



Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión
Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Financieras
Escuela Profesional de Economía y Finanzas

**Economía digital y su incidencia en el crecimiento empresarial
de la Provincia de Huaura, 2023**

Tesis

Para optar el Título Profesional de Economista

Autores

Jhoana Galindo Cano

Ronald Dennis Morales Chopa

Asesor

Mg. Econ. Antonio Josue Collantes Saavedra

Huacho – Perú

2024



Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Reconocimiento: Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

LICENCIADA

(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020)

Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Financieras Escuela Profesional de Economía y Finanzas

METADATOS

DATOS DEL AUTOR (ES):		
APELLIDOS Y NOMBRES	DNI	FECHA DE SUSTENTACIÓN
Galindo Cano, Jhoana	75167850	19/07/2024
Morales Chopa, Ronald Dennis	75238726	19/07/2024
DATOS DEL ASESOR:		
APELLIDOS Y NOMBRES	DNI	CÓDIGO ORCID
Collantes Saavedra, Antonio Josue	43789244	0000-0001-6712-9376
DATOS DE LOS MIEMROS DE JURADOS - PREGRADO/POSGRADO-MAESTRÍA-DOCTORADO:		
APELLIDOS Y NOMBRES	DNI	CÓDIGO ORCID
Inca Soller, Rosa Adriana	07148621	0000-0003-0143-7215
Cadenas Calderon, Pablo Cesar	15850223	0000-0002-7488-967X
Alcantara Robles, Maria del Rosario	43847971	0000-0002-5406-7409

Economía digital y su incidencia en el crecimiento empresarial de la Provincia de Huaura, 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.unsa.edu.pe Fuente de Internet	1%
2	Submitted to Universidad Peruana de Las Americas Trabajo del estudiante	1%
3	Submitted to unsaac Trabajo del estudiante	1%
4	opendata.biblio.uanl.mx Fuente de Internet	1%
5	upc.aws.openrepository.com Fuente de Internet	<1%
6	repositorio.uct.edu.pe Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	<1%
8	revistas.unicartagena.edu.co Fuente de Internet	<1%

TITULO

**ECONOMÍA DIGITAL Y SU INCIDENCIA EN EL CRECIMIENTO
EMPRESARIAL DE LA PROVINCIA DE HUAURA, 2023**

Autores

**Jhoana Galindo Cano
Ronald Dennis Morales Chopa**

Asesor

Mg. Econ. Antonio Josue Collantes Saavedra

MIEMBROS DEL JURADO EVALUADOR

Mg. Econ. Rosa Adriana Inca Soller

(Presidente)

Mg. Econ. Pablo Cesar Cadenas Calderon

(Secretario)

Mg. Econ. Maria del Rosario Alcantara Robles

(Vocal)

DEDICATORIA

A nuestro Dios, por siempre estar presente en nuestro camino guiándonos, protegiéndonos y brindándonos sabiduría.

A nuestros padres, por el amor y apoyo incondicional que nos brindan, a la vez haber sido los protagonistas en nuestra formación.

AGRADECIMIENTO

A nuestro Dios un agradecimiento infinito, por darnos la fuerza para poder seguir con nuestros objetivos y metas trazadas.

A nuestra Escuela Profesional de Economía y Finanzas de la UNJFSC, por abrirnos sus puertas y habernos acogido en sus aulas durante 5 años de nuestra formación profesional llena de emociones y anécdotas.

A nuestro asesor, el Mg. Econ. Collantes Saavedra Antonio Josué, por su compromiso y valiosa orientación en el desarrollo de la presente investigación. De igual manera hacia nuestro jurado calificador por las recomendaciones brindadas.

Finalmente, expresamos nuestro agradecimiento hacia la Sta. Milagros Córdova Caldas y los Asociados de la Cámara de Comercio y Producción de la Provincia de Huaura quienes nos brindaron su tiempo para apoyarnos con la información necesaria.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	vii
AGRADECIMIENTO	viii
ÍNDICE.....	ix
INDICE DE TABLAS.....	xiii
INDICE DE FIGURAS	xv
RESUMEN	xvi
ABSTRACT	xvii
INTRODUCCIÓN.....	xviii
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. Descripción de la realidad problemática.....	1
1.2. Formulación del problema	4
1.2.1. Problema general	4
1.2.2. Problemas específicos.....	4
1.3. Objetivos de la investigación.....	5
1.3.1. Objetivo general	5
1.3.2. Objetivos específicos.....	5
1.4. Justificación de la investigación	6

1.4.1.	Justificación teórica	6
1.4.2.	Justificación práctica	6
1.4.3.	Justificación metodológica	6
1.4.4.	Justificación social.....	6
1.5.	Delimitación del estudio	7
1.5.1.	Delimitación temporal	7
1.5.2.	Delimitación espacial	7
1.5.3.	Delimitación social	7
1.5.4.	Delimitación cuantitativa.....	8
1.5.5.	Delimitación semántica o conceptual	8
1.6.	Viabilidad del estudio	9
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....		10
2.1.	Antecedentes de la investigación	10
2.1.1.	Investigaciones internacionales	10
2.1.2.	Investigaciones nacionales	12
2.2.	Bases teóricas.....	13
2.2.1.	Economía digital.....	13
2.2.2.	Crecimiento empresarial.....	20
2.3.	Bases filosóficas.....	26

2.3.1.	Economía digital.....	26
2.3.2.	Crecimiento empresarial.....	27
2.4.	Definición de términos básicos.....	28
2.5.	Hipótesis de investigación.....	36
2.5.1.	Hipótesis general.....	36
2.5.2.	Hipótesis específicas.....	36
2.6.	Operacionalización de las variables.....	37
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....		38
3.1.	Diseño metodológico.....	38
3.1.1.	Enfoque de la investigación.....	38
3.1.2.	Tipo de investigación.....	38
3.1.3.	Nivel de investigación.....	39
3.1.4.	Diseño de la investigación.....	39
3.2.	Población y muestra.....	40
3.2.1.	Población.....	40
3.2.2.	Muestra.....	40
3.3.	Técnicas de recolección de datos.....	41
3.4.	Descripción de instrumentos.....	42
3.5.	Técnicas de procesamiento de la información.....	42

CAPÍTULO IV: RESULTADOS	44
4.1. Análisis de resultados	44
4.1.1. Resultados de Economía digital y sus dimensiones	44
4.1.2. Resultados de Crecimiento empresarial y sus dimensiones	50
4.1.3. Prueba de normalidad	55
4.2. Contratación de hipótesis	56
4.2.1. Hipótesis general	56
4.2.2. Primera hipótesis específica	58
4.2.3. Segunda hipótesis específica	60
4.2.4. Tercera hipótesis específica	62
4.2.5. Cuarta hipótesis específica	64
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	66
5.1. Discusión de resultados.....	66
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	70
6.1. Conclusiones	70
6.2. Recomendaciones	73
REFERENCIAS	75
ANEXOS	87

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de las variables	37
Tabla 2 Matriz de análisis de juicio de expertos.....	42
Tabla 3 Estadísticas de fiabilidad	43
Tabla 4 Economía digital.....	44
Tabla 5 Sector de las TIC	45
Tabla 6 Negocios digitales.....	46
Tabla 7 Comercio electrónico.....	47
Tabla 8 Alfabetización digital	48
Tabla 9 Crecimiento empresarial.....	50
Tabla 10 Responsabilidad empresarial	51
Tabla 11 Madurez empresarial	52
Tabla 12 Renovación empresarial	53
Tabla 13 Test de normalidad	55
Tabla 14 Correlación entre economía digital y crecimiento empresarial	56
Tabla 15 Correlación entre sector de las TIC y crecimiento empresarial.....	58
Tabla 16 Correlación entre negocios digitales y crecimiento empresarial	60

Tabla 17 Correlación entre comercio electrónico y crecimiento empresarial 62

Tabla 18 Correlación entre alfabetización digital y crecimiento empresarial 64

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Esquema del diseño de investigación.....	39
Figura 2 Economía digital	44
Figura 3 Sector de las TIC.....	45
Figura 4 Negocios digitales.....	46
Figura 5 Comercio electrónico	47
Figura 6 Alfabetización digital.....	48
Figura 7 Crecimiento empresarial	50
Figura 8 Responsabilidad empresarial.....	51
Figura 9 Madurez empresarial.....	52
Figura 10 Renovación empresarial.....	53
Figura 11 Dispersión entre la economía digital y el crecimiento empresarial	57
Figura 12 Dispersión entre sector de las TIC y el crecimiento empresarial.....	59
Figura 13 Dispersión entre los negocios digitales y el crecimiento empresarial	61
Figura 14 Dispersión entre el comercio electrónico y el crecimiento empresarial	63
Figura 15 Dispersión entre la alfabetización digital y el crecimiento empresarial	65

RESUMEN

La presente investigación aborda la influencia de la economía digital sobre el crecimiento empresarial de la Provincia de Huaura, 2023. En un contexto global de rápida transformación digital, esta investigación se enfoca en comprender y cuantificar cómo la adopción de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) o el comercio electrónico afecta el desarrollo sostenible de las empresas locales. A través de un enfoque cuantitativo, básico, descriptivo correlacional y no experimental, se midieron dimensiones clave de la economía digital, como el sector de las TIC, negocios digitales, comercio electrónico y alfabetización digital, estableciendo correlaciones con el crecimiento empresarial. Los resultados revelaron relaciones positivas significativas, destacando la importancia estratégica de la economía digital para fortalecer la resiliencia y competitividad de las empresas en la Provincia de Huaura.

Palabras clave: economía digital, crecimiento empresarial, tecnologías de información y comunicación (TIC), negocios digitales, comercio electrónico y alfabetización digital.

ABSTRACT

This research addresses the influence of the digital economy on business growth in Huaura Province, 2023. In a global context of rapid digital transformation, this research focuses on understanding and quantifying how the adoption of Information and Communication Technologies (ICT) or e-commerce affects the sustainable development of local businesses. Through a quantitative, basic, descriptive correlational and non-experimental approach, key dimensions of the digital economy, such as ICT sector, digital business, e-commerce and digital literacy, were measured and correlated with business growth. The results revealed significant positive relationships, highlighting the strategic importance of the digital economy to strengthen the resilience and competitiveness of enterprises in Huaura Province.

Keywords: digital economy, business growth, information and communication technologies (ICT), digital business, e-commerce and digital literacy.

INTRODUCCIÓN

En la era contemporánea, la acelerada evolución de la economía digital ha transformado radicalmente la dinámica empresarial a nivel mundial. El vertiginoso crecimiento de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) ha propiciado un entorno donde la adopción efectiva de la economía digital se convierte en un factor clave para el desarrollo y crecimiento sostenible de las empresas. Este fenómeno no ha pasado desapercibido en la Provincia de Huaura, Lima - Perú, donde la intersección entre la expansión de la economía digital y el tejido empresarial local ha generado nuevas oportunidades, pero también desafíos únicos.

La presente investigación se enmarca en la necesidad imperante de comprender y evaluar la incidencia de la economía digital en el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023. En un contexto donde las TIC, el comercio electrónico y las estrategias de marketing digital emergen como impulsores potenciales del desarrollo empresarial, es esencial profundizar en la relación e influencia entre la economía digital y el crecimiento de las empresas locales.

La decisión de emprender esta investigación se fundamenta en la premisa de que comprender y cuantificar la influencia de la economía digital proporcionará a los actores empresariales, a las autoridades locales y a los investigadores un marco sólido para abordar los retos y capitalizar las oportunidades inherentes a esta transformación digital. A través de un enfoque cuantitativo descriptivo correlacional, la investigación pretende medir y analizar de manera sistemática las dimensiones clave de la economía digital y su influencia con el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura.

El análisis de dimensiones como el sector de las TIC, negocios digitales, comercio electrónico, alfabetización digital y su correlación con dimensiones del crecimiento empresarial permitirá obtener insights significativos y orientar estrategias específicas para fortalecer la resiliencia y competitividad de las empresas locales. La investigación no solo aspira a contribuir al conocimiento académico en el campo de la economía digital, sino también a proporcionar directrices prácticas que respalden la toma de decisiones informada y el desarrollo sostenible en el ámbito empresarial de Huaura.

En el siguiente trabajo, se detallaron los antecedentes, el marco teórico, la metodología, los resultados y las conclusiones que derivan de este esfuerzo investigativo, con la esperanza de arrojar luz sobre la compleja interacción e influencia entre la economía digital y el crecimiento empresarial en dicho contexto local.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.Descripción de la realidad problemática

La acelerada evolución de la economía digital, impulsada por la expansión de internet y el vertiginoso aumento en la capacidad de procesamiento de datos, ha transformado radicalmente la forma en que las personas, las empresas y la sociedad interactúan. Este fenómeno se manifiesta a través de la creciente cantidad de datos digitales generados por las actividades en plataformas digitales, marcando una transición hacia una economía basada en datos (Hernández-Castellanos et al., 2021). El tráfico masivo de datos a nivel mundial, medido en terabytes por segundo, evidencia este cambio y subraya la importancia de entender y aprovechar las oportunidades que la economía digital presenta.

En este contexto, la expansión de la economía digital se traduce en nuevas oportunidades y desafíos para el crecimiento empresarial. El uso estratégico de datos digitales se ha convertido en un recurso clave, y la capacidad de recopilar, analizar y aplicar estos datos se ha vuelto esencial para el desarrollo económico (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo [UNCTAD], 2019). La economía digital no solo impacta la eficiencia de la producción, sino que también redefine las cadenas de valor, permitiendo la creación de productos y servicios de mayor calidad a costos reducidos (Trelles-Suca, 2021). En este escenario, las plataformas digitales desempeñan un papel central al facilitar transacciones, conectar redes y fomentar el intercambio de información.

Uno de los indicadores clave de esta transformación es el comercio electrónico, una pieza fundamental de la economía digital que ha experimentado un auge significativo. La pandemia mundial, que comenzó en 2020, aceleró la adopción de enfoques económicos respaldados por la web, especialmente en pequeñas empresas. En el Perú y a nivel global, la crisis sanitaria ha llevado a un aumento en la adopción de billeteras móviles respaldadas por la banca comercial, como Yape, Plin, Tunki y Bim (Cotrina & Pumarrumi, 2020).

En la continua evolución de la economía digital, otro aspecto crucial es la incorporación de las TIC en los procesos empresariales. La adopción de soluciones digitales, como sistemas de gestión empresarial, plataformas de e-commerce avanzadas y herramientas de análisis de datos, se ha sentado como un factor determinante para aquellas organizaciones que buscan competir en un ambiente cada vez más digitalizado (Hernández-Castellanos et al., 2021). Este fenómeno refuerza la necesidad de comprender cómo estas TIC, al ser implementadas estratégicamente, influyen en la productividad, eficiencia operativa e innovación en las empresas.

