes y servicios. En el caso de un Mercado Digital Regional (MDR), como el que propone la Alianza del Pacífico, se busca no solo eliminar barreras entre países, sino también fomentar el uso de tecnologías digitales, generar confianza entre los participantes y promover la inversión y la innovación. Este tipo de mercado permite una mayor escala comercial, mejor coordinación de recursos y reducción de costos de transacción, creando un entorno propicio para la integración digital y el crecimiento de la economía digital en la región.

Finalmente, Sabja (2023) nos menciona que el mercado digital es un espacio en línea donde las empresas y los clientes interactúan y realizan transacciones usando herramientas como sitios web, redes sociales y aplicaciones móviles. Se apoya en la tecnología e Internet para ofrecer productos y servicios, permitiendo llegar a personas de cualquier parte del mundo, identificar a los clientes ideales según sus intereses y necesidades, brindar comodidad para comprar desde cualquier lugar y medir fácilmente los resultados de las estrategias de ventas.

El mercado digital es un entorno económico y tecnológico donde empresas y clientes interactúan a través de plataformas en línea como sitios web, redes sociales y aplicaciones móviles para intercambiar bienes y servicios. Este espacio utiliza herramientas digitales e Internet para ampliar su alcance global, facilitar transacciones, segmentar audiencias de manera precisa y medir resultados estratégicos. Además, según su enfoque, puede operar como un mercado regional integrado, eliminando barreras geográficas, promoviendo la confianza, incentivando la inversión y fomentando



la innovación, con el objetivo de optimizar recursos, reducir costos y estimular el crecimiento económico.

### 3.2.3. Desarrollo de microempresas

Según Díaz (2021) el desarrollo de microempresas se refiere a un proceso integral en el que estas pequeñas organizaciones económicas, que suelen ser flexibles y adaptables, contribuyen al crecimiento socioeconómico mediante la generación de empleo, el incremento de ingresos familiares y su participación en las cadenas productivas. Este concepto enfatiza su importancia como herramienta para reducir la pobreza, fomentar la estabilidad socioeconómica y promover el desarrollo territorial. A pesar de su limitado aporte al Producto Interno Bruto (PIB), las microempresas desempeñan un papel fundamental en la economía al ser una respuesta a procesos económicos excluyentes y al crear oportunidades de autoempleo. Su desarrollo depende de políticas públicas focalizadas que reconozcan su contexto y necesidades específicas, promoviendo un tejido productivo fuerte y sostenible.

Por otro lado, Uribe (2017) nos dice que el desarrollo de microempresas consiste en mejorar su capacidad para competir y mantenerse en el mercado mediante la identificación de sus fortalezas y debilidades, así como la creación de estrategias que las ayuden a crecer. Esto incluye analizar sus características, resolver problemas operativos, aprovechar las tecnologías disponibles, administrar mejor sus recursos y garantizar su estabilidad financiera. También implica diseñar políticas públicas y herramientas prácticas que apoyen a los dueños en la gestión de sus negocios, fomentando así su impacto positivo en la economía y la sociedad.

Finalmente, Alves (2000) nos menciona que el desarrollo de microempresas se refiere a los esfuerzos para apoyar y fortalecer pequeños



negocios, especialmente en contextos de pobreza y desigualdad, como una solución para generar empleo y reducir problemas socioeconómicos. Este proceso implica el trabajo conjunto de organizaciones no gubernamentales (ONG) y el Estado, quienes aportan recursos, capacitación y oportunidades, promoviendo la integración de estos emprendimientos en la economía formal. Estas iniciativas destacan por empoderar a personas de bajos ingresos, como mujeres y trabajadores informales, ayudándoles a obtener ingresos sostenibles y contribuir al desarrollo económico local.

### **Crecimiento económico**

Según Tumbaco (2024) el crecimiento económico se refiere al avance en la capacidad de las microempresas para producir más y mejor, lo cual se logra principalmente mediante la incorporación de tecnología e innovación. Esto les permite ser más competitivas, optimizar sus procesos, reducir costos y diferenciarse en el mercado. Además, ayuda a superar obstáculos, aprovechar nuevas oportunidades y contribuir al desarrollo general al mejorar su desempeño y adaptarse a un entorno cambiante.

Por otra parte, Márquez et al. (2020) menciona que el crecimiento económico se refiere al aumento en la producción de bienes y servicios de un país, lo cual genera más ingresos y mayor disponibilidad de productos. Este concepto se mide con indicadores como el Producto Interno Bruto (PIB) y se enfoca en mostrar cuánto ha crecido la economía en términos de riqueza, sin necesariamente abordar aspectos como la distribución justa o el impacto ambiental de ese crecimiento.

Finalmente, Sánchez (2024) nos dice que el crecimiento económico se refiere al aumento en la cantidad de bienes y servicios que un país produce o en



el ingreso que genera durante un periodo, generalmente un año. Esto está relacionado con mejoras en la calidad de vida de la población. El Producto Interno Bruto (PIB) es la herramienta más utilizada para medirlo, y factores como el ahorro, la inversión y el comercio juegan un papel clave en este proceso.

El crecimiento económico es el aumento en la producción de bienes y servicios o el ingreso generado por un país o microempresa en un periodo determinado. Se logra mediante la mejora en la capacidad productiva, la incorporación de tecnología, innovación y optimización de procesos, lo que permite una mayor competitividad. Este crecimiento se mide principalmente a través del Producto Interno Bruto (PIB) y refleja el avance en términos de riqueza, aunque no aborda aspectos como la distribución de esa riqueza o el impacto ambiental. Factores como el ahorro, la inversión y el comercio son claves para impulsar este crecimiento, lo cual contribuye a mejorar la calidad de vida de la población y generar nuevas oportunidades.

### **Expansión de mercado**

Según Pursell (2024) la expansión de mercado es una estrategia que utilizan las empresas para incrementar sus ganancias cambiando la forma en que operan dentro de un mercado. Consiste en crecer hacia nuevos mercados, fuera de sus fronteras actuales, con el fin de obtener mayores beneficios y reducir los riesgos. Esto implica mejorar la forma en que trabajan con proveedores, fabricantes y minoristas, así como fortalecer su marca y relaciones públicas. El propósito es aprovechar nuevas oportunidades, ampliar su presencia y superar dificultades, buscando siempre crecer de manera rentable y sostenible.

Por otra parte, Quiñoy (2023) define que la expansión de mercado es cuando una empresa busca crecer al ingresar a nuevos mercados,



especialmente en países con economías en desarrollo. Para tener éxito, la empresa debe investigar bien el nuevo mercado, conocer a la competencia y establecer alianzas con empresas locales. Además, es importante invertir en tecnología y adaptarse rápidamente a los cambios, utilizando datos para tomar decisiones y asegurarse de que el plan de expansión esté funcionando bien. En resumen, se trata de aprovechar nuevas oportunidades para aumentar los ingresos, pero con una planificación cuidadosa y flexibilidad para enfrentar desafíos.

Finalmente, Ortega (2024) nos dice que el desarrollo de mercado es una estrategia que busca aumentar las ventas de una empresa al llevar sus productos o servicios a nuevos mercados. Esto puede implicar atraer a nuevos clientes, explorar nuevas áreas geográficas o adaptar los productos para diferentes grupos de personas. La idea es ampliar la base de clientes, diversificar las fuentes de ingreso y reducir riesgos, lo que ayuda a la empresa a crecer y a ser más competitiva en el mercado.

## **Productividad**

Según Moncada (2024) la expansión de mercado es una estrategia que busca llevar los productos o servicios de una empresa a nuevos lugares o grupos de personas, con el fin de aumentar las ventas. Esto puede implicar explorar nuevos territorios, atraer a clientes que antes no se habían considerado o adaptar lo que se ofrece para que sea atractivo para diferentes tipos de consumidores. El objetivo es crecer y reducir los riesgos al diversificar las fuentes de ingresos, aprovechando más oportunidades comerciales.

Por otra parte, Aguiar (2021) menciona que la productividad es la capacidad de hacer el mayor trabajo posible utilizando la menor cantidad de



recursos, como tiempo, dinero o esfuerzo. Se trata de trabajar de manera más eficiente, logrando buenos resultados sin desperdiciar recursos. Para ser productivo, es importante planificar bien las tareas, organizarlas de forma adecuada y priorizar lo más importante, con el objetivo de hacer más con menos esfuerzo.

Finalmente, Pérez y Gardey (2024) mencionan que la productividad es la habilidad de obtener más resultados utilizando menos recursos, como tiempo, dinero o materiales. En las empresas, se trata de hacer un mejor uso de lo que se tiene para lograr más, ya sea a través de mejores métodos de trabajo, la optimización del tiempo o la mejora de las herramientas disponibles. Al ser más productivo, una empresa puede aumentar su eficiencia, ahorrar recursos y obtener mejores beneficios, lo que la hace más competitiva y rentable.

La productividad es la capacidad de lograr mayores resultados con el mínimo uso de recursos, como tiempo, dinero o materiales. Implica trabajar de manera más eficiente, aprovechando al máximo los recursos disponibles para obtener mejores resultados. Esto se logra a través de una planificación adecuada, organización de tareas y optimización de métodos de trabajo. En el contexto empresarial, ser productivo permite aumentar la eficiencia, reducir costos y mejorar la competitividad, lo que contribuye a un crecimiento sostenible y a la rentabilidad de la empresa.

### **3.3. Marco conceptual**

#### **Comercio electrónico**

El comercio electrónico es la compra de bienes y servicios a través de Internet. Ha tenido un impacto notable en la demanda de ciertos productos, aunque aún se conoce poco sobre la composición de las compras online y las



características de los consumidores. Existen diferencias entre los consumidores que adquieren servicios, bienes duraderos y no duraderos a través de Internet (Banco Bilbao Vizcaya, 2015).

## **Economía**

Rincon (2007) menciona que la economía es una disciplina que estudia la administración de los bienes y recursos, con el objetivo de entender cómo se producen, distribuyen y consumen. Su origen etimológico proviene del griego "oikonomia", que significa "administración recta y prudente de los bienes".