La Provincia de Huaura, al igual que otras regiones, no ha sido ajena a este impacto del comercio electrónico. Se ha observado un crecimiento significativo en la oferta y demanda de productos y servicios dentro del ámbito empresarial local. Este aumento en las transacciones comerciales ha generado un escenario dinámico que requiere una comprensión más profunda y una evaluación de su impacto en el crecimiento empresarial.

De igual manera, se evidencia un desafío adicional relacionado con la accesibilidad y capacitación digital de los actores empresariales. A pesar del impulso hacia la economía digital, algunos sectores pueden enfrentar barreras para adoptar plenamente estas tecnologías, ya sea debido a limitaciones en infraestructura digital o a la necesidad de fomentar habilidades digitales entre los empresarios locales. Este aspecto, a menudo subestimado, añade una capa de complejidad al panorama empresarial en la provincia, subrayando la importancia de programas de capacitación y medidas de inclusión digital para garantizar que todas las empresas puedan aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece la economía digital.

La problemática de estudio se centró en la marcada evolución de la economía digital desde 2020 y su incidencia sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura. El fenómeno del comercio electrónico, respaldado por el uso de billeteras móviles y la adopción generalizada de enfoques económicos basados en la web, ha generado cambios significativos en el tejido empresarial local. La pregunta clave es cómo la economía digital, especialmente a través del comercio electrónico, contribuye al crecimiento sostenible de las empresas en esta provincia.

A través de este estudio, se buscó establecer la influencia de la economía digital sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023. Para lograrlo, se analizaron indicadores clave la adopción de plataformas digitales, el comercio electrónico y el impacto de estas tendencias en la productividad y la innovación. El objetivo último fue proporcionar una comprensión integral de cómo la economía digital está dando forma al panorama empresarial en la provincia y su significativo aporte al crecimiento económico local.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Existe influencia de la economía digital sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023?

1.2.2. Problemas específicos

¿Existe influencia del sector de las TIC sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023?

¿Existe influencia de los negocios digitales sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023?

¿Existe influencia del comercio electrónico sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023?

¿Existe influencia de la alfabetización digital sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023?

1.3.Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Establecer la influencia de la economía digital sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023.

1.3.2. Objetivos específicos

Determinar la influencia del sector de las TIC sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023.

Identificar la influencia de los negocios digitales sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023.

Determinar la influencia del comercio electrónico sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023.

Indicar la influencia de la alfabetización digital sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023.

1.4. Justificación de la investigación

1.4.1. Justificación teórica

El presente estudio fundamenta su justificación teórica en la necesidad de desarrollar conocimientos provenientes de diversos autores, los cuales aborden los avances y alcances de la economía digital en el contexto empresarial. Este enfoque tuvo como propósito proporcionar al lector un análisis integral de los beneficios asociados a la implementación de la economía digital.

1.4.2. Justificación práctica

El presente estudio sustenta su justificación práctica en el informe final proporcionado, ya que a través de este se logró demostrar la influencia de la economía digital y el sector empresarial. Este enfoque facilitó la evidencia concreta de los beneficios derivados del avance de esta figura económica.

1.4.3. Justificación metodológica

El presente estudio se enmarcó en un enfoque cuantitativo, específicamente en el nivel descriptivo y correlacional. Esto permitió el desarrollo de las variables, dimensiones e indicadores propuestos, lo cual contribuyó significativamente a la fiabilidad de las conclusiones proporcionadas.

1.4.4. Justificación social

La presente investigación es relevante para la sociedad, ya que aportó datos concretos sobre la influencia de la economía digital sobre el sector empresarial. Este conocimiento puede guiar a aquellos interesados en emprender un negocio, posicionando al uso de la economía digital y el e-commerce como aliados fundamentales.

1.5. Delimitación del estudio

1.5.1. Delimitación temporal

La investigación se llevó a cabo de manera transversal durante el año 2023, centrándose en un periodo específico para la aplicación del cuestionario. La recolección de datos se realizó a lo largo de un intervalo determinado, permitiendo capturar una instantánea representativa de la interacción entre la economía digital y el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura.

1.5.2. Delimitación espacial

La investigación se circunscribió geográficamente a la Provincia de Huaura, ubicada en la región Lima, Perú. La elección de este ámbito se basó en la necesidad de ahondar en la agudeza de la interacción entre las variables en un contexto local específico. La provincia presenta una diversidad de sectores empresariales y condiciones económicas que ofrecen un terreno fértil para examinar cómo la economía digital influye en el crecimiento de las empresas.

1.5.3. Delimitación social

La delimitación social se enfocó en la percepción y participación de los actores clave en el entorno empresarial de la Provincia de Huaura. Se exploraron las actitudes, conocimientos y experiencias de los líderes empresariales respecto a la adopción de tecnologías digitales y su influencia en el crecimiento de sus negocios. Además, se consideró la influencia social de las decisiones y estrategias empresariales relacionadas con la economía digital.

1.5.4. Delimitación cuantitativa

La delimitación cuantitativa de esta investigación se enfocó en la recopilación, análisis y presentación de datos numéricos relacionados con la economía digital y el crecimiento de las empresas en la Provincia de Huaura. La aplicación de cuestionarios estructurados permitió obtener información cuantificable y objetiva que se tradujeron en resultados concretos.

1.5.5. Delimitación semántica o conceptual

La delimitación conceptual de este estudio establece las fronteras y alcances específicos de los términos y conceptos clave que serán utilizados de manera consistente a lo largo del estudio. Es fundamental para garantizar la claridad y coherencia en la interpretación de los resultados.

En ese contexto, se delimita conceptualmente el término "economía digital" como el conjunto de actividades económicas basadas en el uso intensivo de las TIC para la generación, distribución y consumo de bienes y servicios. Esto incluye, pero no se limita a, transacciones comerciales en línea, marketing digital, presencia en redes sociales y otras prácticas relacionadas con el entorno digital (Agudelo, 2021).

Asimismo, se conceptualiza el "crecimiento empresarial" como el aumento en la magnitud y alcance de las actividades comerciales de una empresa. Este puede manifestarse en términos de ingresos, expansión de operaciones, diversificación de productos o servicios, y otros indicadores que reflejen el desarrollo positivo de una entidad comercial (Blázquez et al., 2006).

1.6. Viabilidad del estudio

La viabilidad de la presente investigación se sustentó en la disponibilidad de información proporcionada por los gerentes y/o funcionarios de las empresas asociadas a la Cámara de Comercio y Producción de la Provincia Huaura, que permitió analizar la influencia de la economía digital sobre crecimiento de estas. Aunque el proceso de aplicación de instrumentos enfrentó obstáculos burocráticos, la información obtenida posibilitó un alcance más amplio para la investigación, lo cual se refleja en el capítulo de resultados.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Investigaciones internacionales

De acuerdo con la CEPAL - Naciones Unidas (2013), en los países latinoamericanos, la relevancia de la economía digital es cada vez mayor debido al gasto en TIC, al número de usuarios de Internet y a la diversificación de sus empleos. En los últimos diez años, la región se ha perfilado en un mercado floreciente para que empresas, gobiernos y particulares utilicen aplicaciones TIC. En 2011, la región gastó más de 295.000 millones de dólares estadounidenses, es decir, aproximadamente el 5,2% del producto interior bruto (PIB) mundial (Gartner, 2012). Con un incremento sostenido que logró un 12,1% en 2011, la inversión en América Latina equivale al 8% del gasto mundial, el segundo más alto después de la región Asia-Pacífico. El gasto mundial se repartió entre telecomunicaciones (47%), servicios (24%), dispositivos (17%), software (8%) y centros de datos (4%). En cuanto al mercado de Internet en Latinoamérica, creció rápidamente, alcanzando los 133 millones de usuarios en 2012. En 2008-2012, la región superó la media mundial del 10% al registrar el mayor crecimiento de la población usuaria de Internet, con una media anual del 15%. En el mismo periodo, América Latina incrementó su participación del 7,3% al 9%, situándose entre las regiones con mayor incremento.

Andrade (2019) se propuso conocer y analizar el panorama de la economía digital en las pequeñas y medianas empresas (pymes). En esencia, diagnosticó las condiciones laborales asociadas a este fenómeno, destacándolo como un motor importante para el desarrollo empresarial. La metodología empleada se enmarcó en un enfoque inductivo, deductivo, bibliográfico y estadístico. La recolección de datos se llevó a cabo mediante una

encuesta aplicada a 265 representantes de las pymes. Las conclusiones de su estudio indicaron que la economía digital genera cambios significativos en términos de competitividad, dinamismo, rapidez, adaptabilidad e innovación.

Villalobos (2019) pretendió explorar el uso, acceso y dominio de la economía digital en la competitividad de empresas manufactureras, comerciales y de servicio. Para ello, siguió una metodología descriptiva exploratoria y de enfoque cualitativo. Asimismo, se basó en fuentes de información primaria y secundaria, y la recolección de datos la realizó mediante un cuestionario aplicado a 85 representantes de empresas. Concluyó que la adopción de la economía digital es todo un proceso sinuoso independientemente del sector a la que una empresa pertenezca, sin embargo, los beneficios posteriores son muy relevantes para su proceso de producción o venta.

Romero (2022) abordó las estrategias de ventas para propiciar el crecimiento empresarial online. Específicamente, buscó incrementar la productividad y, consecuentemente, mejorar los resultados económicos de las empresas. En ese sentido, su trabajo se enmarcó en una metodología cuantitativa, bibliográfica, científica, deductiva, cualitativa, descriptiva y analítica. La recolección de datos la realizó mediante cuestionarios y entrevistas. Demostró que la mayoría de emprendimientos no cuentan con estrategias debido a la falta de conocimiento sobre las mismas, por tanto, se les dificulta el logro de objetivos y padecen un estancamiento en su productividad.

2.1.2. Investigaciones nacionales

En comparación con los parámetros relacionados con el tamaño y el potencial de las empresas, Duarte (2010) afirma que la mayoría de las empresas actuales se centran en la economía digital. Dentro de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) ha surgido el uso de sitios en línea por parte de los exportadores artesanales como mecanismo preferido para diseñar sus negocios y productos. Además, indica que los exportadores peruanos de productos artesanales, conocidos como PYMES, no aprovechan al máximo sus sitios web y no se comparan con sitios web de competidores del sector con mayores niveles de competitividad.

Gutiérrez et al. (2022) llevaron a cabo un análisis de la economía digital y su incidencia en el desarrollo empresarial en el Perú. Emplearon una metodología descriptiva correlacional para validar su hipótesis de investigación: la economía digital incide en el desarrollo empresarial. Como resultado de su estudio, concluyeron que la incorporación de las TIC es esencial para aumentar las ventas, mejorar la gestión empresarial y fomentar el desarrollo del capital humano.

Donayre (2021) pretendió determinar si el comercio electrónico se asocia con el crecimiento económico a nivel nacional. Para ello siguió una metodología de tipo aplicada, de nivel descriptivo, analítico y estadístico, además, se enfocó en un diseño no experimental. Como población consideró a 318 empresarios, mediante un muestreo probabilístico obtuvo un tamaño muestral de 174. La recolección de datos la realizó mediante cuestionarios y una guía de entrevista. Obtuvo un coeficiente de correlación de 0.156 ($p = 0.040$), por tanto, concluyó que, el mayor desarrollo tecnológico y el e-commerce se relacionan con un mayor crecimiento económico nacional.

Cahui y Fernandez (2022) analizaron casos con respecto a la incidencia del marketing digital sobre el crecimiento de las mypes. Su investigación fue de enfoque cualitativo, específicamente, bajo diversos filtros, seleccionaron fuentes bibliográficas para su análisis. Concluyeron que en gran parte de los países las grandes empresas son quienes mayor provecho han sacado del marketing digital, en contraparte, las micro y pequeñas empresas aun presentan falencias en la adopción de esta ya sea por el desconocimiento o la escasez de recursos.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Economía digital

La economía digital, en la actualidad, es un fenómeno transformador que redefine las dinámicas económicas a nivel global, influenciando la forma en que las organizaciones operan, interactúan y generan valor. A través de las contribuciones de diversos autores, como Agudelo (2021), Greco y Vicens (2022), Armijos-Orellana et al. (2023), Santos-Assán et al. (2021), e Inzunza-Mejía (2018), se delinean perspectivas integrales que permiten comprender con profundidad el alcance y el impacto específico de la economía digital.

Definición y alcance. Agudelo (2021) sienta las bases al conceptualizar la economía digital como un fenómeno derivado del uso generalizado de las TIC. Este enfoque no sólo hace hincapié en el crecimiento de nuevos sectores TIC, sino que también destaca su papel indirecto en la promoción del establecimiento de nuevas empresas y en la mejora de la eficacia de las ya establecidas. Desde esta perspectiva, la economía digital engloba diversos aspectos que van más allá de la mera adopción de tecnología, como el desarrollo del sector TIC, la aparición de nuevos negocios digitales, el crecimiento del e-commerce, la exigencia de competencias digitales y la importancia de la regulación.

A su vez, la economía digital impulsa cambios significativos en las organizaciones al conectar a individuos como catalizadores de innovación. Lo beneficioso de la economía digital depende de aquellos responsables de generar y difundir estas transformaciones a nivel corporativo (Chuya-Chuya et al., 2021). La nueva economía, como también se la conoce, basada en Internet y las nuevas tecnologías, está transformando las estructuras organizativas e introduciendo enfoques y métodos novedosos, lo que está dando lugar al surgimiento de la cuarta revolución industrial (Limón & González, 2022).

Con aproximadamente 22 años desde la popularización de Internet, ha evolucionado junto con la sociedad, dando lugar a una extensa variedad de negocios en distintas ramas de la economía (Chuya-Chuya et al., 2021). Este cambio ha propiciado un acceso más rápido y personalizado, desplazando a las empresas tradicionales. La innovación y la tecnología son fundamentales en esta nueva realidad, liderando la digitalización de estructuras, impulsada por una globalización que impacta fuertemente en los progresos tecnológicos, la invención en procesos industriales y el requerimiento de habilidades de vanguardia para competir en igualdad de condiciones (Limón & González, 2022).

Las nuevas tecnologías han transformado todos los aspectos de la sociedad, sirviendo de base para el desarrollo económico y social de nuevas estructuras. La economía digital funciona a la par que el crecimiento de las Pymes, permitiéndoles aprovechar el entorno tecnológico emergente y aumentar rápidamente sus ingresos empresariales (Del Do et al., 2023).

Impacto en América Latina. Greco y Vicens (2022) amplían tal comprensión al destacar que la economía digital abarca actividades económicas realizadas a través de medios digitales, incluyendo Internet y las TIC. Aunque su impacto en América Latina es significativo, se observa un rezago en los indicadores de infraestructura digital, cobertura y acceso a Internet en comparación con los países desarrollados. Este desfase, identificado especialmente en sectores como servicios financieros, agencias de viaje online y apps de entrega de comida, plantea desafíos, pero también oportunidades de regulación y control preventivo de fusiones para fomentar un desarrollo equitativo de los mercados digitales en la región.

La transformación digital implica el uso de la tecnología para mejorar los procesos internos, las relaciones con los clientes, las relaciones con los proveedores y los modelos de negocio de una empresa. Esto puede conducir a una mayor eficiencia y productividad, así como a nuevas oportunidades (Del Do et al., 2023). La pandemia mundial y las medidas de contención y distanciamiento social puestas en marcha han provocado una digitalización forzosa de las empresas y de la sociedad en general, lo que ha puesto de manifiesto las ventajas de contar con procesos y canales digitales tanto para los clientes como para las empresas, al tiempo que ha puesto de manifiesto los obstáculos para adoptar y aprovechar estas tecnologías (Trujillo et al., 2022).

En la actualidad, América Latina y el Caribe se enfrentan a disparidades en la adopción de la tecnología digital por parte de las empresas en comparación con los países desarrollados, con un menor nivel de tecnología digital entre las pequeñas empresas. Existen una serie de barreras que dificultan la adopción y el desarrollo de dichas tecnologías, tales como problemas de información, limitaciones de conectividad, escasez de personas con

competencias digitales, dificultades de acceso a la financiación, nuevo desarrollo del sector de las TIC y de los sistemas de información relacionados, así como falta de regulación o problemas de interoperabilidad, que están ralentizando la velocidad de la transición digital (Del Do et al., 2023). Las dificultades asociadas a estos retos, junto con un marco normativo obsoleto, están obstaculizando el proceso de desarrollo, prueba y adopción de nuevas aplicaciones tecnológicas.

Relevancia. Armijos-Orellana et al. (2023) contextualizan la economía digital a un contexto más particular, enfatizando que no es un fenómeno abstracto, sino una realidad que puede transformar la producción económica local. Aquí, la adopción de la economía digital implica no solo la utilización de tecnologías digitales para producir y vender bienes y servicios en línea, así como una fuerza esencial para estimular el cambio estructural y fomentar la inclusión social. En este sentido, las oportunidades de empleo y negocio se vislumbran junto con desafíos relacionados con la inversión en tecnología y la capacitación de personal.

La economía digital, según Santos-Assán et al. (2021), no se limita a la transición de actividades económicas al entorno digital; va más allá, permitiendo a las empresas crear valor en el mundo virtual mediante la gestión eficiente de información. En este contexto, las redes digitales y la infraestructura de comunicación se consolidan como plataformas globales para estrategias, interacciones y colaboraciones. La comprensión y adopción proactiva de tecnologías digitales por parte de las empresas locales emerge como un factor de vital importancia para capitalizar el potencial de la economía digital y prosperar en la era digital.

Valor en el mundo virtual. Santos-Assán et al. (2021) la economía digital permite a las organizaciones crear valor en el mundo virtual recopilando, organizando, seleccionando, sintetizando y distribuyendo información. Destacan la importancia de las redes digitales y las infraestructuras de comunicación como plataformas mundiales para estrategias, interacciones y colaboraciones.

La capacidad de las organizaciones para aprovechar la economía digital radica en su habilidad para recopilar datos, organizarlos de manera significativa, seleccionar la información relevante, sintetizar conocimientos valiosos y, finalmente, distribuir estos recursos digitales de manera estratégica (Nuñez & Miranda, 2020). Este enfoque no solo implica una transformación tecnológica, sino también una evolución en la mentalidad empresarial, donde la agilidad, la adaptabilidad y la capacidad de aprovechar las oportunidades en el entorno digital son esenciales.

En este nuevo paradigma digital, el valor no solo se encuentra en el incremento de información disponible, sino también en la mayor capacidad de las organizaciones para extraer conocimientos significativos y aplicarlos de manera efectiva en sus operaciones y estrategias (Nuñez & Miranda, 2020). Las redes digitales actúan como conectores vitales, facilitando la interconexión de nodos estratégicos en la economía digital y permitiendo una colaboración más estrecha y eficiente en el mundo virtual.

Economía del internet y su influencia en el crecimiento. Inzunza-Mejía (2018) señala que la economía digital es la economía de Internet, que abarca todas las actividades relacionadas con el establecimiento y la utilización de redes y servicios en línea. Este enfoque pone de relieve las formas en que la economía digital está en auge en muchas direcciones, lo que repercute en nuestra forma de vida y abre nuevas industrias, modelos de negocio y cambios en la organización del mercado laboral. La tecnología de conectividad y los flujos de información se consolidan como catalizadores esenciales del crecimiento económico con el uso y acceso creciente a Internet en todo el mundo.

En la era actual, la economía digital se manifiesta como un entorno dinámico que va mucho más allá de la adaptación a tecnologías específicas. Se convierte en una fuerza impulsora que redefine nuestras formas de vida, generando impactos profundos en la sociedad, la cultura y la economía. No solo se trata de una transición tecnológica, sino de un cambio paradigmático que influye en la creación de nuevas industrias, modelos de negocio innovadores y una reconfiguración del mercado laboral (Instituto Peruano de Economía [IPE], 2023).

En dicho contexto, el acceso generalizado a Internet se presenta como un motor fundamental para el progreso, permitiendo la rápida difusión de conocimientos, facilitando la colaboración a nivel global y propiciando el surgimiento de oportunidades antes inimaginables. Esta interconexión global no solo redefine la manera en que hacemos negocios, sino que también plantea cuestionamientos sobre la equidad digital y el acceso universal a los beneficios de la economía digital (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo [UNCTAD], 2017).

Dimensiones

Sector de las TIC. Abarca las actividades centradas en la producción y aplicación de soluciones digitales, servicios en línea y el uso de infraestructuras tecnológicas para mejorar y optimizar los procesos de información y comunicación (Lizcano, 2004).

Negocios digitales. Representan empresas y emprendimientos que utilizan la tecnología digital y las plataformas en línea como parte fundamental de sus operaciones comerciales. Estas entidades aprovechan los equipos digitales para la creación, promoción y distribución de productos o servicios, así como para gestionar sus procesos internos y mantener interacciones con clientes y socios de manera electrónica (Sánchez-Boyón, 2020).

Comercio electrónico. Hace referencia a realizar transacciones comerciales mediante el uso de medios electrónicos, principalmente a través de Internet. En este proceso, las empresas y consumidores llevan a cabo la compra y venta de bienes y servicios utilizando plataformas digitales, sitios web y otras formas de tecnología online. El comercio electrónico elimina las barreras geográficas y temporales, permitiendo a las partes involucradas realizar transacciones de manera ágil y eficiente (Alvarez-Aros et al., 2021).

Alfabetización digital. Implica la destreza para navegar por Internet, utilizar aplicaciones y software, comprender la seguridad en línea, evaluar la información digital y participar de manera crítica y responsable en entornos digitales (George & Avello, 2021).

2.2.2. Crecimiento empresarial

El crecimiento empresarial es un tema crucial, especialmente para las pequeñas y medianas empresas (PYMEs), pues les brinda la ocasión de superar limitaciones estructurales y contribuir de manera eficaz a la generación de empleo (Blázquez et al., 2006). Este fenómeno, intrínsecamente complejo y multidimensional, está influenciado por distintos factores tanto externos como internos que afectan tanto a la capacidad de innovación como a la adaptación al entorno cambiante de las empresas.

Para las PYMEs, el crecimiento empresarial no solo implica la expansión cuantitativa de sus operaciones, sino que también conlleva la capacidad de innovar y adaptarse de manera efectiva al entorno empresarial en constante cambio. En este sentido, se plantea como una oportunidad estratégica para superar las restricciones estructurales que puedan limitar el desarrollo y la eficiencia operativa de estas empresas. La generación de empleo, como resultado directo del crecimiento empresarial, no solo favorece a las empresas mismas, sino que además generan un impacto favorable en la dinámica económica a nivel local y regional (Baldeos et al., 2023).

En esencia, el crecimiento empresarial para las PYMEs se presenta como un proceso dinámico y multifacético, donde la capacidad de innovación, la adaptabilidad y la gestión efectiva de los recursos se posicionan como factores críticos para aprovechar plenamente las oportunidades que este fenómeno ofrece. La comprensión integral de estos aspectos se convierte en un pilar fundamental para el diseño e implementación de estrategias que fomenten un crecimiento empresarial sostenible y beneficioso tanto para las PYMEs como para la economía en general (Enderica et al., 2018).

Factores internos y externos. Blázquez et al. (2006) destacan que el crecimiento empresarial se ve influido por factores externos e internos. Internamente, la capacidad de innovación, la calidad de productos y servicios, la eficiencia en la gestión y la adaptación al cambio son determinantes. La innovación se presenta como un elemento clave, permitiendo a las empresas desarrollar nuevos productos, mejorar los existentes y ajustarse a las necesidades del mercado.

Externamente, la competencia, el entorno económico y político, la tecnología y la globalización desempeñan un papel fundamental. En el crecimiento influyen tanto el contexto sectorial (competidores, clientes y proveedores) como el macro contexto (demanda, avances tecnológicos, accesibilidad al crédito y apoyo gubernamental). La globalización y la tecnología pueden abrir nuevas oportunidades, pero también introducir desafíos significativos.

Landazuri et al. (2021) coinciden al resaltar la importancia de factores como las finanzas, la tecnología y el recurso humano en el crecimiento empresarial. En particular, la tecnología emerge como un impulsor directo y significativo, permitiendo la comunicación con clientes y la supervivencia en un mercado cada vez más digital.

Cuando se trata del desarrollo empresarial, la creación de valor para los accionistas, las utilidades por acción y los beneficios por venta son esenciales. No obstante, es crucial reconocer que la prosperidad de una empresa no solo está en función a factores internos; las condiciones externas también desempeñan un papel esencial. Elementos como los gustos y hábitos de los clientes en sus decisiones de compra influyen significativamente en la dirección del crecimiento empresarial (Ortega et al., 2021).

Asimismo, el crecimiento empresarial se encuentra estrechamente vinculado a los recursos externos, destacando la importancia de considerar el entorno, las limitaciones, las incertidumbres y las contingencias. La toma de decisiones informada y proactiva en respuesta a estos elementos externos resulta fundamental para mitigar posibles impactos adversos y garantizar un crecimiento empresarial sostenible. En este sentido, la gestión estratégica de los recursos y la capacidad de adaptación a un entorno dinámico se perfilan como elementos clave en el camino hacia el crecimiento empresarial óptimo (Segura & Cruz, 2015).

Crecimiento tecnológico y el recurso humano. Landazuri et al. (2021) enfatizan que el acceso extendido a Internet y las tecnologías digitales son esenciales para el crecimiento de las microempresas. La tecnología, al facilitar la comunicación y la adaptación a los cambios del mercado, se convierte en un factor clave. Además, la incorporación de nuevas tecnologías puede ser crucial para superar desafíos, como los cierres masivos experimentados durante la pandemia.

En cuanto al recurso humano, la capacitación y motivación del personal son factores críticos. Las microempresas necesitan contar con un equipo calificado y motivado para innovar y mejorar sus procesos. La combinación de tecnología y talento humano se presenta como una fórmula exitosa para el crecimiento (Odremán, 2014).

La inversión en el desarrollo de habilidades y la promoción de un entorno laboral estimulante no solo contribuyen al crecimiento de la empresa, sino que también fomentan la retención de talento y la generación de una cultura organizacional centrada en la excelencia. La combinación sinérgica de tecnología y talento humano se consolida, así, como una fórmula eficaz para el crecimiento sostenible de las microempresas en un contexto empresarial mucho más digitalizado y competitivo (Martínez & Mateus, 2020).

Tecnología y crecimiento empresarial. Desde la perspectiva de Yepes (2018), la tecnología se destaca como un factor concluyente en el crecimiento o desarrollo empresarial. En un mercado competitivo, las organizaciones deben potenciar sus recursos, y la tecnología juega un papel esencial en esta estrategia. Las tecnologías digitales, la innovación y el acceso extendido a Internet se presentan como impulsores significativos del crecimiento.

La relación entre tamaño y crecimiento ha evolucionado con el tiempo. Mientras que en décadas anteriores se creía que las grandes empresas crecían más rápido, la situación ha cambiado. Las pequeñas empresas ahora consideran el crecimiento como una opción viable, independientemente de su tamaño comercial. Además, la internacionalización surge como una estrategia importante para el crecimiento, permitiendo a las organizaciones enfrentarse a mercados dinámicos y exigentes (Avendaño et al., 2022).

En el contexto de la era digital, las tecnologías de la información no solo se erigen como facilitadoras de procesos organizativos, sino que también actúan como motores fundamentales para el crecimiento económico a nivel macro. La capacidad de las organizaciones para aprovechar nuevas tecnologías no solo incide en su crecimiento individual, sino que también contribuye de manera significativa a la prosperidad económica en general. La interconexión global propiciada por la tecnología crea un entorno propicio para la expansión de los mercados, la eficiencia en los procesos productivos y la generación de empleo (Cano-Pita, 2018).

Factores del crecimiento empresarial. Carmona et al. (2020) ofrecen una perspectiva que destaca la aleatoriedad del crecimiento empresarial, influenciado por factores internos y externos. Aspectos como el capital humano, la innovación y el conocimiento se consideran elementos clave. La planificación consciente, basada en el entendimiento de costes de producción, administración y ventas, puede mejorar el control y conducir a un crecimiento eficaz.

El crecimiento empresarial es un proceso complejo influenciado por una serie de factores. La capacidad de innovación, la tecnología, el acceso a financiamiento y el talento humano emergen como pilares fundamentales. Las empresas deben adoptar estrategias que integren estos elementos para certificar un crecimiento sostenible y competitivo en un entorno empresarial actual. La comprensión y aplicación eficiente de la tecnología, junto con la gestión efectiva del recurso humano, se convierten en imperativos para el éxito en el crecimiento empresarial en un mundo mucho más digitalizado y globalizado.

Perspectivas futuras. El crecimiento empresarial es un fenómeno multifacético que involucra una compleja interacción de factores internos y externos. La capacidad de innovación, el acceso a tecnologías emergentes, el talento humano capacitado y motivado, la adaptación a entornos globalizados y la estrategia de internacionalización se presentan como elementos cruciales (Landazuri et al., 2021).