## **Plataformas**

Las plataformas, según Da Silva y Núñez (2022) son estructuras basadas en hardware y software que sirven para facilitar la interacción entre diversos actores, como usuarios, empresas, instituciones y otros, con el fin de crear valor para todos los participantes. Su propósito principal es conectar a los usuarios y permitir el intercambio de bienes, servicios o recursos, reduciendo costos de transacción. A diferencia de las empresas tradicionales, que funcionan con un enfoque "hacia fuera", las plataformas operan con un modelo "hacia dentro", promoviendo la creación de relaciones dentro de su ecosistema.

## **Organización**

Según Washington (2019), una organización se refiere a una red de microempresas coordinada por una unidad específica, en este caso, la Unidad de Microempresa del Banco. Su función principal es promover la estrategia facilitando el intercambio de información, experiencias y conocimientos, ofreciendo asistencia técnica para proyectos, realizando actividades de capacitación y coordinando con otras entidades, como el BID y otras organizaciones que operan en el mismo campo.



## **Economía digital**

Baltimore (2023) menciona que la economía digital es un concepto que hace referencia a la parte de la economía que se basa en el uso masivo y rápido de Internet, impulsado por el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Esta economía se caracteriza por la adopción de nuevas tecnologías en los procesos de negocios, lo que permite reducir costos y generar innovación en todos los sectores económicos. Se trata de una producción económica derivada principalmente de insumos digitales, como habilidades y equipos tecnológicos (hardware, software, y comunicaciones), así como bienes y servicios digitales.



## CAPÍTULO IV

### HIPÓTESIS

#### 4.1. Hipótesis general

- La economía digital influye significativamente en el desarrollo de microempresas de las microempresas en la ciudad de Puno, 2024

#### 4.2. Hipótesis específicas

- La economía digital influye significativamente en el crecimiento económico de las microempresas en la ciudad de Puno, 2024
- La economía digital influye significativamente en la expansión de mercado de las microempresas de la ciudad de Puno, 2024
- La economía digital influye significativamente en la productividad de las microempresas de la ciudad de Puno, 2024

#### 4.3. Variables

##### Variable Independiente

- Economía digital

##### Variable dependiente

- Desarrollo de Microempresas

## 4.4. Operacionalización de variables

**Tabla 1**

*Operacionalización de variables*

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	Ítems
<b>VI: Economía digital</b>	Acceso e innovación digital.	Acceso a Internet.	1, 2, 3, 4 y 5
		Disponibilidad de infraestructura tecnológica.	5
		Uso de plataformas digitales (pagos digitales y redes sociales para promocionar)	
	Capacitación digital	Capacitación en el uso de dispositivos digitales.	6, 7 y 8
		Formación en marketing digital	
		Capacitación en el uso de tecnología digital.	
Mercado digital.	Comercio Electrónico	9, 10 y 11	
	Uso de plataformas de comercio digitales.		
	Penetración del mercado (promedio de consumidores)		
<b>VD: Desarrollo de microempresas</b>	Crecimiento económico	Incremento en ventas.	12, 13 y 14
		Aumento de rentabilidad.	
		Creación de nuevas líneas de negocio.	
	Expansión de mercado	Nuevos clientes adquiridos.	15, 16 y 17
		Expansión geográfica.	
		Participación en ferias virtuales o eventos de comercio electrónico.	
Productividad	Reducción de costos operativos.	18, 19, 20 y 21	
	Mejora en la eficiencia operativa.	21	
	Reducción en la tasa de error operativo.		
	Incremento en la capacidad productiva.		

*Nota. La presente tabla muestra la Operacionalización de ambas variables.*



## CAPÍTULO V

### PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

#### 5.1. Enfoque de la investigación

Según Hernández Sampieri et al. (2014) el enfoque propuesto para este estudio se enmarca dentro del paradigma del método cuantitativo de investigación, el cual sigue un proceso estructurado y secuencial. Cada etapa es fundamental y conduce a la siguiente, aunque es posible ajustar alguna fase si fuera necesario. Este método inicia con una idea que se va delimitando progresivamente, lo que permite definir objetivos y preguntas de investigación, revisar la literatura existente y desarrollar un marco teórico. A partir de las preguntas, se plantean hipótesis, se identifican las variables y se diseña un plan para su comprobación. Posteriormente, las variables se miden en un contexto específico, los datos obtenidos se analizan mediante técnicas estadísticas y, finalmente, se formulan conclusiones basadas en los resultados.

#### 5.2. Métodos aplicados a la investigación

El nivel de la investigación es correlacional, el cual, según Carrasco Díaz (2005), permite analizar y estudiar la relación entre hechos y fenómenos presentes en la realidad, considerados como variables. Este tipo de investigación busca determinar el grado de asociación o influencia entre las variables, o incluso



la ausencia de relación entre ellas. Para ello, se requiere trabajar con al menos dos variables.

### **5.3. Tipo de investigación**

La investigación que se realizó es de tipo básica, la cual, según Hernández Sampieri y Mendoza Torres (2018), se centra en ampliar el conocimiento sobre un tema específico y en comprender de manera más profunda un fenómeno natural. Su propósito es generar aportes relevantes que contribuyan al bienestar de la sociedad, proporcionando respuestas efectivas a los desafíos que puedan surgir en el contexto estudiado.

### **5.4. Nivel de investigación**

Este estudio se ubica en el nivel explicativo, ya que no se limita a describir o comprender un problema, sino que profundiza en descubrir las causas o razones detrás de él. El propósito principal de un estudio explicativo es responder al "por qué" de un fenómeno, en lugar de limitarse a observar su naturaleza o comportamiento (Lariguet, 2019).

### **5.5. Diseño de la investigación**

El diseño de esta investigación es no experimental transversal. Según Hernández Sampieri y Mendoza Torres (2018), este tipo de diseño se caracteriza por observar y medir las variables tal como se presentan en su entorno natural, sin realizar manipulaciones ni intervenciones. Además, su principal característica es que la recolección de datos se lleva a cabo en un único momento, permitiendo obtener una visión instantánea de la realidad estudiada.

## 5.6. Población y muestra

### 5.6.1. Población

La población de estudio está constituida por los dueños o encargados generales de las microempresas registradas oficialmente en la ciudad de Puno durante el año 2024. Esta población incluye todas aquellas microempresas que estén inscritas en la base de datos oficial en el (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2024). Teniéndose de esta forma 1587 microempresas en el departamento de Puno.

**Tabla 2**

*Microempresas en el departamento de Puno*

Cantidad de alta de microempresas		
Puno 2024	I Trimestre	1 436
	II Trimestre	1 738
	<b>Total</b>	<b>3174</b>
	<b>Promedio</b>	<b>1587</b>

*Nota. Se muestra la cantidad de microempresas activas en el año 2024.*

Considerado que solo se trabajó con la ciudad de Puno, el promedio total de microempresas se dividió entre las 13 regiones, teniendo un total de 122 microempresas. Sin embargo, tomando en cuenta que la Ciudad de Puno es la capital del departamento de Puno, las 122 microempresas se redondearon a 237 microempresas (por conveniencia).

### 5.6.2. Muestra

Respecto a la muestra, dado que la población de microempresas en Puno puede ser extensa, se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, seleccionando una cantidad representativa de microempresas, de acuerdo con



los datos oficiales disponibles. Para determinar el tamaño de la muestra, se utilizará una fórmula estadística que considere un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Además, se tendrán en cuenta factores como la accesibilidad de los dueños o encargados generales y la disposición a participar en la investigación

$$n = \frac{Z^2 N p q}{E^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

En donde:

N = total de elementos de la población (237)

Z = nivel de la certeza requerida (95%)

P = probabilidad esperada (90%)

Q = probabilidad no esperada (10%)

E = error aceptable (5%)

n = cantidad útil de elementos de la muestra (147)

Reemplazando:

$$(1.96)^2 (237) (0.5) (0.5)$$

$$n = \frac{\quad}{\quad}$$

$$(0.5)^2 (237-1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)$$

$$3.84 ((237) (0.25))$$

$$n = \frac{\quad}{\quad}$$

$$(0.0025) (236) + (3.84) (0.25)$$

$$227.52$$

$$n = \frac{\quad}{\quad}$$

$$(0.59) + (0.96)$$

$$n = 147.456$$

$$n = 147$$

Finalmente se tuvo como muestra a 147 microempresas, para realizar la encuesta se tomó en cuenta los siguientes criterios:

### **Criterios de exclusión**

- Empresas no registradas oficialmente o que no figuren en la base de datos oficial durante el año 2024.
- Microempresas que hayan suspendido actividades antes o durante el año 2024.
- Encargados o dueños que no participen activamente en la gestión de la microempresa.
- Empresas que no tengan ninguna adopción tecnológica o uso de herramientas digitales en sus operaciones.

### **Criterios de inclusión**

- Microempresas con al menos un año de operación.
- Personas con incapacidad para responder adecuadamente a la encuesta (barreras idiomáticas, cognitivas, u otras limitaciones).

## **5.7. Técnicas e instrumentos**

### **5.7.1. Técnica**

Según Baena Paz (2017) la aplicación de una encuesta es el proceso de realizar una serie de preguntas a un grupo de personas que representa al total de la población que se está estudiando, con el objetivo de obtener información relevante y analizarla. Este enfoque permite que los resultados obtenidos puedan ser generalizados al resto del universo investigado.

### **5.7.2. Instrumento**

Cuestionario: según Hernández Sampieri y Mendoza Torres (2018), es una herramienta utilizada para medir características específicas como

inteligencia, personalidad, satisfacción en el trabajo o nivel educativo. Para diseñarlo, se establecen preguntas con respuestas predefinidas, enfocadas en las variables que se desean investigar, lo que facilita la recolección y el análisis de datos.

## 5.8. Confiabilidad y validez del instrumento

### 5.8.1. Confiabilidad

Se utilizó el alfa de Cronbach, una fórmula estadística que sirve para medir la confiabilidad de un cuestionario o instrumento de investigación. Esto significa que el alfa de Cronbach nos dirá qué tan consistentes y fiables son las respuestas obtenidas con ese cuestionario. Si el resultado es alto (cercano a 1), indica que el cuestionario es confiable y las respuestas son coherentes entre sí. Por el contrario, si el valor es bajo, podría indicar que algunas preguntas no están bien relacionadas o que el instrumento necesita ajustes.