El crecimiento empresarial no es solo una búsqueda de beneficio económico; también está vinculado al desarrollo personal y a la supervivencia de la empresa en un mercado dinámico. A medida que evoluciona el concepto de crecimiento, las pymes encuentran nuevas oportunidades en la globalización y la tecnología, redefiniendo las estrategias para competir y expandirse (Yepes, 2018).

Dimensiones

Rentabilidad empresarial. Capacidad de una empresa para generar beneficios o ganancias en relación con los recursos y el capital invertidos en sus actividades. Es un indicador esencial que mide la eficiencia y el éxito financiero de una empresa al medir la capacidad de convertir los activos, la inversión y la actividad operativa en utilidades sostenibles (Daza, 2016).

Madurez empresarial. Nivel de desarrollo y estabilidad alcanzado por una empresa en diversas áreas, incluyendo, pero no limitándose a su estructura organizativa, procesos internos, estrategias comerciales y capacidad para adaptarse a cambios en su entorno. Es un indicador integral que va más allá de la simple existencia y busca evaluar la capacidad de una organización para operar de manera eficiente y sostenible a lo largo del tiempo (Cárdenas & Barrientos, 2021).

Renovación empresarial. Proceso continuo y proactivo mediante el cual una empresa busca mejorar y actualizar sus prácticas, estrategias, tecnologías y estructuras organizativas con el objetivo de mantener su relevancia, competitividad y sostenibilidad en un contexto empresarial en constante cambio. Este concepto implica un enfoque estratégico que va más allá de simples ajustes superficiales y abarca cambios significativos en la manera en que la organización opera y se consolida en el mercado (Bedoya et al., 2017).

2.3.Bases filosóficas

2.3.1. *Economía digital*

Filosofía de la información y datos. La economía digital, intrínsecamente vinculada a la filosofía de la información, reconoce que los datos son la “moneda de cambio” en esta era. Desde la perspectiva de la filosofía de la información, se valora no solo la cantidad de datos, sino también la calidad y relevancia de la información generada (Lombardi & López, 2016). Esta base filosófica aborda preguntas fundamentales sobre la ética en la recopilación y uso de datos, destacando la importancia de proteger la privacidad y garantizar la transparencia en las prácticas digitales (Almeida, 2023).

Filosofía de la tecnología. La economía digital se arraiga en la filosofía de la tecnología, que examina cómo las herramientas digitales y las plataformas están transformando la realidad humana (Aguilar & Chamba, 2019). Desde esta perspectiva, la tecnología no es simplemente un medio, sino una fuerza cultural y social que influye en la forma en que vivimos y trabajamos (Vega, 2009). La filosofía de la tecnología plantea preguntas críticas sobre la interacción entre la tecnología y la sociedad, explorando temas como la autonomía digital, la dependencia tecnológica y la ética en el diseño de sistemas digitales (Casacuberta & Estany, 2019).

2.3.2. Crecimiento empresarial

Filosofía empresarial sostenible. En el contexto del crecimiento empresarial, la filosofía empresarial sostenible destaca la importancia de equilibrar el éxito económico con la responsabilidad social y ambiental. Esta perspectiva filosófica aboga por modelos de negocio que no solo buscan maximizar las ganancias a corto plazo, sino que también consideran el impacto a largo plazo en la comunidad, los empleados y el entorno (Ramírez, 2015). La ética empresarial y la sostenibilidad son elementos centrales en esta base filosófica, guiando el crecimiento hacia prácticas que generen beneficios duraderos y positivos (Rivera et al., 2023).

Filosofía de la innovación empresarial. El crecimiento empresarial está estrechamente relacionado con la filosofía de la innovación, que sostiene que la adaptabilidad y la creatividad son fundamentales para el éxito continuo de una empresa (Echeverría, 2015). Desde esta perspectiva, la innovación no solo se traslada a productos o servicios, sino también a procesos, modelos de negocio y estrategias (Mendoza et al., 2016). La filosofía de la innovación empresarial aborda preguntas filosóficas sobre la naturaleza del cambio empresarial, la gestión del riesgo y el papel de la creatividad en la mejora constante (Quiroga et al., 2014).

2.4. Definición de términos básicos

El sector de las TIC

Las bases fundamentales de la revolución digital descansan en las redes de comunicaciones y las conexiones a Internet, así como las tecnologías de procesamiento y transmisión de datos de última generación. En este sentido, tecnologías emergentes como la fibra óptica y los sistemas de paso de banda, dispositivos móviles e inalámbricos, cómputo en red y en la nube, así como algoritmos de inteligencia artificial, han surgido como el impulsor contemporáneo del crecimiento económico. Además del impacto directo de las TIC en el desarrollo económico y la creación de empleo, ampliamente analizados en los estudios macroeconómicos, también aumentan la eficiencia y la productividad de las empresas, lo que conduce a una transformación general de los negocios, el gobierno, la cultura y el estilo de vida (Lizcano, 2004).

Redes de comunicación. Se refieren a sistemas interconectados que facilitan la transmisión eficiente de información relevante para el estudio propuesto. Pueden abarcar tanto los aspectos tecnológicos, como la conectividad y las plataformas digitales utilizadas, como los aspectos humanos, como las relaciones comerciales, asociaciones y canales de comunicación entre las empresas y otros actores relevantes. Además, se consideran los diferentes modos de comunicación, como la información transmitida a través de las TIC, reuniones empresariales, colaboraciones en línea, entre otros (Alonso-Zárate, 2017).

Infraestructura de banda ancha. Se refiere al conjunto de redes y tecnologías que posibilitan la transmisión de datos a alta velocidad y con capacidad para soportar un gran volumen de información de manera simultánea. La calidad y la disponibilidad de la infraestructura de banda ancha tienen una influencia directa en la capacidad de las empresas para participar en la economía digital y, por ende, en su potencial de crecimiento. Una infraestructura robusta y de gran velocidad puede facilitar la adopción de tecnologías digitales, el comercio electrónico, la comunicación eficiente, y el acceso a servicios en línea, impulsando así el desarrollo económico y la competitividad empresarial (Crovi, 2011).

Revolución digital. Se refiere a la transformación profunda y generalizada de las actividades económicas, sociales y culturales impulsada por avances significativos en tecnologías digitales. Se manifiesta en cambios disruptivos, donde la digitalización de procesos, la conectividad global y la utilización extensiva de datos generan impactos significativos en la manera en que las organizaciones operan, se comunican y crecen. En este contexto, puede abarcar la incorporación de herramientas como internet, la inteligencia artificial, el análisis de datos, el comercio electrónico y otras innovaciones tecnológicas (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2016).

Negocios digitales

En la era de Internet se están desarrollando nuevos modelos de negocio que ofrecen servicios en línea como redes sociales o sistemas de correo electrónico gratuitos, basando sus estrategias comerciales en fuentes de ingresos adicionales como la publicidad. Estos enfoques comerciales innovadores en el ámbito tecnológico utilizan datos y tecnología para enriquecer la experiencia del cliente, mejorar la toma de decisiones y reducir costos operativos. La esfera digital también ha propiciado la aparición de innovaciones disruptivas, transformando de manera fundamental las prácticas comerciales tradicionales. Las criptomonedas, las plataformas colaborativas, el crowdfunding y los nuevos métodos y canales de pago son ejemplos de grandes cambios en los sistemas financieros. Otros sectores, como el comunicativo, el musical, el fotográfico o el de vídeo, también han sido objeto de transformaciones digitales irreversibles que han impactado incluso a las grandes empresas (Sánchez-Boyón, 2020).

Redes sociales. Se refieren a plataformas digitales en línea que permiten a individuos, empresas y comunidades conectarse, interactuar y compartir información en un entorno virtual. Estas redes facilitan la creación, el intercambio y la difusión de contenido, así como la construcción de relaciones virtuales entre usuarios. Las redes sociales no solo actúan como medios de comunicación, sino que también pueden ser herramientas estratégicas para las empresas que buscan mejorar su visibilidad, comprender las preferencias del mercado, y participar en conversaciones relevantes en línea. Asimismo, estas plataformas pueden desempeñar un papel importante en la construcción de la reputación de una organización y en la generación de oportunidades de negocio (Del Prete & Redon, 2020).

Monedas virtuales. Se refieren a representaciones digitales de valor que operan como un medio de intercambio en entornos electrónicos. A diferencia de las monedas tradicionales, las monedas virtuales no tienen una forma física, como billetes o monedas, y existen exclusivamente en el ámbito digital. Ofrecen ciertas ventajas, como la rapidez en las transferencias, la eliminación de intermediarios financieros tradicionales y la posibilidad de realizar transacciones internacionales de manera eficiente (Morán et al., 2018).

Plataformas colaborativas. Son entornos digitales que facilitan la conexión y colaboración entre usuarios, permitiéndoles compartir recursos, servicios o información de manera descentralizada. Estas plataformas son fundamentales en la economía digital, ya que fomentan la interacción y la colaboración entre individuos y empresas en línea (Dieste, 2020).

Comercio electrónico

Internet y las plataformas móviles han revolucionado significativamente los métodos de pago convencionales, acelerando la transformación del comercio electrónico. Los impactos de esta modalidad comercial en la economía son multifacéticos: por una parte, disminuye los costos de distribución y simplifica la penetración en mercados globales; por otra, disminuye los costos en línea y diversifica la gama de productos, enriqueciendo la experiencia del consumidor (Alvarez-Aros et al., 2021).

Pagos electrónicos. Se refieren al proceso de realizar transacciones financieras a través de medios digitales, eliminando la necesidad de efectivo físico. Pueden realizarse utilizando diversas tecnologías, como tarjetas de débito o crédito, transferencias bancarias en línea, billeteras electrónicas o cualquier otro método que implique la transferencia de valor a través de plataformas digitales (Aurazo & Vega, 2020).

Canales móviles. Se refieren a las vías de comunicación y transacción que utilizan dispositivos móviles, como teléfonos inteligentes o tabletas, para facilitar la interacción entre individuos, empresas y plataformas digitales. Abarcan una variedad de aplicaciones y servicios, incluyendo plataformas de comercio electrónico, aplicaciones de banca móvil, redes sociales, servicios de mensajería instantánea y otros medios digitales que se ejecutan en dispositivos móviles (Mateos-Abarca & Peinado-Miguel, 2020).

Alfabetización digital

La introducción de tecnologías en la sociedad ha ejercido una significativa influencia, generando transformaciones en la manera de trabajar, convivir y acceder a la información. La alfabetización digital ha sido fundamental en este proceso, ya que implica el dominio de habilidades esenciales para interpretar información y crear conocimiento (George & Avello, 2021).

Rentabilidad empresarial

Hace referencia a la capacidad de una empresa para crear beneficios económicos a partir de sus operaciones y actividades comerciales. Esta medida evalúa la eficiencia y efectividad con la cual la empresa utiliza sus recursos, incluyendo la implementación de estrategias digitales, para obtener ingresos y ganancias (Daza, 2016). En este contexto, la rentabilidad empresarial se vincula estrechamente con la incidencia positiva que las tecnologías digitales pueden tener en la productividad, eficiencia operativa y capacidad para aprovechar oportunidades de crecimiento en el entorno empresarial.

Rentabilidad económica. Es un indicador financiero fundamental que mide la eficiencia y el rendimiento de una organización en términos de gestar ganancias en relación con los recursos invertidos. Refleja la capacidad de una organización para utilizar sus activos y capital de manera efectiva, traduciéndolos en beneficios económicos (Daza, 2016).

Rentabilidad financiera. Es un indicador clave en el ámbito empresarial que evalúa la eficacia de una empresa para generar rendimientos a partir de sus recursos financieros propios. Es decir, proporciona información valiosa sobre la capacidad de la empresa para aprovechar su inversión y generar beneficios en relación con su capital propio (Daza, 2016).

Rentabilidad autogenerada. Es un concepto financiero que se centra en la capacidad de una empresa para gestar rendimientos y beneficios a partir de sus recursos internos y operaciones comerciales sin depender en gran medida de fuentes externas de financiamiento. Este enfoque destaca la eficiencia y la capacidad de la empresa para utilizar sus activos y procesos internos para generar valor y sostenibilidad financiera (Daza, 2016).

Madurez empresarial

La madurez empresarial se refiere al nivel de desarrollo y estabilidad que ha alcanzado una empresa en sus operaciones y funciones clave. Podría evaluarse considerando factores como la experiencia en el mercado, la eficacia de los procesos internos, la capacidad de adaptabilidad y la consolidación de una posición sólida en el sector empresarial de la provincia (Cárdenas & Barrientos, 2021). Una empresa considerada madura en este contexto podría demostrar una mayor resiliencia, capacidad de innovación y sostenibilidad en comparación con aquellas en etapas más tempranas de desarrollo.

Modelo empresarial. Se refiere al diseño integral y estructurado que una empresa adopta para alcanzar objetivos estratégicos y operar de efectivamente en su entorno comercial. Abarca una variedad de elementos, incluyendo la propuesta de valor, la estructura operativa, las fuentes de ingresos, los canales distributivos, y la interacción con los clientes, entre otros (Palacios & Duque, 2011).

Enfoque de negocio innovador. Es un marco estratégico y creativo que se centra en resolver problemas y generar soluciones a través de la aplicación de principios de diseño centrado en el usuario, experimentación iterativa y la incorporación de perspectivas multidisciplinaria. Se fundamenta en la premisa de que la invención efectiva surge cuando se comprenden a fondo las necesidades y experiencias de los usuarios finales, y se integran estas percepciones en todas las etapas del proceso de diseño (Palacios & Duque, 2011).

Renovación empresarial

Se refiere al proceso mediante el cual una empresa realiza cambios significativos en su estructura, estrategias, procesos y enfoques con el objetivo de adaptarse a las condiciones cambiantes del entorno empresarial y mejorar su posición competitiva. Podría implicar la adopción de tecnologías novedosas, la actualización de modelos de negocio, y la implementación de prácticas innovadoras para responder de manera efectiva a las demandas del mercado y a las oportunidades generadas por la economía digital (Bedoya et al., 2017).

Adaptación. Se refiere al proceso dinámico mediante el cual los organismos, sistemas, individuos u organizaciones ajustan sus estructuras, comportamientos o funciones en respuesta a cambios en su entorno o circunstancias. Es una capacidad fundamental que permite a los seres vivos y a las entidades en diversos contextos sobrevivir, prosperar y mantener un equilibrio armonioso con su entorno en constante cambio (Bedoya et al., 2017).