**Tabla 3** *Confiabilidad del instrumento*

Instrumento	ítems	Coficiente obtenido	Estado
Cuestionario Pre Codificado	147	0.79	Aceptable

*Nota. Se muestra que si es confiable.*

### 5.8.2. Validez

Para la validez se usó el juicio de expertos, el cual es un proceso que se utiliza para validar un cuestionario y asegurarse de que realmente mida lo que se quiere investigar. Consiste en que personas con experiencia en el tema revisen el contenido y el formato del cuestionario. Estos expertos evalúan si las

preguntas son claras, relevantes y adecuadas para obtener la información necesaria. De esta manera, se garantiza que el cuestionario esté bien diseñado y que sus preguntas estén alineadas correctamente con el objetivo del estudio.

### 5.9. Procedimiento de tratamiento de datos

Se examinan los datos obtenidos y posteriormente se procede a su interpretación en los pasos siguientes:

- Las tablas se presentan conforme a la distribución adecuada de los datos ratio, para luego ser analizadas mediante la descripción de su contenido y el examen en relación con las hipótesis y los marcos teóricos.

### 5.10. Contrastación de hipótesis

- **Hipótesis 1:**

**Ho:** La economía digital no influye significativamente en el crecimiento económico de las microempresas en la ciudad de Puno, 2024

**Ha:** La economía digital influye significativamente en el crecimiento económico de las microempresas en la ciudad de Puno, 2024

**Tabla 4**

*Correlación de la HE1*

		Economía digital	Crecimiento económico
Rho de Spearman	Economía digital	Coeficiente de correlación 1,000	0,855**
		Sig. (bilateral)	.
		N	147
	Crecimiento económico	Coeficiente de correlación 0,855**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000
		N	147

*Nota.* La tabla muestra la compatibilidad entre variables.

El análisis muestra que existe una relación positiva alta entre la economía digital y el crecimiento económico de las microempresas en Puno, con un coeficiente de correlación de 0.855. Además, el resultado es estadísticamente significativo, ya que el valor de significancia es menor a 0.05. Esto significa que la adopción de herramientas digitales contribuye de manera importante al crecimiento económico de estas empresas.

- **Hipótesis 2:**

**Ho:** La economía digital no influye significativamente en la expansión de mercado de las microempresas de la ciudad de Puno, 2024

**Ha:** La economía digital influye significativamente en la expansión de mercado de las microempresas de la ciudad de Puno, 2024

**Tabla 5**

*Correlación de la HE2*

		Economía digital	Expansión de mercado
Rho de	Economía digital	Coeficiente de correlación 1,000	0,876**
Spearman		Sig. (bilateral)	.
		N	147
	Expansión de mercado	Coeficiente de correlación 0,876**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000
		N	147

*Nota. La tabla muestra la compatibilidad entre variables.*

La economía digital también tiene una relación muy fuerte con la expansión de mercado de las microempresas, según el coeficiente de

correlación de 0.876. Los resultados son significativos desde un punto de vista estadístico (valor  $p < 0.05$ ), lo que indica que el uso de tecnologías digitales facilita que las empresas amplíen su alcance y lleguen a nuevos clientes.

- **Hipótesis 3:**

**Ho:** La economía digital no influye significativamente en la productividad de las microempresas de la ciudad de Puno, 2024

**Ha:** La economía digital influye significativamente en la productividad de las microempresas de la ciudad de Puno, 2024

**Tabla 6**

*Correlación de la HE3*

		Economía digital	Productividad digital
Rho de Spearman	Economía digital	1,000	,888**
		Sig. (bilateral)	.
		N	147
Productividad	Economía digital	,888**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000
		N	147

*Nota.* La tabla muestra la compatibilidad entre variables.

De igual forma se observa una relación positiva muy alta entre la economía digital y la productividad de las microempresas, con un coeficiente de correlación de 0.888. El valor significativo confirma que la digitalización mejora

la eficiencia operativa y el rendimiento de las microempresas, haciendo que sean más competitivas y productivas en su mercado.

- **Hipótesis 4:**

**Ho:** La economía digital no afecta significativamente en el desarrollo de microempresas de las microempresas en la ciudad de Puno, 2024.

**Ha:** La economía digital afecta significativamente en el desarrollo de microempresas de las microempresas en la ciudad de Puno, 2024.

**Tabla 7**

*Correlación de la HG*

			Economía digital	Desarrollo de microempresas
Rho de	Economía digital	Coeficiente de correlación	1,000	0,886**
Spearman		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	147	147
	Desarrollo de microempresas	Coeficiente de correlación	0,886**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	147	147

*Nota.* La tabla muestra la compatibilidad entre variables.

La economía digital también tiene una relación muy fuerte con el desarrollo de microempresas, según el coeficiente de correlación de 0.886. Los resultados son significativos desde un punto de vista estadístico (valor  $p < 0.05$ ), lo que indica que el empleo de una economía digitales facilita que las empresas amplíen su alcance y lleguen a nuevos clientes.



## CAPÍTULO VI

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 6.1. Presentación de resultados

En el presente estudio titulado "Influencia de la Economía Digital en el Desarrollo de Microempresas en la Ciudad de Puno, 2024", se explorará cómo la adopción y utilización de tecnologías digitales afecta el crecimiento y la competitividad de las microempresas locales. A través de este análisis, se presentan datos y observaciones que detallan el papel de la economía digital en la mejora de la eficiencia operativa, el incremento en las ventas y la expansión del mercado de estas empresas. Además, se examinará la importancia de la capacitación en habilidades digitales y el acceso a plataformas digitales, así como los desafíos asociados a la brecha digital en la región. Este estudio busca proporcionar una comprensión integral de cómo la integración de herramientas digitales puede influir en el desarrollo sostenible de las microempresas en Puno.

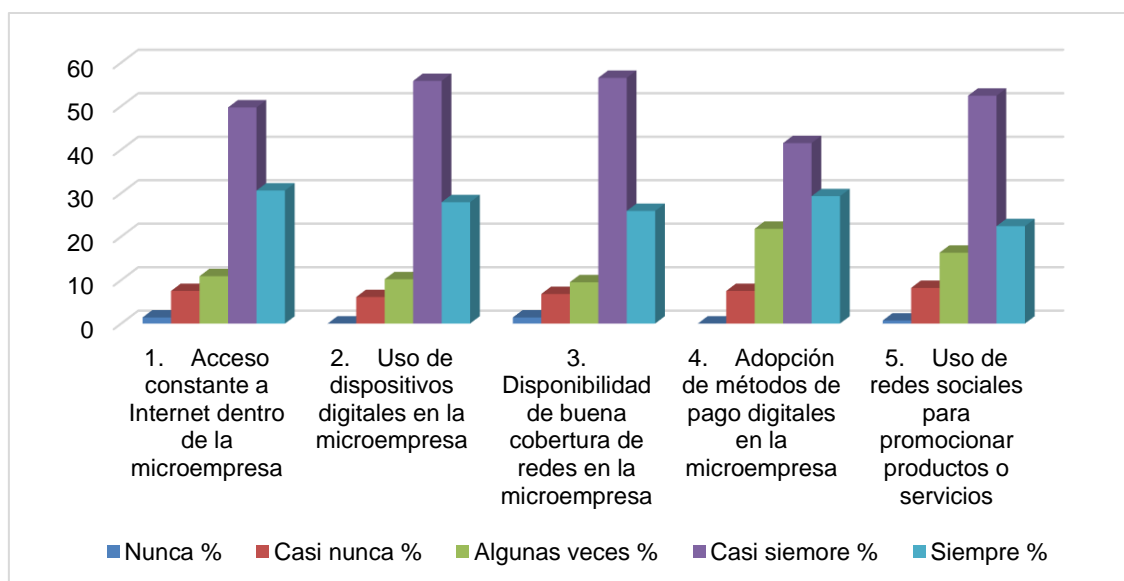
**6.1.1. Resultados – variable independiente****Tabla 8***Dimensión 1: acceso e innovación digital*

ITEMS	VALORES											
	Nunca		Casi nunca		Algunas veces		Casi siempre		Siempre		TOTAL	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. Acceso constante a Internet dentro de la microempresa	2	1,4	11	7,5	16	10,9	73	49,7	45	30,6	147	100,0
2. Uso de dispositivos digitales en la microempresa	0	0,0	9	6,1	15	10,2	82	55,8	41	27,9	147	100,0
3. Disponibilidad de buena cobertura de redes en la microempresa	2	1,4	10	6,8	14	9,5	83	56,5	38	25,9	147	100,0
4. Adopción de métodos de pago digitales en la microempresa	0	0,0	11	7,5	32	21,8	61	41,5	43	29,3	147	100,0
5. Uso de redes sociales para promocionar productos o servicios	1	0,7	12	8,2	24	16,3	77	52,4	33	22,4	147	100,0

*Nota. La tabla presenta los valores obtenidos a partir de la encuesta.*

### Figura 1

*Dimensión 1: acceso e innovación digital*



*Nota. Resultados gráficos del cuestionario aplicado.*

#### Interpretación:

- Acceso constante a Internet (Item 1): La mayoría de los microempresarios accede a Internet siempre (47,14%) o casi siempre (27,94%). Esto indica un uso elevado de la conectividad digital como herramienta diaria en las microempresas.
- Uso de dispositivos digitales (Item 2): Un alto porcentaje de microempresarios utiliza dispositivos digitales casi siempre (26,22%) y siempre (55,34%), lo cual refleja una fuerte adopción tecnológica en los procesos de las microempresas.
- Disponibilidad de buena cobertura de red (Item 3): Aunque un porcentaje considerable reporta acceso constante (27,34% siempre, 37,94% casi siempre), aún hay desafíos con un 13,87% indicando acceso ocasional. Esto sugiere que la infraestructura digital aún puede ser un área de mejora.

- Métodos de pago digitales (Item 4): Más de la mitad (41,54% siempre, 24,63% casi siempre) adoptan pagos digitales, destacando un crecimiento importante hacia la modernización en transacciones financieras.
- Uso de redes sociales para promoción (Item 5): La mayoría usa redes sociales constantemente (47,94% siempre, 30,58% casi siempre), subrayando su relevancia como herramientas esenciales de marketing.

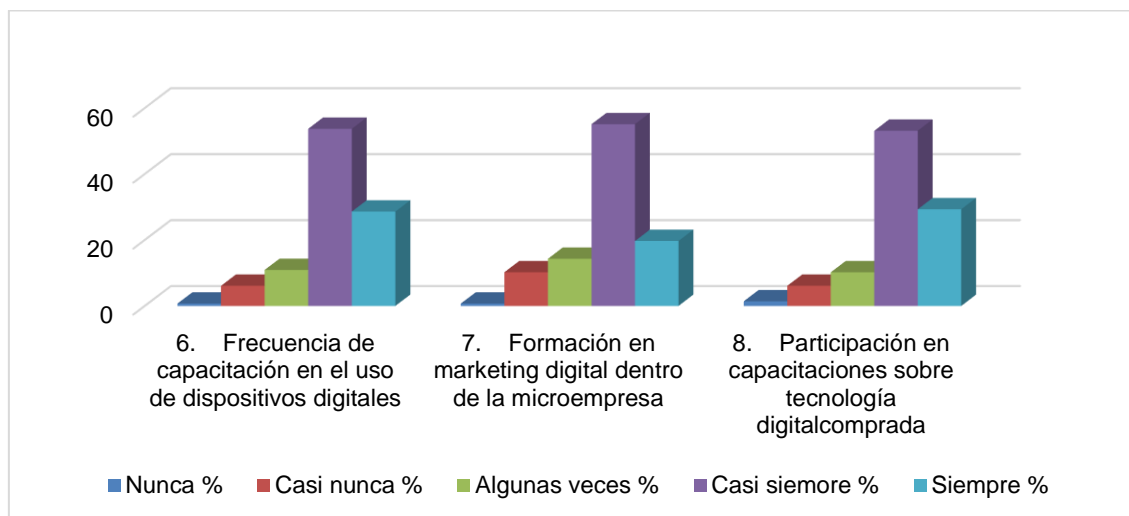
Los microempresarios de Puno muestran un alto nivel de integración tecnológica, utilizando Internet, dispositivos digitales y redes sociales como herramientas clave para sus operaciones diarias y estrategias de marketing. Sin embargo, la cobertura de red aún representa un obstáculo para algunos, lo que podría limitar el aprovechamiento total de las herramientas digitales.

**Tabla 9**

*Dimensión 2: capacitación digital*

ITEMS	VALORES										TOTAL	
	Nunca		Casi nunca		Algunas veces		Casi siempre		Siempre			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
6. Frecuencia de capacitación en el uso de dispositivos digitales	1	0,7	9	6,1	16	10,9	79	53,7	42	28,6	147	100,0
7. Formación en marketing digital dentro de la microempresa	1	0,7	15	10,2	21	14,3	81	55,1	29	19,7	147	100,0
8. Participación en capacitaciones sobre tecnología digital	2	1,4	9	6,1	15	10,2	78	53,1	43	29,3	147	100,0

Nota. Resultados gráficos del cuestionario aplicado.

**Figura 2***Dimensión 2: capacitación digital*

Nota. Resultados gráficos del cuestionario aplicado.

- Capacitación en uso de dispositivos digitales (Ítem 6): Solo un 28,64% siempre recibe capacitación, mientras que un 42,74% lo hace ocasionalmente. Esto indica una brecha significativa en la formación continua.
- Marketing digital (Ítem 7): Más de la mitad de los microempresarios se capacitan constantemente (55,14% siempre, 26,24% casi siempre) en marketing digital, resaltando su importancia en el mercado competitivo actual.
- Capacitación en tecnología digital (Ítem 8): La mayoría (53,14% siempre, 29,64% casi siempre) reporta participación constante, lo que indica una concienciación creciente sobre la importancia de mantenerse actualizado tecnológicamente.

Existe un esfuerzo considerable en la capacitación de los microempresarios, particularmente en áreas relacionadas con el marketing digital y el uso de tecnologías avanzadas. Sin embargo, la frecuencia de estas

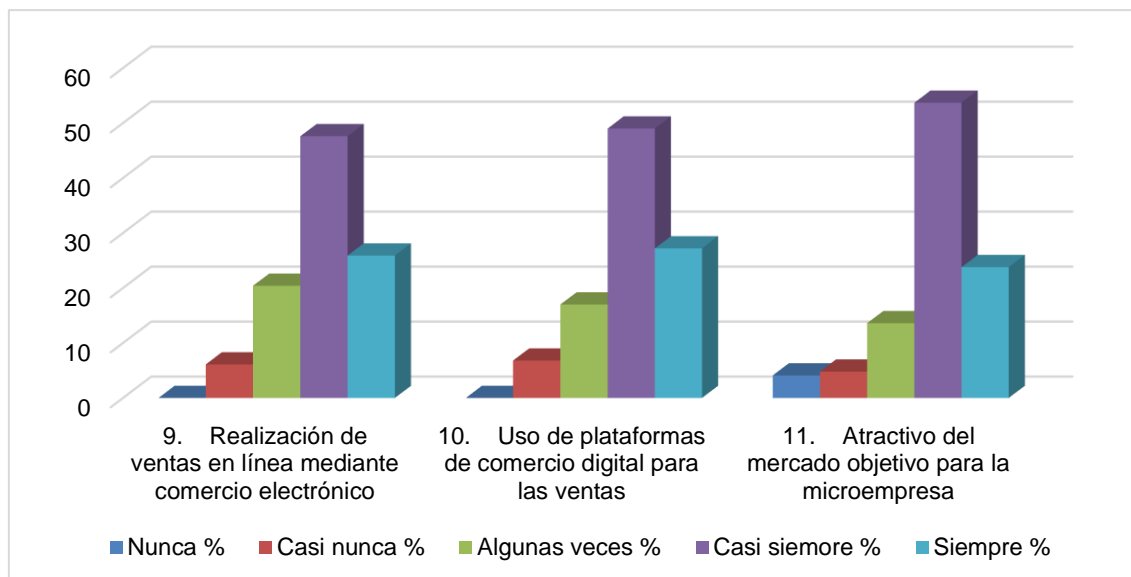
capacitaciones podría ser optimizada, ya que aún hay un porcentaje significativo de microempresarios que no recibe formación constante.

**Tabla 10**

*Dimensión 3: mercado digital*

ITEMS	VALORES												
	Alg											TOTAL	
	Nunca		Casi nunca		Una vez		Casi siempre		Siempre		f		%
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
9. Realización de ventas en línea mediante comercio electrónico	0	0,0	9	6,1	30	20,0	70	47,0	36	25,0			
10. Uso de plataformas de comercio digital para las ventas	0	0,0	10	6,8	25	17,0	72	49,0	40	27,0	147	100,0	
11. Atractivo del mercado objetivo para la microempresa	6	4,1	7	4,8	20	13,6	79	53,0	37	23,0	147	100,0	

Nota. Resultados gráficos del cuestionario aplicado.

**Figura 3***Dimensión 3: mercado digital*

Nota. Resultados gráficos del cuestionario aplicado.

- Realización de ventas en línea (Ítem 9): Aunque un 47,38% realiza ventas en línea casi siempre y un 24,68% siempre, aún hay margen para aumentar la adopción del comercio electrónico.
- Uso de plataformas digitales para ventas (Ítem 10): Más del 50% las utilizan frecuentemente (49,04% casi siempre, 20,98% siempre), evidenciando una adopción significativa, aunque queda espacio para mayor implementación.
- Atracción del mercado digital (Ítem 11): Los microempresarios perciben un mercado digital atractivo (53,74% siempre, 29,36% casi siempre), lo que refleja un reconocimiento positivo del potencial de esta herramienta.

Las microempresas de Puno están comenzando a integrar prácticas de comercio digital, como la realización de ventas en línea y el uso de plataformas digitales. Además, perciben al mercado digital como una oportunidad atractiva para expandir su alcance. No obstante, la adopción aún no es total, lo que indica

un potencial significativo para seguir impulsando estrategias que promuevan el comercio electrónico y su implementación masiva.

### 6.1.2. Resultados – variable dependiente

**Tabla 11**

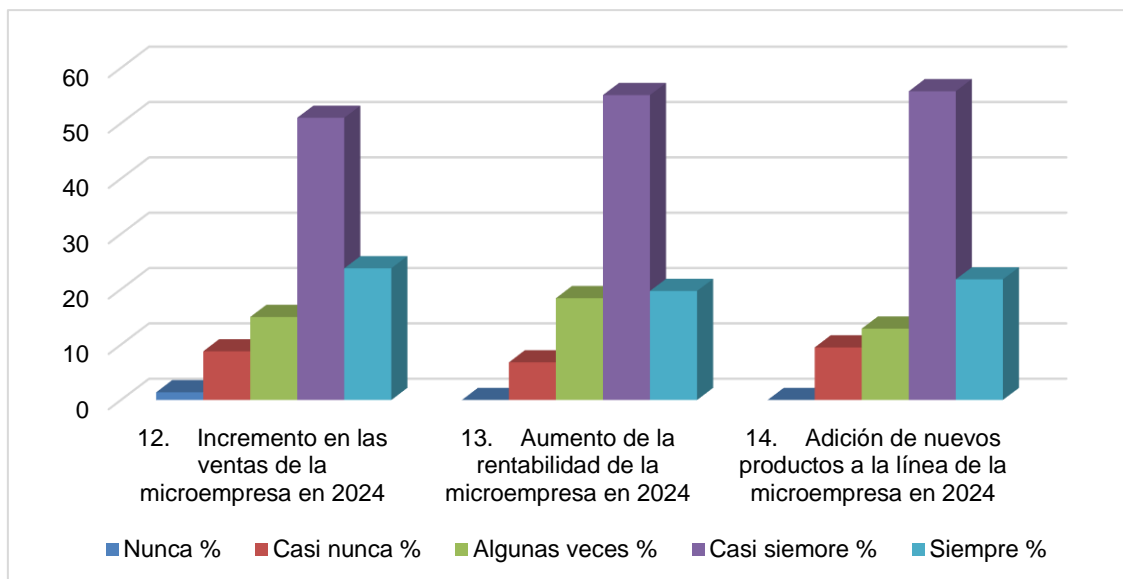
*Dimensión 4: crecimiento económico*

ITEMS	VALORES										TOTAL		
	Nunca		Casi nunca		Algunas veces		Casi siempre		Siempre		f	%	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
<b>12. Incremento en las</b>													
ventas de la													
microempresa en	2	1,4	1	8,8	2	15,	7	51,	3	23,	147	100,	
2024			3		2	0	5	0	5	8		0	
<b>13. Aumento de la</b>													
rentabilidad de la													
microempresa en	0	0,0	1	6,8	2	18,	8	55,	2	19,	147	100,	
2024			0		7	4	1	1	9	7		0	
<b>14. Adición de nuevos</b>													
productos a la línea													
de la microempresa	0	0,0	1	9,5	1	12,	8	55,	3	21,	147	100,	
en 2024			4		9	9	2	8	2	8		0	

*Nota.* Resultados gráficos del cuestionario aplicado.