Filosofía económica. Se dedica al análisis crítico y reflexivo de los principios, conceptos y valores fundamentales que subyacen en la teoría económica y en las prácticas económicas. Esta disciplina busca comprender la naturaleza y los fundamentos éticos, políticos y sociales de la actividad económica, explorando preguntas fundamentales sobre la distribución de recursos, la justicia económica y el papel de la economía en la sociedad (Bedoya et al., 2017).

2.5.Hipótesis de investigación

2.5.1. Hipótesis general

Dado que la economía digital es fuente de mejoras en, por ejemplo, la productividad, es probable que su uso e implementación influya en el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023.

2.5.2. Hipótesis específicas

El sector de las TIC influye positiva y significativamente sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023.

Los negocios digitales influyen positiva y significativamente sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023.

El comercio electrónico influye positiva y significativamente sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023.

La alfabetización digital influye positiva y significativamente sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023.

2.6.Operacionalización de las variables

Tabla 1

Operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALAS Y VALORES	NIVELES Y RANGO	INSTRUMENTO
Economía digital	La economía digital se refiere a la forma en que el uso generalizado de las TIC puede contribuir a la economía real, ya sea directamente promoviendo el desarrollo de nuevos sectores TIC, o indirectamente promoviendo el desarrollo de nuevas empresas y mejorando la eficiencia de las empresas tradicionales (Cuesta, 2015).	Sector de las TIC	Redes de comunicación	1 y 2	Likert 1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Neutral 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo	Eficiente: de 74 a 100 pts. Regular: de 47 a 73 pts. Deficiente: de 20 a 46 pts.	Cuestionario
			Infraestructura de banda ancha	3 y 4			
			Revolución digital	5 y 6			
		Negocios digitales	Redes sociales	7 y 8			
			Monedas virtuales	9 y 10			
			Plataformas colaborativas	11 y 12			
		Comercio electrónico	Uso del internet	13 y 14			
			Pagos electrónicos	15 y 16			
			Canales móviles	17 y 18			
		Alfabetización digital	Profesionales con amplio conocimiento de las TIC	19 y 20			
Crecimiento empresarial	Proceso mediante el cual la empresa se adapta a los cambios que se producen, ya sea como consecuencia de distintas variables del entorno o de contextos creados por las decisiones de sus dirigentes (Seclen,2016).	Rentabilidad empresarial	Rentabilidad económica	1 y 2	Likert 1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Neutral 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo	Alto: de 52 a 70 pts. Medio: de 33 a 51 pts. Bajo: de 14 a 32 pts.	Cuestionario
			Rentabilidad financiera	3 y 4			
			Rentabilidad autogenerada	5 y 6			
		Madurez empresarial	Modelo empresarial	7 y 8			
			Enfoque de negocio innovador	9 y 10			
		Renovación empresarial	Adaptación	11 y 12			
			Filosofía económica	13 y 14			

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico

3.1.1. Enfoque de la investigación

El paradigma en el cual se fundamentó el estudio estuvo orientado hacia uno cuantitativo. En este contexto, según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), se destaca que, en estos enfoques, el investigador plantea un problema de estudio específico sustentado en el fenómeno de interés. Además, los datos se presentan como números (cantidades), por lo que su recogida se basa en la medición, donde se evalúan las variables incluidas en las hipótesis. La comunidad científica ha aceptado procedimientos estandarizados para realizar esta recolección.

3.1.2. Tipo de investigación

El presente estudio se enmarcó como una investigación de tipo básico. Este se caracteriza por su objetivo fundamental de comprender y describir fenómenos, sin la intención inmediata de abordar aplicaciones prácticas específicas (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018). En este contexto, el estudio se orientó hacia la comprensión detallada de la influencia de la economía digital sobre el crecimiento empresarial, lo que proporcionó una base sólida para análisis más especializados y aplicaciones prácticas en investigaciones futuras.

3.1.3. Nivel de investigación

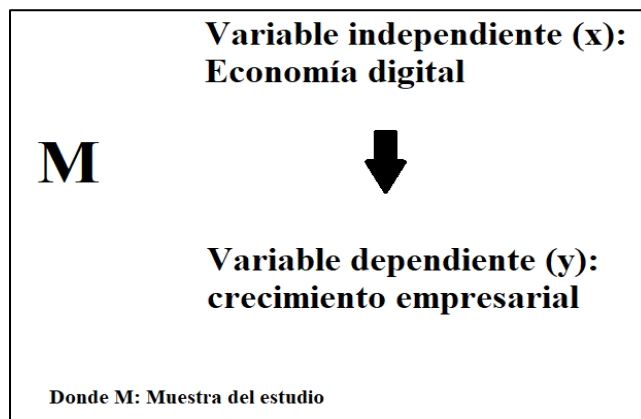
En cuanto al nivel de estudio, se situó en un estudio descriptivo y correlacional. En este contexto, según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), en el nivel correlacional se busca medir el grado de influencia entre dos variables, y en el caso del nivel descriptivo, también se busca describir las variables, pero desde una perspectiva individualista. En relación con la investigación, se enfocó en establecer la influencia de la economía digital sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023.

3.1.4. Diseño de la investigación

La presente investigación se enmarcó dentro de un diseño no experimental y de corte transversal. Es decir, se caracterizó por la observación y medición de variables sin intervención o manipulación, de igual modo, no se aplicaron cambios controlados en las condiciones, permitiendo analizar situaciones tal como se presentan en el entorno natural (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018). Por su parte, la recolección de datos se llevó a cabo en un solo período lo que proporcionó una instantánea representativa de la influencia de la economía digital sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura.

Figura 1

Esquema del diseño de investigación



3.2.Población y muestra

3.2.1. Población

La población se entiende como un conjunto de elementos o unidades a los que se refiere la investigación, y está definida por las características que la definen. De acuerdo con la conceptualización de Arias (2016), la población constituye un conjunto, ya sea infinito o finito, de elementos compartidos a los cuales se aplicarán las conclusiones del estudio, y se encuentra delimitada por el problema de investigación y los objetivos planteados. En este sentido, el contexto de la población determina el número de unidades que se tienen en cuenta para la recogida y la interpretación de los datos. Para este estudio, se consideró un tipo de población finita, compuesta por las 210 empresas asociadas a la Cámara de Comercio y Producción de la Provincia de Huaura.

3.2.2. Muestra

La muestra representa un porcentaje del número total de sujetos incluidos en el estudio. Según Balestrini (2006), se define como una porción de la población que representa el número total de sujetos y determina el número de elementos que se analizarán para reaccionar a las variables de la investigación. Para hacer la mejor elección del espécimen para la investigación, considere el tipo de este en función de las características del fenómeno a estudiar.

En la presente investigación, se utilizó el muestreo probabilístico obteniéndose así un tamaño muestral de 136 representantes de las empresas asociadas. Cabe precisar que, el cálculo de la muestra se realizó en base a la fórmula para población finita. Tal como se detalla a continuación, según López-Roldán y Fachelli (2015):

$$n = \frac{z^2 * \sigma^2 * N}{(N - 1) * e^2 + z^2 * \sigma^2}$$

Donde: $z = 1.96$, $\sigma = 0.5$, $N = 210$ y $e = 0.05$.

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5^2 * 210}{(210 - 1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5^2}$$

$$n \approx 136$$

3.3. Técnicas de recolección de datos

Tanto las técnicas como los instrumentos de recolección son procesos metódicos que buscan recopilar la información necesaria para dar respuesta a la investigación. En este estudio, se empleó la técnica del cuestionario. Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), implica una sucesión de preguntas o enunciados dirigidos a los sujetos en estudio, con el objetivo de obtener respuestas sistemáticas sobre una problemática de investigación previamente construida con el apoyo de un instrumento.

En cuanto al instrumento, se hizo uso del cuestionario. Según Balestrini (2006), se trata del principal medio comunicativo escrito entre el encuestado y el encuestador, diseñado para articular los objetivos y las variables del estudio mediante una serie de preguntas o ítems previamente elaborados sobre el tema en estudio.

3.4.Descripción de instrumentos

Para el diseño del primer instrumento relacionado con la variable "economía digital", se consideraron 20 ítems con alternativas de respuesta tipo Likert. Asimismo, para la variable "crecimiento empresarial", se aplicó un cuestionario con 14 enunciados también utilizando una escala Likert.

Cabe precisar que ambos instrumentos contaron con la debida validez y confiabilidad requerida, es decir, se validaron mediante el criterio de juicio de expertos y se calcularon sus coeficientes de confiabilidad interna: Alfa de Cronbach.

3.5.Técnicas de procesamiento de la información

En cuanto a la validez de los instrumentos, se realizó en base al juicio de expertos. En particular, se obtuvo una puntuación total de 137 (de 150 posible), por lo que, el coeficiente de validez, en conjunto, fue de 91.33%. Este valor representa un alto nivel de validez para los cuestionarios.

Tabla 2
Matriz de análisis de juicio de expertos

N°	Indicador	Jueces			Total
		J1	J2	J3	
1	Claridad	4	4	5	13
2	Objetividad	5	5	5	15
3	Actualidad	5	5	4	14
4	Organización	4	4	4	12
5	Suficiencia	5	5	5	15
6	Pertinencia	5	4	5	14
7	Consistencia	5	4	4	13
8	Coherencia	5	5	4	14
9	Metodología	4	4	5	13
10	Aplicación	5	5	4	14
Total		47	45	45	137

Con respecto al coeficiente Alfa de Cronbach, se obtuvo unos coeficientes de 0.897 y 0.814 para ambas variables, respectivamente. Estos valores sugieren que los ítems que conformaron ambos instrumentos midieron de manera confiable la economía digital y el crecimiento empresarial. La consistencia interna fue esencial para asegurar que los cuestionarios hayan sido fiables y que las mediciones fueran coherentes a lo largo de la investigación.

Tabla 3
Estadísticas de fiabilidad

Variables	Alfa de Cronbach	N de elementos
Economía digital	.897	20
Crecimiento empresarial	.814	14

Lo descrito anteriormente dio pase a la aplicación de los instrumentos a totalidad de la muestra. Realizado ello, los datos fueron compilados y codificados en una hoja de cálculo de Excel. Posteriormente, se utilizó el análisis descriptivo (frecuencias y porcentajes) para resumir y organizar la información recolectada. Esto permitió obtener un panorama general de las percepciones y opiniones de los participantes con respecto a ambas variables de estudio.

Seguidamente, se buscó conocer la naturaleza de los datos, esto es, si siguen o no una distribución normal a fin de establecer el coeficiente de correlación a utilizar: R de Pearson o Rho de Spearman. Los resultados permitieron inferir que lo adecuado era utilizar el segundo. Por tanto, definido ello, se realizó el análisis de correlación para identificar posible influencia de la economía digital sobre el crecimiento empresarial. Dicho accionar cuantificó la fuerza o el grado y la dirección de esta posible dependencia.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

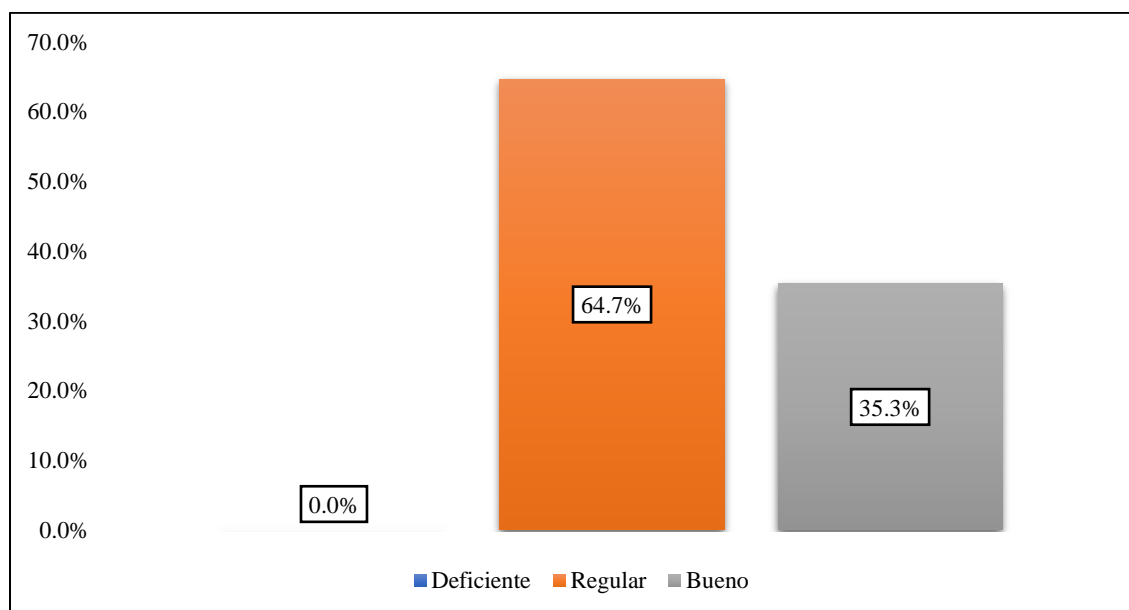
4.1. Análisis de resultados

4.1.1. Resultados de Economía digital y sus dimensiones

Tabla 4
Economía digital

Niveles	f	%
Deficiente	0.0	0.0
Regular	88.0	64.7
Bueno	48.0	35.3
Total	136.0	100.0

Figura 2
Economía digital

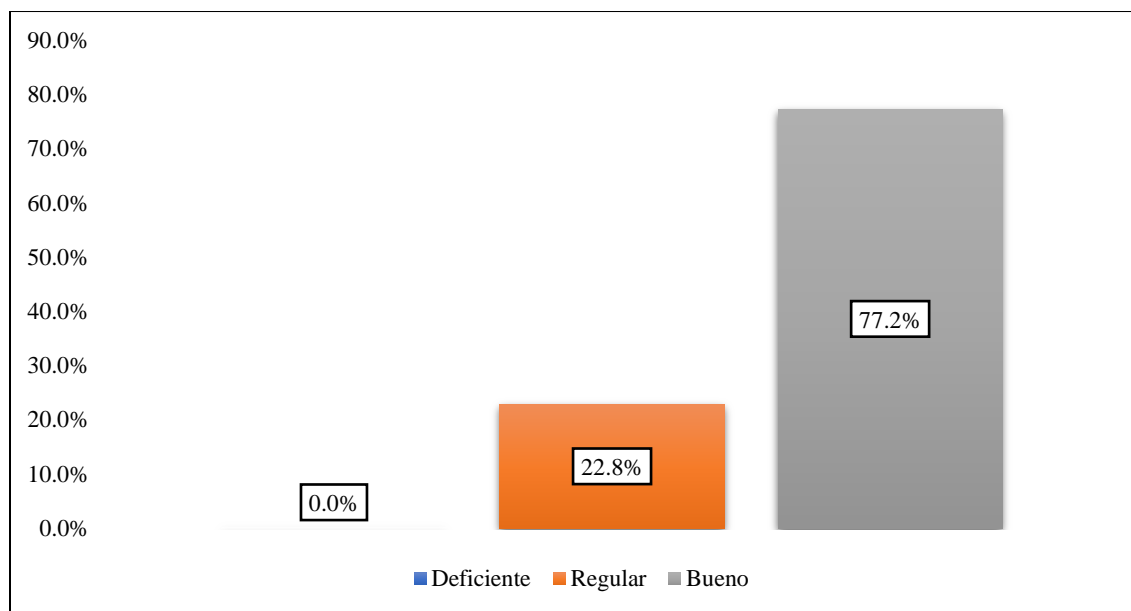


La evaluación de la economía digital revela un panorama generalmente positivo, con el 64.7% de las respuestas categorizadas como "Regular" y el 35.3% como "Bueno". Esto indica una aceptación generalizada de las tecnologías digitales en el ámbito empresarial de la provincia de Huaura.

Tabla 5
Sector de las TIC

Niveles	f	%
Deficiente	0.0	0.0
Regular	31.0	22.8
Bueno	105.0	77.2
Total	136.0	100.0

Figura 3
Sector de las TIC

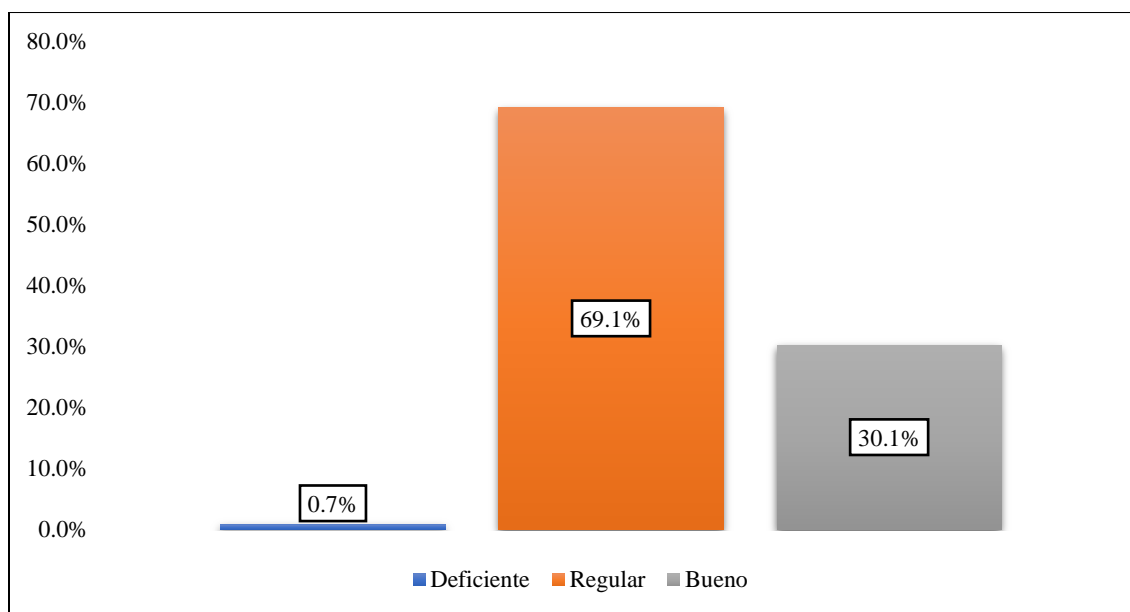


En cuanto al sector de las TIC, aunque una proporción relativamente significativa de respuestas indicó una percepción regular, el 77.2% considera que es "Bueno". Esto sugiere que las empresas reconocen la importancia y la contribución positiva de las Tecnologías de la Información y Comunicación en sus operaciones.

Tabla 6
Negocios digitales

Niveles	f	%
Deficiente	1.0	0.7
Regular	94.0	69.1
Bueno	41.0	30.1
Total	136.0	100.0

Figura 4
Negocios digitales

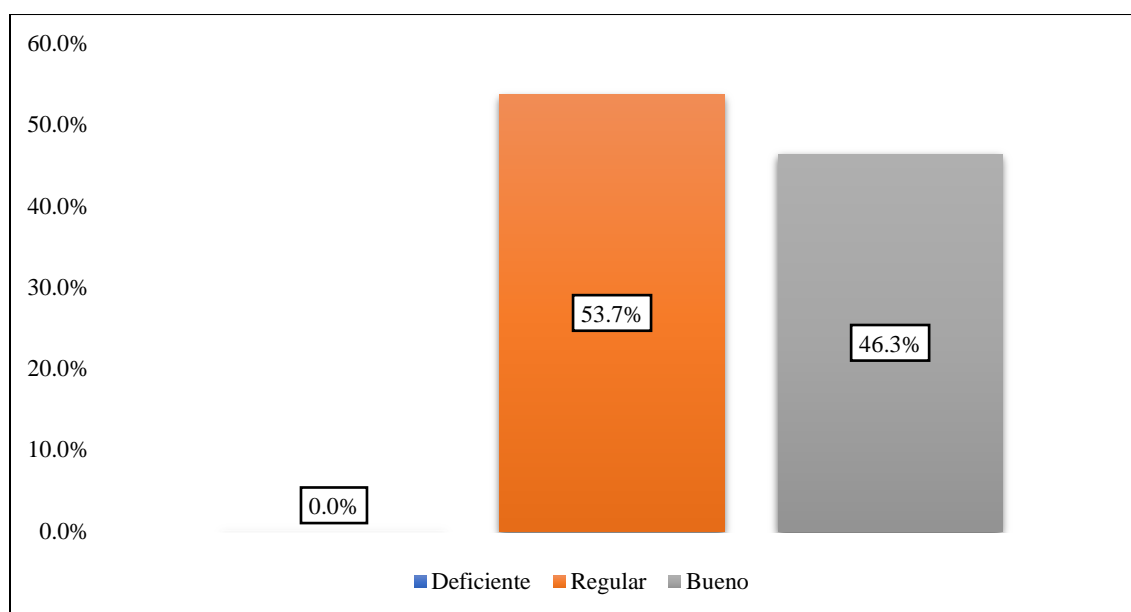


Con respecto a los negocios digitales, la mayoría (69.1%) de los gerentes y/o funcionarios perciben sus estrategias como "Regulares", mientras que un 30.1% las considera "Buenas". Esto podría indicar una oportunidad para mejorar y fortalecer las iniciativas digitales para impulsar un crecimiento más sólido.

Tabla 7
Comercio electrónico

Niveles	f	%
Deficiente	0.0	0.0
Regular	73.0	53.7
Bueno	63.0	46.3
Total	136.0	100.0

Figura 5
Comercio electrónico

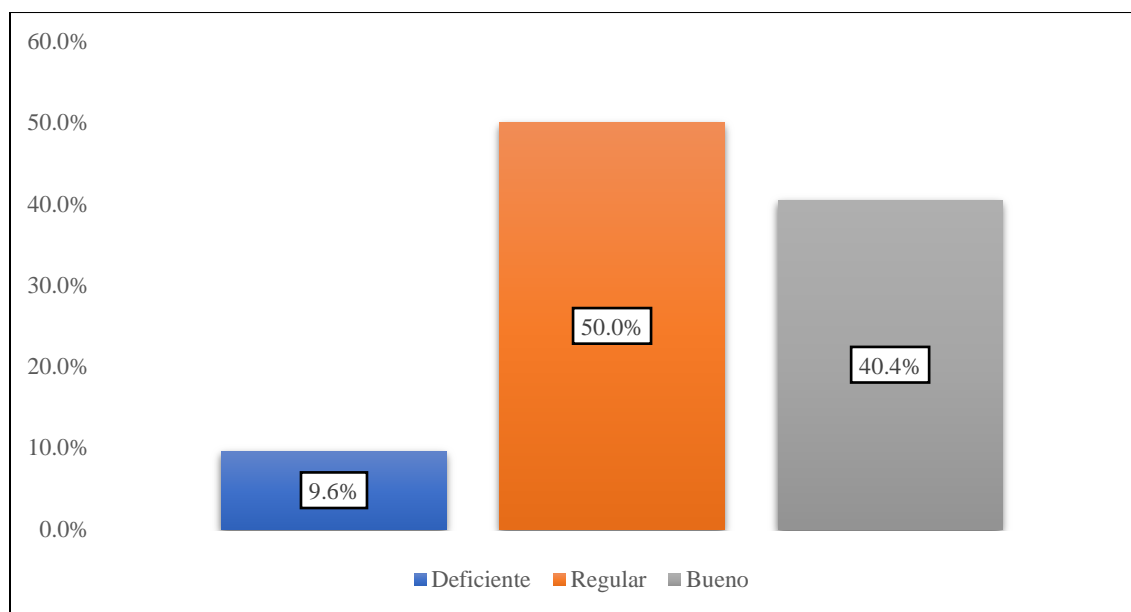


En relación al comercio electrónico, a pesar de que más de la mitad de las respuestas se clasificaron como "Regular", el 46.3% considera que el estado del mismo es "Bueno". Este hallazgo sugiere que existe una adopción activa de plataformas de comercio electrónico en las empresas de la provincia de Huaura.

Tabla 8
Alfabetización digital

Niveles	f	%
Deficiente	13.0	9.6
Regular	68.0	50.0
Bueno	55.0	40.4
Total	136.0	100.0

Figura 6
Alfabetización digital



Por último, la percepción de la alfabetización digital fue equitativa, con la mitad de las respuestas considerándola "Regular" y un 40.4% como "Bueno". Este resultado señala que, aunque existe cierto grado de competencia digital, hay oportunidades para mejorar la capacidad general de la fuerza laboral en el manejo efectivo de las tecnologías digitales.

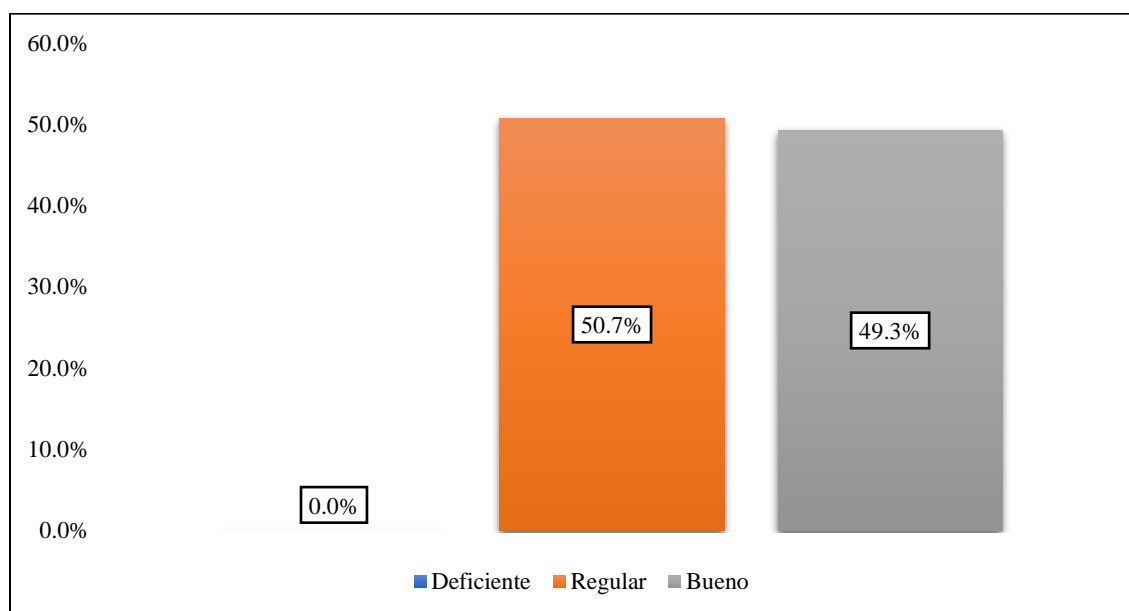
En resumen, la evaluación de la economía digital en la Provincia de Huaura muestra una aceptación positiva, con áreas específicas como el sector de las TIC y el comercio electrónico destacándose como puntos fuertes. Aunque se identifican oportunidades de mejora, especialmente en la madurez y enfoque innovador de los negocios digitales, los resultados indican una base sólida para el crecimiento continuo de las empresas en la era digital.

4.1.2. Resultados de Crecimiento empresarial y sus dimensiones

Tabla 9
Crecimiento empresarial

Niveles	f	%
Deficiente	0.0	0.0
Regular	69.0	50.7
Bueno	67.0	49.3
Total	136.0	100.0

Figura 7
Crecimiento empresarial

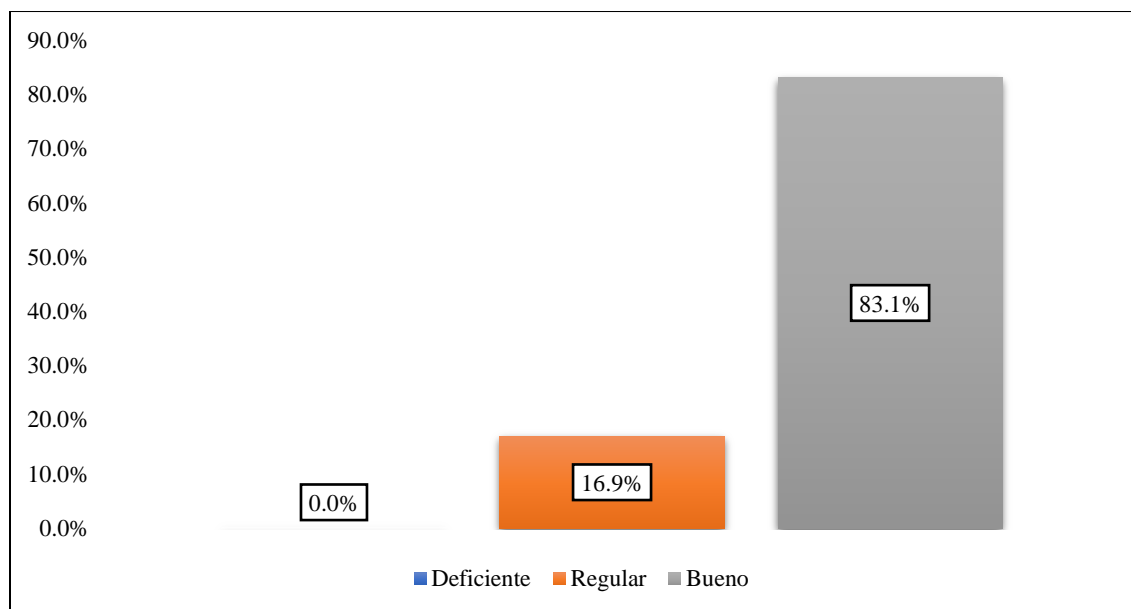


Los resultados descriptivos para el crecimiento empresarial revelan un escenario predominantemente positivo, con el 50.7% de las respuestas categorizadas como "Regular" y el 49.3% como "Bueno". La ausencia de respuestas en la categoría "Deficiente", indica una percepción generalmente sólida del crecimiento empresarial en la provincia de Huaura.