### Figura 4

*Dimensión 4: crecimiento económico*



Nota. Resultados gráficos del cuestionario aplicado.

#### Interpretación:

- Incremento en las ventas de la microempresa en 2024 (Ítem 12): Más del 75% de los encuestados indican que "Casi siempre" (51.0%) o "Siempre" (25.2%) hubo un incremento en las ventas, lo que refleja un impacto positivo de las herramientas digitales.
- Aumento de la rentabilidad de la microempresa en 2024 (Ítem 13): Un total del 71.4% se inclina hacia "Casi siempre" (50.3%) y "Siempre" (21.1%) respecto al aumento de rentabilidad, lo que impacta favorablemente en las utilidades.
- Adición de nuevos productos a la línea de la microempresa en 2024 (Ítem 14): Más del 73% reportó que "Casi siempre" (51.7%) o "Siempre" (21.8%) se logró diversificar la oferta de productos. Lo que refleja que la digitalización facilita la identificación de nuevas oportunidades de mercado.

La digitalización ha demostrado ser un catalizador del crecimiento económico para las microempresas en Puno durante 2024. Los resultados reflejan un incremento significativo en las ventas, la rentabilidad y la diversificación de productos, lo que sugiere que las herramientas digitales han permitido a las microempresas aprovechar nuevas oportunidades comerciales, mejorar su posicionamiento en el mercado y satisfacer de manera más eficiente las demandas de sus clientes.

**Tabla 12**

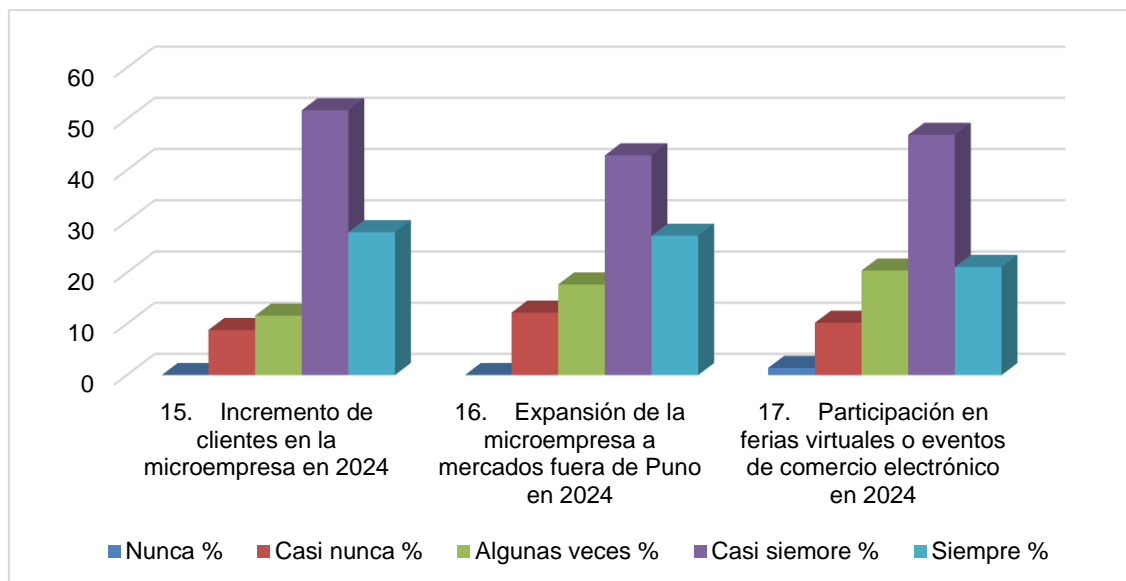
*Dimensión 5: expansión de mercado*

ITEMS	VALORES										TOTAL	
	Nunca		Casi nunca		Algunas veces		Casi siempre		Siempre			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>15. Incremento de clientes</b>												
<i>en la microempresa en 2024</i>	0	0,0	1	8,8	1	11,7	6	76,3	4	27,1	14	100,0
<b>16. Expansión de la</b>												
<i>microempresa a mercados fuera de Puno en 2024</i>	0	0,0	1	12,8	2	17,6	7	63,6	4	27,0	14	100,0
<b>17. Participación en ferias</b>												
<i>virtuales o eventos de comercio electrónico en 2024</i>	2	1,4	1	10,5	3	20,6	4	69,9	3	21,1	14	100,0

*Nota.* Resultados gráficos del cuestionario aplicado.

### Figura 5

Dimensión 5: expansión de mercado



Nota. Resultados gráficos del cuestionario aplicado.

#### Interpretación:

- Incremento de clientes en la microempresa en 2024 (Item 15): El 72.8% de las respuestas se concentran entre "Casi siempre" (51.7%) y "Siempre" (21.1%), evidenciando un crecimiento en la base de clientes. por lo cual se supone que el acceso a mercados digitales amplía la visibilidad de las microempresas, permitiendo captar nuevos clientes tanto locales como internacionales.
- Expansión de la microempresa a mercados fuera de Puno en 2024 (Item 16): Más del 65% indica una expansión frecuente ("Casi siempre" con 48.2% y "Siempre" con 17.7%). La economía digital rompe barreras geográficas, facilitando el ingreso de microempresas a nuevos mercados a través del comercio electrónico y alianzas estratégicas.



- Participación en ferias virtuales o eventos de comercio electrónico en 2024  
(Item 17): Un 69.9% declara participación frecuente en eventos digitales, combinando "Casi siempre" (48.9%) y "Siempre" (21.1%).

La economía digital ha facilitado la expansión de mercado para las microempresas, permitiéndoles acceder a clientes fuera de sus zonas geográficas tradicionales y participar en eventos virtuales estratégicos. Esto demuestra que las plataformas digitales no solo amplían la visibilidad y alcance de las microempresas, sino que también generan un entorno propicio para competir en mercados más grandes y diversificados. Este avance es un indicador de que las empresas que adoptan la digitalización están más preparadas para abordar los desafíos de un mercado globalizado.

**Tabla 13**

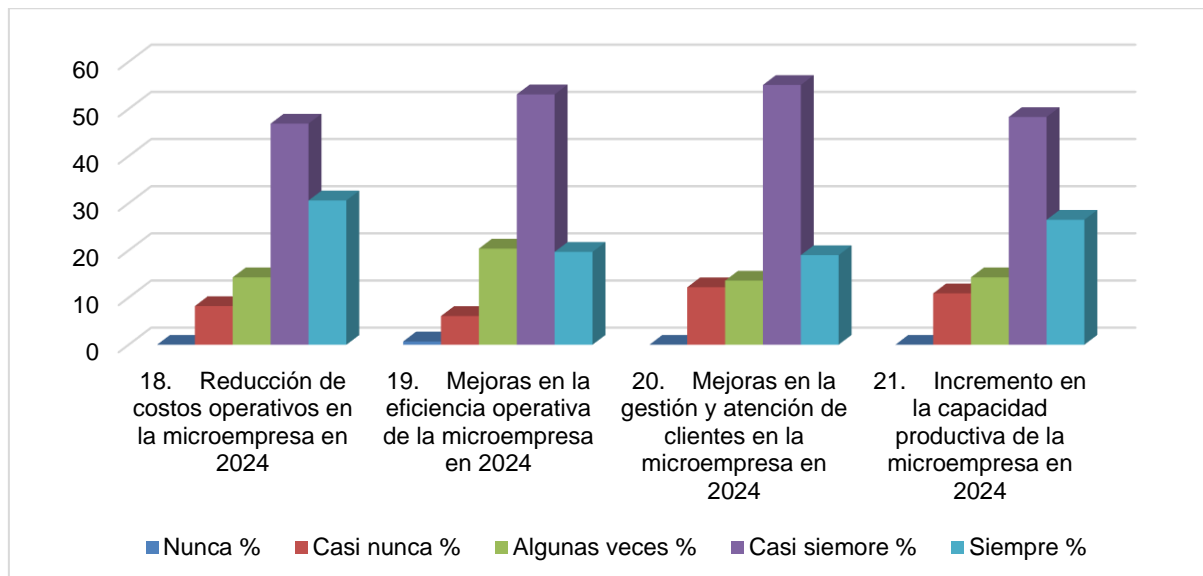
*Dimensión 6: productividad*

ITEMS	VALORES										TOTAL	
	Nunca		Casi nunca		Alg		Casi		Siempre			
					f	%	f	%			f	%
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
<b>18. Reducción de costos</b>												
<i>operativos en la microempresa en 2024</i>	0	0,0	1	8,2	2	14,	6	46,	4	30,	147	100,
			2		1	3	9	9	5	6	0	0
<b>19. Mejoras en la eficiencia operativa de la microempresa en 2024</b>												
<i>eficiencia operativa de la microempresa en 2024</i>	1	0,7	9	6,1	3	20,	7	53,	2	19,	147	100,
					0	4	8	1	9	7	0	0
<b>20. Mejoras en la gestión y atención de clientes en la microempresa en 2024</b>												
<i>y atención de clientes en la microempresa en 2024</i>	0	0,0	1	12,	2	13,	8	55,	2	19,	147	100,
			8	2	0	6	1	1	8	0	0	0
<b>21. Incremento en la capacidad productiva de la microempresa en 2024</b>												
<i>capacidad productiva de la microempresa en 2024</i>	0	0,0	1	10,	2	14,	7	48,	3	26,	147	100,
			6	9	1	3	1	3	9	5	0	0

*Nota.* Resultados gráficos del cuestionario aplicado.

Figura 6

Dimensión 6: productividad



Nota. Resultados gráficos del cuestionario aplicado.

- Reducción de costos operativos en la microempresa en 2024 (Item 18): Un 74.8% reporta una mejora ("Casi siempre" con 48.3% y "Siempre" con 26.5%). Por lo cual, se puede ver que la adopción de herramientas digitales como software de gestión o plataformas automatizadas contribuye a la eficiencia operativa y reducción de costos.
- Mejoras en la eficiencia operativa de la microempresa en 2024 (Item 19): Un 74% considera que "Casi siempre" (53.1%) o "Siempre" (20.9%) ha habido avances en eficiencia. Por lo cual la digitalización simplifica procesos administrativos, optimiza la logística y mejora el uso de recursos.
- Mejoras en la gestión y retención de clientes en la microempresa en 2024 (Item 20): El 74.8% nota mejoras frecuentes, con un 55.1% en "Casi siempre" y un 19.7% en "Siempre". Por ende, el uso de sistemas de CRM y estrategias digitales personalizadas ha fortalecido la relación cliente-empresa.

- Incremento en la capacidad productiva en 2024 (Item 21): El 74.1% ve un incremento frecuente, con 48.3% en "Casi siempre" y 26.5% en "Siempre". Por lo cual, la implementación de tecnología en procesos productivos incrementa la capacidad de respuesta a las demandas del mercado.

La productividad de las microempresas ha experimentado una mejora significativa gracias a la implementación de soluciones digitales. Las reducciones en costos operativos, mejoras en la eficiencia y gestión de clientes, así como el incremento en la capacidad productiva, muestran que las herramientas digitales están optimizando procesos clave. Este impacto no solo refuerza la sostenibilidad de las microempresas, sino que también incrementa su competitividad al permitirles responder de manera más eficiente a las necesidades del mercado y mejorar su propuesta de valor.

## 6.2. Discusión de resultados

Determinar la influencia de la economía digital en el desarrollo de microempresas en Puno en 2024: García (2020) destaca que, en Latinoamérica, las iniciativas de digitalización han enfrentado problemas similares debido a la insuficiente inversión en investigación y formación. Esto refuerza la importancia de políticas más inclusivas en Puno. De forma complementaria, Sucari et al. (2023), a nivel local, muestran que, en Juliaca las empresas están en una etapa inicial de transformación digital, utilizando tecnologías de forma aislada, lo que coincide con los desafíos observados. Por otro lado, Mero y Andrade (2020) enfatizan que las empresas que no se adaptan a la economía digital tienden a cerrar, mientras que aquellas que lo hacen logran mantenerse competitivas.

Identificar la influencia de la economía digital en el crecimiento económico de las microempresas en Puno en 2024: Galindo y Morales (2024), señalan que



las TIC y el comercio electrónico fortalecen la competitividad y el crecimiento empresarial, lo que respalda el impacto positivo que la digitalización puede tener en las microempresas de Puno. Chuya et al. (2021), también confirman que la economía digital beneficia a las pequeñas empresas al aumentar su productividad, aunque aquellas que no logran adaptarse enfrentan riesgos de cierre. Por otro lado, Calle (2022) resalta que las pymes necesitan estrategias claras y liderazgo para maximizar los beneficios de la transformación digital, una recomendación relevante para las empresas.

Identificar la influencia de la economía digital en la expansión de mercado de las microempresas en Puno en 2024: Chiroque et al. (2022) evidencian que la adopción de TIC mejora las ventas y facilita el acceso a nuevos mercados, lo que puede ser un catalizador para la expansión. De manera similar, Del Aguila et al. (2021) destacan cómo el comercio digital transforma las relaciones con los clientes y permite a las empresas alcanzar mercados más amplios, una ventaja clave para las microempresas de la región, Sucari et al. (2023) identifican que las empresas de Juliaca han comenzado a usar tecnologías digitales, pero necesitan integrarlas de manera más estratégica para aprovechar su potencial en la expansión de mercados.

Identificar la influencia de la economía digital en la productividad de las microempresas en Puno en 2024: Carrión et al. (2024) destacan que el uso de tecnologías digitales aumenta la productividad al permitir a las empresas adaptarse mejor a las demandas del mercado, lo que puede aplicarse al contexto de las microempresas en Puno. Rodríguez y Juca (2023) confirman que las herramientas digitales han transformado las operaciones de las empresas, especialmente en sectores como la restauración, lo que muestra el potencial de



replicar estas mejoras en otros sectores en Puno. A nivel local, Sucari et al. (2023) subrayan que la integración de tecnología es limitada y debe fortalecerse para maximizar los beneficios en productividad.

Según todo lo mencionado, podemos decir que la economía digital tiene el potencial de transformar el desarrollo, el crecimiento económico, la expansión de mercados y la productividad de las microempresas en Puno. Sin embargo, persisten barreras estructurales como la conectividad deficiente y la falta de capacitación, que limitan estos beneficios. Las experiencias internacionales, nacionales y locales demuestran que adoptar estrategias digitales integrales y sostenibles es clave para maximizar el impacto de la economía digital en las microempresas de la región.



## CONCLUSIONES

**PRIMERA:** Los resultados muestran que las microempresas en Puno han adoptado componentes de la economía digital en distintas dimensiones, como el uso de dispositivos digitales (55.8%) y la promoción mediante redes sociales (72.4%). El análisis confirma una relación muy fuerte entre la economía digital y el desarrollo de microempresas, con un coeficiente de correlación de 0.886. Esto indica que las herramientas digitales apoyan de manera clave el desarrollo empresarial y la ampliación del alcance de mercado.

**SEGUNDA:** En la dimensión de crecimiento económico, se destacan incrementos en ventas (47.6%) y rentabilidad (48.3%), así como la adición de nuevos productos (47.6%). Existe una relación positiva alta entre la economía digital y el crecimiento económico, con un coeficiente de correlación de 0.855. Esto demuestra que la adopción de herramientas digitales contribuye de manera significativa al crecimiento económico de las microempresas.

**TERCERA:** En la dimensión de expansión de mercado, indicadores como la participación en ferias digitales (45%) y la expansión a mercados fuera de Puno (46.3%) muestran un impacto importante. La economía digital tiene una relación muy fuerte con la expansión de mercado, con un coeficiente de correlación de 0.876. Esto evidencia que las tecnologías digitales permiten a las microempresas alcanzar nuevos clientes y mercados.

**CUARTA:** La dimensión de productividad presenta mejoras en la eficiencia operativa (45.6%), atención al cliente (46.2%) y capacidad productiva (48.3%). Se observa una relación positiva muy alta entre



la economía digital y la productividad, con un coeficiente de correlación de 0.888. Esto confirma que la digitalización mejora la competitividad y el rendimiento operativo de las microempresas.



## RECOMENDACIONES

- PRIMERA:** Se recomienda al alcalde promover programas de capacitación digital dirigidos a los microempresarios, establecer alianzas con proveedores tecnológicos para facilitar el acceso a herramientas digitales y mejorar la infraestructura de conectividad en toda la ciudad, especialmente en áreas rurales, para fomentar un desarrollo inclusivo.
- SEGUNDA:** Se recomienda al director regional de Producción incentivar la innovación empresarial mediante programas de financiamiento que permitan a las microempresas adquirir tecnología digital, así como liderar campañas para fomentar el uso de métodos de pago electrónicos, fortaleciendo el crecimiento económico del sector.
- TERCERA:** Se recomienda al presidente de la Cámara de Comercio de Puno organizar ferias virtuales y eventos digitales que conecten a las microempresas con nuevos mercados, facilitar su acceso a plataformas de comercio electrónico y brindar apoyo técnico para expandir sus operaciones hacia mercados nacionales e internacionales.
- CUARTA:** Se recomienda al gerente regional de Desarrollo Económico establecer centros de soporte tecnológico que brinden asesoría a las microempresas, apoyar la implementación de herramientas que automatizan procesos y crear métricas que permitan medir el impacto positivo de la digitalización en la productividad de estas empresas.



## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aguar, A. (2021). *Todo sobre productividad y cómo ser más productivo en el trabajo*. Rockcontent.Com. <https://rockcontent.com/es/blog/productividad/>
- Alves, A. (2000). Apoyo para el desarrollo de la microempresa en áreas urbanas de Brasil. *Investigación Económica*, 60(232). [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-16672000000200155](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16672000000200155)
- Baena Paz, G. (2017). *Metodología de la Investigación* (3rd ed.). Grupo Editorial Patria.
- Baltimore, R. (2023). La economía digital y desarrollo económico. *Revista de Ciencias Económicas*, 1(1), 11–17. <https://revistas.ues.edu.sv/index.php/rce>
- Banco Bilbao Vizcaya. (2015). *Situación economía digital*.
- Banco Mundial. (2020). *The Digital Economy for Africa Initiative: Enabling Inclusive Digital Growth*.
- Calderón, A., Jung, J., Katz, R., Patiño, A., & Rovira, S. (2021). *Hacia una estrategia de mercado digital regional en la Alianza del Pacífico* (CEPAL (ed.); CEPAL). <https://hdl.handle.net/11362/47354>
- Calle, C. (2022). La transformación digital y su importancia en las pymes. *Iberoamerican Business Journal*, 5(2), 64–81. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22451/5817.ibj2022.vol5.2.11059>
- Carrasco Díaz, S. (2005). *Metodología de la Investigación Científica*. Editorial San Marcos.
- Carrión, J., Novillo, L., & Aguirre, M. (2024). Impacto de la economía digital de las PYMES en el oro. CASO INCARPALM. *Servicios Académicos*



*Intercontinentales*, 6(58).

<https://ojs.eumed.net/rev/index.php/rilcoDS/article/view/13393cna>

Chavez, F. (2021). *Influencia de la económica digital en el desarrollo de competencias emprendedoras de estudiantes de educación técnica superior del distrito de Majes, 2021* [Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. <https://asociacionafide.com/crea/influencia-de-la-economia-digital-en-el-desarrollo-de-competencias-emprendedoras-de-estudiantes-de-educacion-tecnica-superior-del-distrito-de-majes/>

Chiroque, D., Gutiérrez, J., Uribe, J., & Rey de Castro, D. (2022). Economía digital y desarrollo empresarial. *Revista Dilemas Contemporáneos*, 9(2). <https://dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/3156>

Chuya, J., Condo, K., Uriguen, P., & León, Lady. (2021). *Economía digital, herramienta para mejorar la competitividad y productividad en las PYMES caso: Machala-Ecuador*. 6(3), 76–86. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.3.543>

Coello, R., & Pico, L. (2019). Análisis de la influencia de la economía digital en el desarrollo de la competitividad de las empresas que utilizan Social Media en el Ecuador – Caso RC Business S.A. *Revista de La Universidad Internacional Del Ecuador*, 3(10.1).