Tabla 10
Responsabilidad empresarial

Niveles	f	%
Deficiente	0.0	0.0
Regular	23.0	16.9
Bueno	113.0	83.1
Total	136.0	100.0

Figura 8
Responsabilidad empresarial

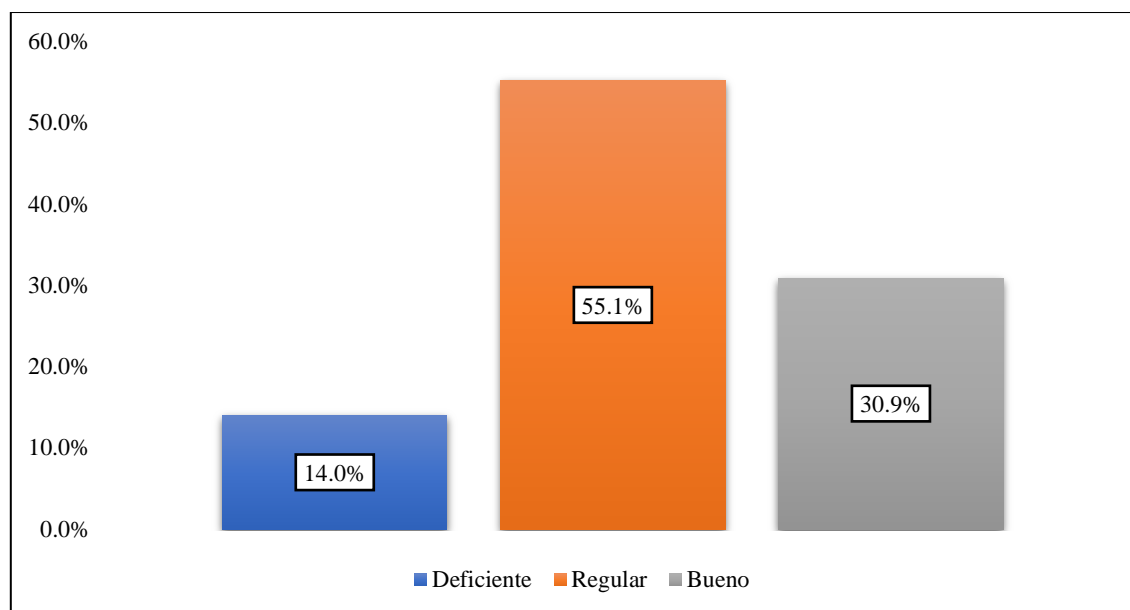


En relación a la responsabilidad empresarial, una minoría de los gerentes y/o funcionarios la manifestaron como "Regular", mientras que el 83.1% la evaluó como "Bueno". Este resultado sugiere una fuerte orientación hacia la responsabilidad social y ética en las prácticas empresariales de dicha provincia.

Tabla 11
Madurez empresarial

Niveles	f	%
Deficiente	19.0	14.0
Regular	75.0	55.1
Bueno	42.0	30.9
Total	136.0	100.0

Figura 9
Madurez empresarial

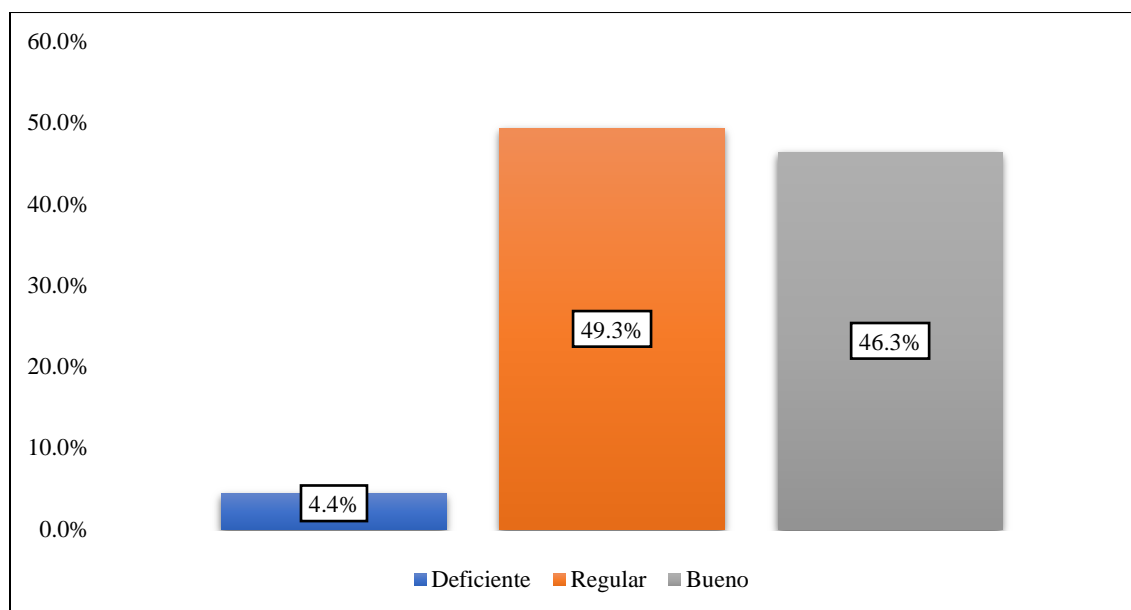


En lo que concierne a la madurez empresarial, más de la mitad de las respuestas indicaron una posición "Regular", mientras que un 30.9% la considera "Bueno". Esto podría señalar una oportunidad para mejorar la madurez y la estabilidad de las empresas.

Tabla 12
Renovación empresarial

Niveles	f	%
Deficiente	6.0	4.4
Regular	67.0	49.3
Bueno	63.0	46.3
Total	136.0	100.0

Figura 10
Renovación empresarial



Por último, la mitad de las respuestas indicaron como "Regular" la renovación empresarial, y el 46.3% la clasificó como "Bueno". Este hallazgo sugiere una actitud favorable hacia la adaptabilidad y la capacidad de renovación dentro del entorno empresarial de la provincia.

En suma, la evaluación del crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura refleja una percepción positiva, con una distribución equitativa entre las categorías "Regular" y "Bueno". La responsabilidad empresarial se destaca como un punto fuerte, indicando una sólida base ética en las prácticas comerciales. Aunque existen áreas para mejorar la madurez y renovación empresarial, los resultados sugieren que las empresas en la región están posicionadas favorablemente para afrontar los desafíos y aprovechar las oportunidades en su entorno de negocios.

4.1.3. Prueba de normalidad

Tabla 13
Test de normalidad

	Kolmogorov – Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Sector de las TIC	.143	136	.000
Negocios digitales	.206	136	.000
Comercio electrónico	.160	136	.000
Alfabetización digital	.161	136	.000
Economía digital	.242	136	.000
Crecimiento empresarial	.167	136	.000

En la Tabla 13 se muestran los resultados del test de normalidad para los datos recolectados de economía digital y crecimiento empresarial, así como para las dimensiones de la primera.

Es de señalar que, se hizo uso del test de Kolmogorov – Smirnov debido a que el tamaño muestral de la investigación supera los 50 sujetos. Asimismo, la finalidad de dicho análisis de normalidad radica en determinar qué coeficiente de correlación a utilizar R de Pearson o Rho de Spearman.

En ese sentido, los valores p de los estadísticos calculados resultaron menores al nivel de significancia (0.05), por ende, se infiere que los datos recabados no siguen una distribución normal. Es así que, se concluyó que el coeficiente de correlación a utilizar fuera el Rho de Spearman.

4.2. Contrastación de hipótesis

4.2.1. Hipótesis general

Planteamiento de la hipótesis

H_0 : La economía digital no influye positiva ni significativamente sobre el crecimiento empresarial.

H_1 : La economía digital influye positiva y significativamente sobre el crecimiento empresarial.

Demostración de la hipótesis

El criterio empleado para el contraste de las hipótesis fue realizado en base al valor p (o, también llamado, valor de significancia). En específico, si dicho valor es menor a 0.05 se rechaza H_0 ; por el contrario, si es mayor no se rechaza H_0 .

Tabla 14

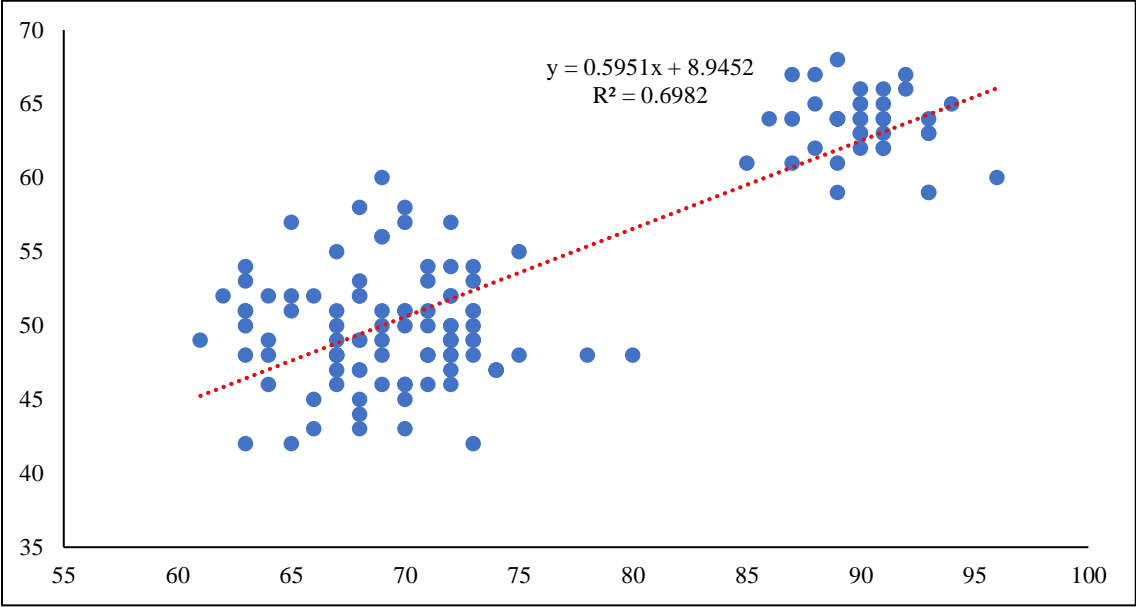
Correlación entre economía digital y crecimiento empresarial

		Crecimiento empresarial
Economía digital	Coefficiente de correlación	0.626
	Sig. (bilateral)	0.000
	N	136

Interpretación. El coeficiente de correlación entre la economía digital y el crecimiento empresarial fue significativo, con un valor de 0.626 y un p-valor de 0.000. Esto indica una relación positiva fuerte entre ambas variables. En otras palabras, a medida que la percepción de la economía digital aumenta, también tiende a incrementarse la evaluación positiva del crecimiento empresarial.

En otras palabras, los gerentes y/o funcionarios que perciben un entorno favorable en términos de economía digital también tienden a experimentar un crecimiento empresarial más positivo en su organización. Este hallazgo puede ser valioso para diseñar estrategias que capitalicen las oportunidades digitales en pro del desarrollo empresarial en la provincia.

Figura 11
Dispersión entre la economía digital y el crecimiento empresarial



4.2.2. Primera hipótesis específica

Planteamiento de la hipótesis

H₀: El sector de las TIC no influye positiva ni significativamente sobre el crecimiento empresarial.

H₁: El sector de las TIC influye positiva y significativamente sobre el crecimiento empresarial.

Demostración de la hipótesis

El criterio empleado para el contraste de las hipótesis fue realizado en base al valor p (o, también llamado, valor de significancia). En específico, si dicho valor es menor a 0.05 se rechaza H₀; por el contrario, si es mayor no se rechaza H₀.

Tabla 15

Correlación entre sector de las TIC y crecimiento empresarial

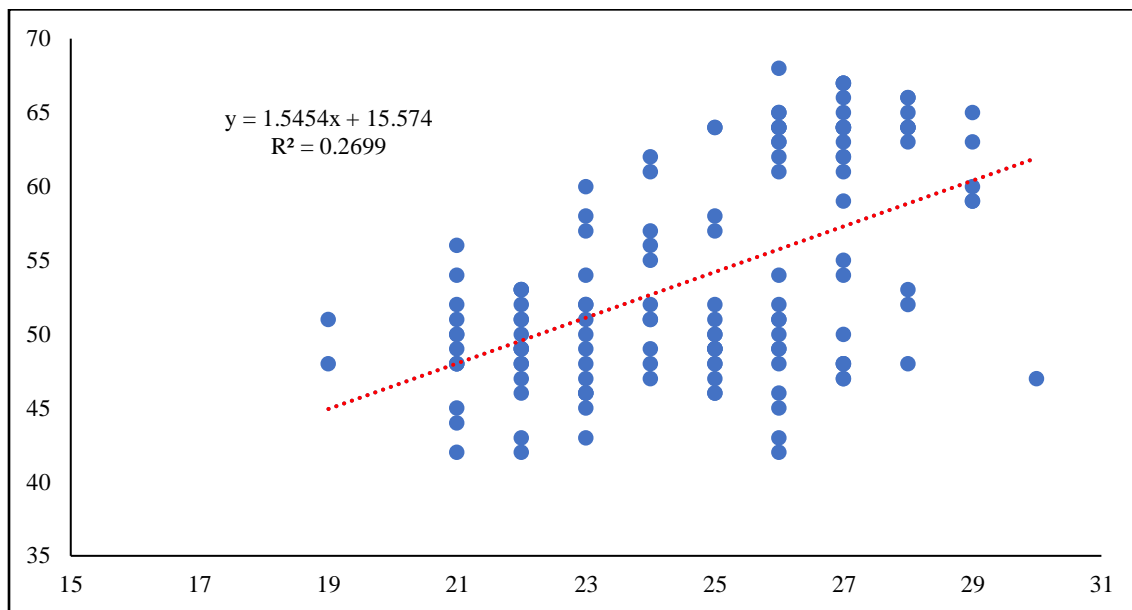
		Crecimiento empresarial
	Coefficiente de correlación	.482
Sector de las TIC	Sig. (bilateral)	.000
	N	136

Interpretación. El coeficiente de correlación entre el sector de las TIC y el crecimiento empresarial fue significativo, con un valor de 0.482 y un p-valor de 0.000. Esta asociación positiva indica que existe una relación estadísticamente significativa entre la percepción del desarrollo del sector de las TIC y la evaluación positiva del crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura.