Da Silva, F., & Núñez, G. (2022). *La era de las plataformas digitales y el desarrollo de los mercados de datos en un contexto de libre competencia*. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/0c2536f0-bacc-491b-81ff-330298b959f2/content>

Del Aguila, A., Padilla, A., Serarols, C., & Veciana, J. (2021). *La economía digital*



y su impacto en la empresa: bases teóricas y situación en España.

Core.Ac.Uk.

[https://core.ac.uk/outputs/13270022/?utm\\_source=pdf&utm\\_medium=banner&utm\\_campaign=pdf-decoration-v1](https://core.ac.uk/outputs/13270022/?utm_source=pdf&utm_medium=banner&utm_campaign=pdf-decoration-v1)

Díaz, S. (2021). *La microempresa en desarrollo*. 25, 271–282. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942454014.pdf>

Figueroa, A. (2024). *Desbloqueando el Futuro: La Importancia de la Capacitación Digital*. Vallecentral.Org. <https://vallecentral.org/desbloqueando-el-futuro-la-importancia-de-la-capacitacion-digital/>

Galindo, J., & Morales, R. (2024). *Economía digital y su incidencia en el crecimiento empresarial de la Provincia de Huaura, 2023*. <https://repositorio.unjpsc.edu.pe/handle/20.500.14067/9717>

García, A. (2020). Panorama de la economía digital en el tejido empresarial y desarrollo económico de latinoamerica. *Universidad de Pamplona - Colombia*, 5(3), 112–132. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.3.223>

Gómez, D., Alvarado, R., Martínez, M., & Díaz de León, C. (2018). La brecha digital: una revisión conceptual y aportaciones metodológicas para su estudio en México. *Entreciencias: Diálogos En La Sociedad Del Conocimiento*, 6(16). <https://www.scielo.org.mx/pdf/edsc/v6n16/2007-7610-edsc-6-16-47.pdf>

Gutiérrez, J., Uribe, J., Chiroque, D., & Rey de Castro, D. (2022). Economía digital y su incidencia en el desarrollo empresarial del Perú. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, 7(14).

Helster, D. (2024). *Conectividad de los centros de datos en la era de la*



- innovación digital*. Wwww.Te.Com. <https://www.te.com/es/industries/data-centers-ai/insights/data-center-connectivity-digital-innovation.html>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista, M. del P. (2014). *Metodología de la Investigación (Sexta)*. McGraw - Hill.
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, P. (2018). *Metodología de la Investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc Graw Hill Education.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2023). *Encuesta nacional sobre el acceso y uso de tecnologías digitales en el Perú 2023*.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2024). *Demografía empresarial en el Perú*. Gob.Pe. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/6461465/5647064-demografia-empresarial-en-el-peru-i-trimestre-2024.pdf>
- Jain, N. (2023). *¿Qué es la innovación digital? Definición, ejemplos y buenas prácticas*. Ideascale.Com. <https://ideascale.com/es/blogs/que-es-la-innovacion-digital/>
- Lagravère, O. (2013). Teoría de las brechas digitales y tecnológicas. *Revista Científica Ingetecno*, 2(2). <https://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/RCl/article/view/145/0>
- Lariguet, G. (2019). *Metodología de la investigación jurídica: Propuestas contemporáneas*. Editorial Brujas.
- Lozano, M. (2022). *Capacitación digital componente esencial para la transformación digital*. Wwww.Astic.Es. [https://www.astic.es/wpcontent/uploads/2022/02/bol-etic\\_90\\_15\\_dgod\\_capacitacion.pdf](https://www.astic.es/wpcontent/uploads/2022/02/bol-etic_90_15_dgod_capacitacion.pdf)



- Márquez, L., Cuétara, L., Cartay, R., & Labarca, N. (2020). Desarrollo y crecimiento económico: Análisis teórico desde un enfoque cuantitativo. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVI(1), 233–253.
- Mero, C., & Andrade, M. (2020). *Impacto de la economía digital en las PYMES en Portoviejo de la provincia de Manabí - Ecuador*.  
<https://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/2348>
- Ministerio de la Producción. (2022). *Informe de avances en la digitalización de microempresas en el Perú*.
- Moncada, J. (2024). *Productividad: Tipos, características y fórmula*. Clientify.Com. <https://clientify.com/blog/productividad>
- Organización Internacional del Trabajo. (2019). *Digitalization and the World of Work: Opportunities and Challenges for Micro and Small Enterprises*.
- Ortega, C. (2024). *Desarrollo del mercado: Qué es, ventajas y estrategias*. Www.Questionpro.Com. <https://www.questionpro.com/blog/es/desarrollo-del-mercado/>
- Ortoll, E. (2012). Conceptos clave en inclusión, exclusión y capacitación digital. In Editorial UOC (Ed.), *La alfabetización digital en los procesos de inclusión social* (Firstedit).  
[https://almena.uva.es/discovery/fulldisplay?docid=alma991008171887005774&context=L&vid=34BUC\\_UVA:VU1&tab=LibraryCatalog&lang=es](https://almena.uva.es/discovery/fulldisplay?docid=alma991008171887005774&context=L&vid=34BUC_UVA:VU1&tab=LibraryCatalog&lang=es)
- Paz, S. (2021). *Economía digital: El futuro ya llegó*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://www.andi.com.co/Uploads/Capitulo 2, Economía Digital.pdf>
- Peña, A. (2021). *Hablar de acceso digital en 2021, una promesa inalcanzable*.



- Expansion.Mx. <https://expansion.mx/opinion/2021/06/03/acceso-digital-2021-promesa-inalcanzable>
- Pérez, A. (2019). *Mercado digital: elementos estratégicos necesarios*. Www.Obsbusiness.School.  
<https://www.obsbusiness.school/blog/mercado-digital-elementos-estrategicos-necesarios>
- Pérez, J., & Gardey, A. (2024). *Productividad - Qué es, definición, importancia y ejemplos*. Definicion.De. <https://definicion.de/productividad/>
- Plataforma Digital Única del Estado Peruano. (2024). *¿Qué es la economía digital?* Www.Gob.Pe. <https://www.gob.pe/14964-que-es-la-economia-digital>
- Polo, F. (2021). *La transformación digital en la gestión financiera en las empresas industriales de consumo masivo en el Perú y América Latina, 2019-2020* [Universidad San Martín de Porres].  
[https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/9419/polo\\_of.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/9419/polo_of.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Pursell, S. (2024). *5 claves para el éxito de la expansión de mercado en 2024*. Blog.Hubspot.Es. <https://blog.hubspot.es/marketing/expansion-de-mercado>
- Quiñoy, L. (2023). *Estrategias de expansión en mercados emergentes: sigue estos consejos*. Www.Apd.Es. <https://www.apd.es/estrategias-expansion-mercados-emergentes/>
- Rincon, H. (2007). Economía digital: ¿se requieren nuevos fundamentos teóricos que la definan? *Revista de Administración y Contabilidad de UNISINOS*, 4(2). <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=337228632009>



Rodriguez, B., & Juca, J. (2023). *Impacto de la economía digital en las microempresas de servicio de restaurantes en la ciudad de Machala 2018 - 2022* [Universidad Técnica de Machala].

[https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/22078/1/Trabajo\\_Titulacion\\_1919.pdf](https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/22078/1/Trabajo_Titulacion_1919.pdf)

Rojas, J., Ajuría, J., & Arambarri, J. (2023). Metodología de transformación digital para incrementar la competitividad de las pymes de logística ligera en el Perú. *Industrial Data*, 26(1). <http://dx.doi.org/10.15381/idata.v26i1.23745>

Sabja, M. (2023). *Mercado tradicional versus mercado digital*. Micaelasabja.Com. <https://micaelasabja.com/mercado-tradicional-mercado-digital/>

Sánchez, G., & Hidalgo, A. (2016). La influencia de la economía digital en el concepto de establecimiento permanente en un entorno post-beps. *Revista Quincena Fiscal*, 13. [https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/28069/Sanchez-Archidona%2C G. %282016%29.pdf?sequence=1](https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/28069/Sanchez-Archidona%2C%20G.%202016%29.pdf?sequence=1)

Sánchez, J. (2024). *Crecimiento económico: Qué es y cómo funciona*. Economipedia.Com. <https://economipedia.com/definiciones/crecimiento-economico.html>

Sucari, Y., Quispe, U., Vilca, S., Lanza, M., & Huánuco, M. (2023). Transformación digital de las empresas en la ciudad de Juliaca 2022. *Revista de Ciencias Sociales Aplicadas*. <file:///C:/Users/decri/Downloads/REVISTA+WAYNARROQUE+V3+N1+2023+ART.+1.pdf>

Uribe, E. (2017). *Estrategias para el Desarrollo de la Microempresa en América*



*Latina, FAEDPYME, (2016). Observatoriodenoticias.Redue-Alcue.Org.*

<https://observatoriodenoticias.redue-alcue.org/estrategias-para-el-desarrollo-de-la-microempresa-en-america-latina-faedpyme-2016/>



# ANEXOS



ANEXO N° 1 MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGÍA	TÉCNICAS
¿Cómo influye la economía digital en el desarrollo de las microempresas en la ciudad de Puno, 2024?	Determinar la influencia de la economía digital en el desarrollo de las microempresas en la ciudad de Puno, 2024	La economía digital influye significativamente en el desarrollo de las microempresas en la ciudad de Puno, 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Variables independientes (Yi): Economía digital.</li> <li>● Variables dependientes (xi): Desarrollo de microempresas</li> </ul>	<b>Enfoque:</b> Cuantitativo  <b>Método:</b> Correlacional  <b>Diseño:</b> No experimental  <b>Tipo:</b> Básica  <b>Nivel</b> explicativo	<b>Técnica:</b> Encuesta  <b>Instrumento:</b> Cuestionario
<b>Problemas Específicos</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Hipótesis Específicas</b>			
¿De qué manera influye la economía digital en el crecimiento económico de las microempresas en la ciudad de Puno, 2024?	Identificar la influencia de la economía digital en el crecimiento económico de las microempresas en la ciudad de Puno, 2024	La economía digital influye significativamente en el crecimiento económico de las microempresas en la ciudad de Puno, 2024			
¿De qué manera influye la economía digital en la expansión de mercado de las microempresas de la ciudad de Puno, 2024?	Identificar la influencia de la economía digital en la expansión de mercado de las microempresas de la ciudad de Puno, 2024	La economía digital influye significativamente en la expansión de mercado de las microempresas de la ciudad de Puno, 2024			
¿De qué manera influye la economía digital en la productividad de las microempresas de la ciudad de Puno, 2024?	Identificar la influencia de la economía digital en la productividad de las microempresas de la ciudad de Puno, 2024	La economía digital influye significativamente en la productividad de las microempresas de la ciudad de Puno, 2024			



**ANEXO N° 2 MATRIZ INSTRUMENTAL**

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO Y TECNICA	ESCALA DE MEDICION
VI: Economía digital	Acceso e innovación digital.	Acceso a Internet	<b>TECNICA:</b> Encuesta  <b>INSTRUMENTO:</b> Cuestionario	ORDINAL
		Disponibilidad de infraestructura tecnológica		
		Uso de plataformas digitales (pagos digitales y redes sociales para promocionar)		
	Capacitación digital	Capacitación en el uso de dispositivos digitales.		
		Formación en marketing digital		
		Capacitación en el uso de tecnología digital.		
	Mercado digital.	Comercio Electrónico		
		Uso de plataformas de comercio digitales.		
		Penetración del mercado (promedio de consumidores)		
VD: Desarrollo de microempresas	Crecimiento económico	Incremento en ventas.	<b>TECNICA:</b> Encuesta  <b>INSTRUMENTO:</b> Cuestionario	ORDINAL
		Aumento de rentabilidad.		
		Creación de nuevas líneas de negocio.		
	Expansión de mercado	Nuevos clientes adquiridos.		
		Expansión geográfica.		
		Participación en ferias virtuales o eventos de comercio electrónico.		
	Productividad	Reducción de costos operativos.		
		Mejora en la eficiencia operativa.		
		Reducción en la tasa de error operativo.		
		Incremento en la capacidad productiva.		

## ANEXO N° 3 INSTRUMENTO DE LA INVESTIGACION

UNIVERSIDAD ANDINA  
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ  
ESCUELA PROFESIONAL DE PREGADO

### Encuesta

Estimado participante, con el presente cuestionario se busca recolectar información para el desarrollo del trabajo de investigación denominado: "INFLUENCIA DE LA ECONOMÍA DIGITAL EN EL DESARROLLO DE MICROEMPRESAS EN LA CIUDAD DE PUNO DURANTE EL AÑO 2024", para ello usted debe responder las siguientes interrogantes con honestidad y en base a sus experiencias. La información que nos brinde será confidencial y nos será de mucha ayuda, anticipadamente agradecemos su participación.

**INSTRUCCIONES:** Marque con una "X" en el recuadro que represente su opinión, tomando en cuenta la siguiente escala:

1. Nunca      2. Casi nunca      3. Algunas veces      4. Casi siempre      5. Siempre

VI: Economía digital					
Dimensión 1: Acceso e innovación a la tecnología digital	Valores				
	1	2	3	4	5
1. ¿Usted, suele contar con el constantes acceso a internet dentro de la microempresa?					
2. ¿Según usted, se hace uso de dispositivos digitales como (computadoras, smartphones, tabletas) dentro de la microempresa?					
3. ¿Según usted, se cuenta con la disponibilidad de una buena cobertura de redes (acceso a Internet estable y rápido) dentro de la microempresa?					
4. ¿Según usted, se suele usar métodos de pagos digitales (Yape, Plin, tarjetas de crédito) dentro de la microempresa?					
5. ¿Según usted, se suele usar las redes sociales para promocionar (Facebook, Instagram, TikTok, WhatsApp Business) dentro de la microempresa?					
Dimensión 2: Capacitación en el uso de tecnologías digitales.					
6. ¿Según usted, con qué frecuencia se da capacitación en el uso de dispositivos digitales dentro de la microempresa?					
7. ¿Según usted, con qué frecuencia se recibe formación en marketing digital dentro de la microempresa?					
8. ¿Según usted, con qué frecuencia se participa en capacitaciones sobre tecnología digital dentro de la microempresa?					
Dimensión 3: Participación en el mercado digital.					
9. ¿Según usted, con qué frecuencia se realiza ventas en línea a través del comercio electrónico dentro de la microempresa?					



10. ¿Según usted, con qué frecuencia se utiliza plataformas de comercio digital para sus ventas dentro de la microempresa?					
11. ¿Según usted, con qué frecuencia considera que su mercado objetivo atrae un promedio significativo de consumidores dentro de la microempresa?					
<b>Dimensión 4: Crecimiento económico</b>					
12. ¿Usted ha estado notando un incremento en las ventas de su microempresa en los meses del año 2024?					
13. ¿Usted ha estado notando un aumento en la rentabilidad de su microempresa en los meses del año 2024?					
14. ¿Usted ha notado la adición de nuevos productos a la línea de su microempresa en los meses del año 2024?					
<b>Dimensión 5: Expansión de mercado</b>					
15. ¿Usted ha notado un incremento de clientes en los meses del año 2024?					
16. ¿Usted ha tenido la oportunidad de expandirse a mercados fuera de Puno en los meses del año 2024?					
17. ¿Su microempresa ha tenido la oportunidad de participar en ferias virtuales o eventos de comercio electrónico como Amazon o Mercado Libre en los meses del año 2024?					
<b>Dimensión 6: Productividad</b>					
18. ¿Usted ha notado una reducción en los costos operativos de su microempresa en los meses del año 2024?					
19. ¿Usted ha notado mejoras en la eficiencia operativa de su microempresa (disminución de tiempos en la atención de pedidos y entrega) en los meses del año 2024?					
20. ¿Usted ha notado mejoras en la gestión (mayor capacidad para atender clientes o producir más en menos tiempo) en los meses del año 2024?					
21. ¿Usted ha notado un aumento en la capacidad productiva de su microempresa (mayor número de productos o servicios vendidos) en los meses del año 2024?					



ANEXO N° 4 FICHAS DE VALIDEZ DE INSTRUMENTOS

Validación de instrumento

Opinión de experto

I. DATOS DEL EXPERTO

- 1. Apellidos y Nombres: Lujan Urviola Carlos Adolfo
- 2. Cargo e institución donde labora: UANCV Docente
- 3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Encuesta
- 4. Autor del instrumento: Quispe Machaca Denilson
- 5. Título de la tesis: Influencia de la Economía Digital en el Desarrollo de Microempresas en la Ciudad de Puno, 2024

II. PUNTOS DE VALIDACIÓN

DIMENSIONES	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		0 - 20%	21 - 40%	41 - 60%	61 - 80%	81 - 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					96
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en base a la realidad local					95
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia					94
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					96
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					97
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para la mejora de las unidades de estudio					99
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos					92
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					94
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					96

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: FAVORABLE

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95

Lugar y fecha: Juliaca, 31 de Octubre 2024

Firma del experto

DNI N°: Cel.: 0.1213364

CEL. 951822686



APÉNDICE N° 5 MATRIZ DE SISTEMATIZACIÓN

Validación de instrumento

Opinión de experto

I. DATOS DEL EXPERTO

- 1. Apellidos y Nombres: Huacani Pucasaca Jody
- 2. Cargo e institución donde labora: UANCV DOCENTE
- 3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: ENCUESTA
- 4. Autor del instrumento: Denilson Quispe Machaca
- 5. Título de la tesis: Influencia de la Economía Digital en el Desarrollo de Microempresas en la Ciudad de Puno, 2024

II. PUNTOS DE VALIDACIÓN

DIMENSIONES	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		0 - 20%	21 - 40%	41 - 60%	61 - 80%	81 - 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					94
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en base a la realidad local					96
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia					92
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					98
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					95
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para la mejora de las unidades de estudio					96
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos					94
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					95
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					93

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: FAVORABLE

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95

Lugar y fecha: Juliaca, 31 de Octubre, 2024

Firma del experto

DNI N°: Cel.: 40673820

989-544422



**INFLUENCIA DE LA ECONOMÍA DIGITAL EN EL DESARROLLO DE MICROEMPRESAS EN LA CIUDAD DE PUNO, 2024**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6
1	Casi nunca	Nunca	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca
2	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca
3	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca
4	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca
5	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca
6	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	Siempre	Siempre	Siempre
7	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
8	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Casi Siempre	Algunas ve...
9	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...
10	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ven...	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...
11	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ven...	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
12	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre
13	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre
14	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre
15	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre
16	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre
17	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
18	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre
19	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...
20	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
21	Algunas ve...	Casi Siempre	Algunas ve...	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
22	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre
23	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre
24	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre
25	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
26	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...
27	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	Siempre	Siempre	Siempre
28	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre
29	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre



ANEXO I  
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV



Formato digital

Fecha de entrega: 27-05-2025

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: DENILSON QUISPE MACHACA

Dirección: Jr. José Antonio Encinas S/N – Huacullani

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 74574547

Teléfono: 953755731 email: denilsontrabajos45@gmail.com

Nombres y Apellidos: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ email: \_\_\_\_\_

Facultad y/o Escuela de Posgrado: FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

Escuela Profesional o Mención: ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Título o Grado Académico a optar: LICENCIADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Asesor: Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación  Tesis  Trabajo de Suficiencia Profesional  Trabajo Académico

Título: INFLUENCIA DE LA ECONOMÍA DIGITAL EN EL DESARROLLO DE MICROEMPRESAS EN LA CIUDAD DE PUNO, 2024

Palabras claves, (3 a 5 términos): Contribución, minería y servicios, impuesto a la renta,

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV <sup>1,2</sup>?

1

<sup>1</sup> Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entre otros relacionados.

<sup>2</sup> Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.

2. Referencia de tesis:

Bachiller  Título  2da Especialidad  Maestría  Doctorado



3. Licencias:

a) Licencia estándar:

**Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.**

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

**Autorizo su publicación (marque con una X)**

- Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
- Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): \_\_\_\_\_
- No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

**¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?**

**Sí:** significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

**No:** significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

- Sí autorizo
- No autorizo



**Jurisdicción de su Licencia**

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción "internacional" o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción "internacional" emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, la opción "internacional" goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral. Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

Internacional

Nacional

Línea de investigación: **ECONÓMICA SECTORIAL – P16**

Firma de Autor



huella digital

27 de Mayo 2025

Fecha