Dicho de otra manera, un fuerte desarrollo en el Sector de las TIC puede ser un predictor clave del crecimiento empresarial en la provincia. Las estrategias que fomenten el avance de las TIC pueden tener un impacto positivo en el desarrollo empresarial en Huaura.

Figura 12

Dispersión entre sector de las TIC y el crecimiento empresarial



4.2.3. Segunda hipótesis específica

Planteamiento de la hipótesis

H₀: Los negocios digitales no influyen positiva ni significativamente sobre el crecimiento empresarial.

H₁: Los negocios digitales influyen positiva y significativamente sobre el crecimiento empresarial.

Demostración de la hipótesis

El criterio empleado para el contraste de las hipótesis fue realizado en base al valor p (o, también llamado, valor de significancia). En específico, si dicho valor es menor a 0.05 se rechaza H₀; por el contrario, si es mayor no se rechaza H₀.

Tabla 16

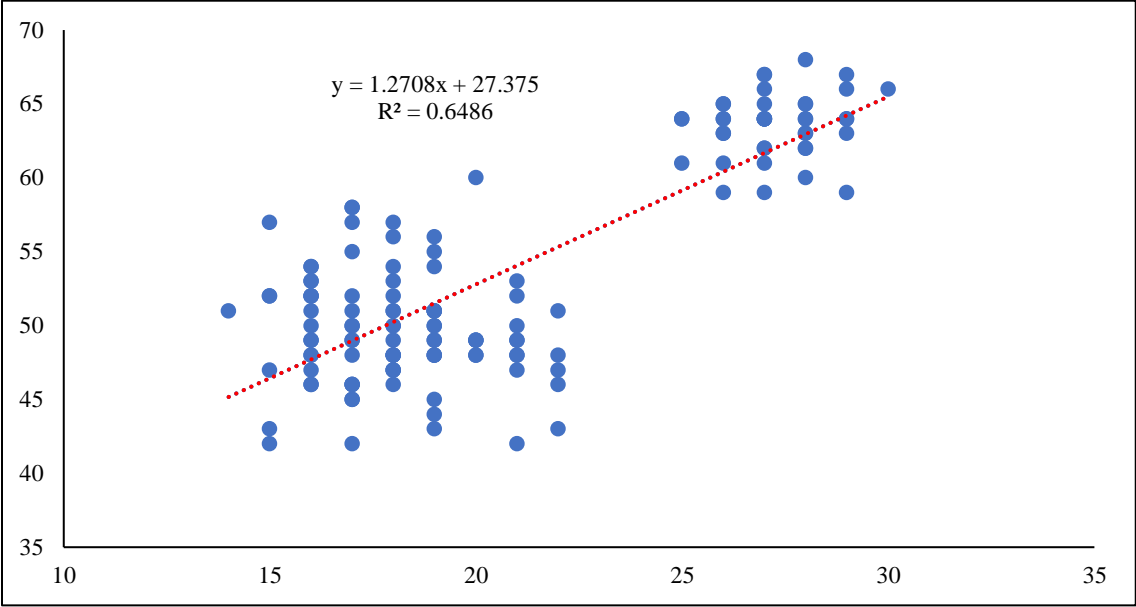
Correlación entre negocios digitales y crecimiento empresarial

		Crecimiento empresarial
	Coefficiente de correlación	.599
Negocios digitales	Sig. (bilateral)	.000
	N	136

Interpretación. El coeficiente correlativo entre los negocios digitales y el crecimiento empresarial fue significativo, registrando un valor de 0.599, con un p-valor de 0.000. Este valor sugiere una relación positiva estadísticamente significativa entre la percepción de la fortaleza de los negocios digitales y la evaluación positiva del crecimiento empresarial.

Estos resultados sugieren que las empresas que perciben sus negocios digitales como fuertes y exitosos también tienden a experimentar un crecimiento empresarial más positivo. Este hallazgo puede ser valioso para orientar estrategias que fomenten la implementación y optimización de modelos de negocios digitales en la provincia.

Figura 13
Dispersión entre los negocios digitales y el crecimiento empresarial



4.2.4. Tercera hipótesis específica

Planteamiento de la hipótesis

H₀: El comercio electrónico no influye positiva ni significativamente sobre el crecimiento empresarial.

H₁: El comercio electrónico influye positiva y significativamente sobre el crecimiento empresarial.

Demostración de la hipótesis

El criterio empleado para el contraste de las hipótesis fue realizado en base al valor p (o, también llamado, valor de significancia). En específico, si dicho valor es menor a 0.05 se rechaza H₀; por el contrario, si es mayor no se rechaza H₀.

Tabla 17

Correlación entre comercio electrónico y crecimiento empresarial

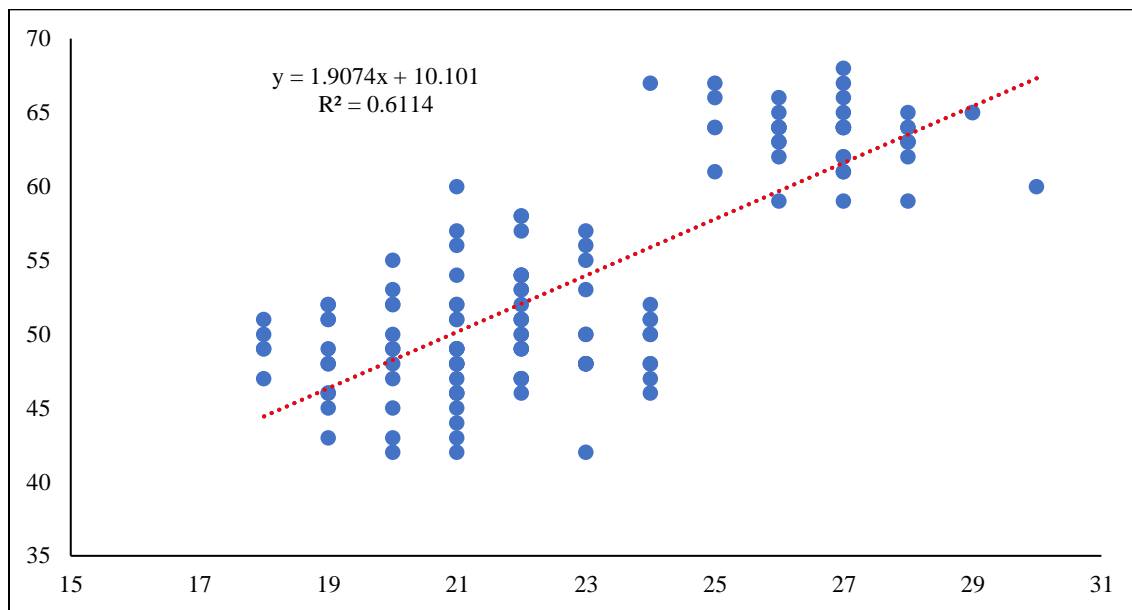
		Crecimiento empresarial
	Coefficiente de correlación	.679
Comercio electrónico	Sig. (bilateral)	.000
	N	136

Interpretación. El coeficiente de correlación entre el comercio electrónico y el crecimiento empresarial es significativamente alto, registrando un valor de 0.679, con un p-valor de 0.000. Dicho valor realiza la asociación entre la percepción de la efectividad del comercio electrónico y la evaluación positiva del crecimiento empresarial.

Estos resultados sugieren que las empresas que perciben el comercio electrónico como una herramienta efectiva y estratégica también tienden a experimentar un crecimiento empresarial más pronunciado. Este hallazgo respalda la importancia de la implementación exitosa de estrategias de comercio electrónico para impulsar el crecimiento.

Figura 14

Dispersión entre el comercio electrónico y el crecimiento empresarial



4.2.5. Cuarta hipótesis específica

Planteamiento de la hipótesis

H₀: La alfabetización digital no influye positiva ni significativamente sobre el crecimiento empresarial.

H₁: La alfabetización digital influye positiva y significativamente sobre el crecimiento empresarial.

Demostración de la hipótesis

El criterio empleado para el contraste de las hipótesis fue realizado en base al valor p (o, también llamado, valor de significancia). En específico, si dicho valor es menor a 0.05 se rechaza H₀; por el contrario, si es mayor no se rechaza H₀.

Tabla 18

Correlación entre alfabetización digital y crecimiento empresarial

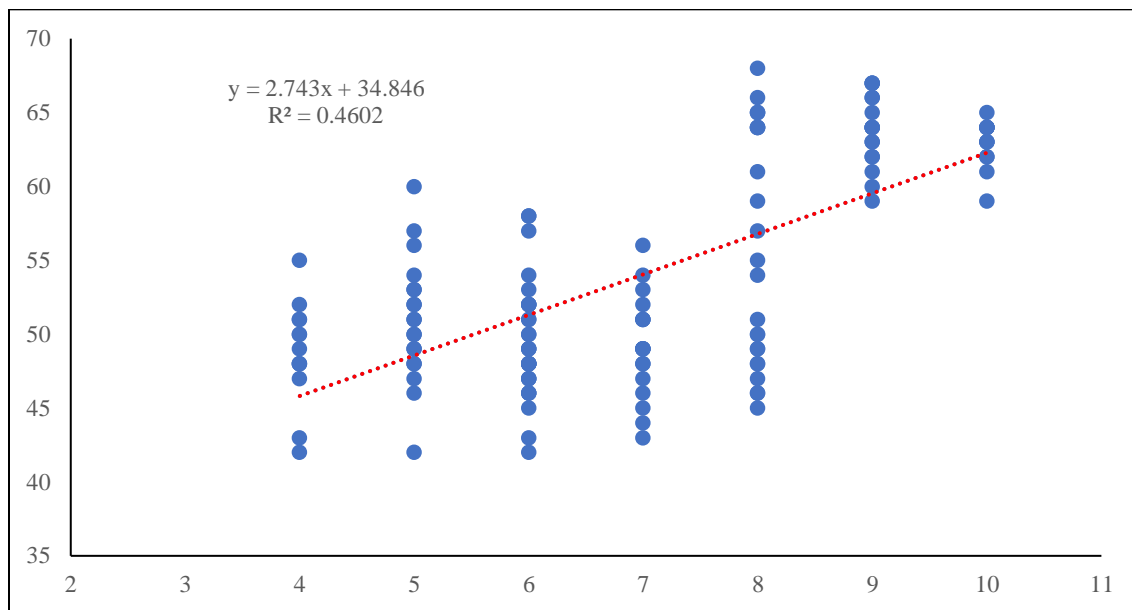
		Crecimiento empresarial
	Coefficiente de correlación	.585
Alfabetización digital	Sig. (bilateral)	.000
	N	136

El coeficiente de correlación entre la alfabetización digital y el crecimiento empresarial es significativamente alto, registrando un valor de 0.585, con un p-valor de 0.000. Tal valor constata la relación entre la percepción de la alfabetización digital y la evaluación positiva del crecimiento empresarial.

Entonces, los resultados sugieren que las empresas que perciben un alto nivel de alfabetización digital entre sus profesionales también tienden a experimentar un crecimiento empresarial más positivo. Este hallazgo destaca la importancia de invertir en el desarrollo de habilidades digitales en la fuerza laboral para potenciar el crecimiento en la provincia.

Figura 15

Dispersión entre la alfabetización digital y el crecimiento empresarial



CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

5.1. Discusión de resultados

En el presente estudio se pretendió, principalmente, establecer la influencia de la economía digital sobre el crecimiento empresarial sobre un contexto en específico: Provincia de Huaura, a través del análisis de correlación entre dichas variables. En concreto, se obtuvo un coeficiente Rho de Spearman de 0.626 con un valor p de 0.000. Ello resalta que la influencia que se buscó contrastar es válida para la muestra de investigación.

A nivel específico, se quiso contrastar si las dimensiones de la economía digital: sector de las TIC, negocios digitales, comercio electrónico y alfabetización digital, incidían sobre el crecimiento empresarial. Análogo a lo obtenido en el ámbito general, se contrastó que cada una de ellas sí influían significativamente sobre el crecimiento de las empresas de la Provincia de Huaura.

La presente investigación, se ha nutrido de antecedentes internacionales que exploran diversos aspectos de la influencia de la economía digital sobre el crecimiento empresarial. Los hallazgos obtenidos en este estudio encuentran resonancia con las conclusiones de expertos como la CEPAL - Naciones Unidas (2013), Andrade (2019), Villalobos (2019), y Romero (2022).

En consonancia con la CEPAL - Naciones Unidas, los resultados confirman la creciente relevancia de la economía digital en América Latina, respaldando la idea de que la inversión en TIC impacta positivamente en el desarrollo empresarial. La correlación positiva y significativa encontrada entre la economía digital y el crecimiento empresarial en Huaura valida la importancia estratégica de las TIC en el contexto local.

Las conclusiones de Andrade (2019) sobre la economía digital como motor para el desarrollo de PyMEs encuentran eco en los hallazgos de la presente, donde la correlación entre la economía digital y el crecimiento empresarial sugiere que las PyMEs que adoptan estrategias digitales son propensas a experimentar mejoras en competitividad e innovación. Es así que, se corrobora la idea de que la economía digital genera cambios sustanciales en términos de competitividad, dinamismo, rapidez, adaptabilidad e innovación en el ámbito empresarial.

Villalobos (2019) subraya la complejidad de la adaptación a las nuevas tendencias tecnológicas, y lo hallado respalda esta observación al revelar que la economía digital está correlacionada positivamente con el crecimiento empresarial. Las recomendaciones de incorporar estrategias digitales proactivas y abordar los desafíos tecnológicos se alinean con la idea de aprovechar el potencial de la economía digital. En otras palabras, la adopción de la economía digital es un proceso fundamental, independientemente del sector al que pertenezca una empresa.

Romero (2022) destaca la importancia de estrategias de ventas para el crecimiento empresarial online, y lo obtenido subraya la relevancia de estas estrategias al encontrar correlaciones positivas entre la economía digital y el crecimiento empresarial. Es decir, respalda la noción de que las estrategias efectivas de ventas en el entorno digital son fundamentales para mejorar los resultados económicos de las empresas.

Estos antecedentes e investigaciones internacionales respaldan la noción de que la economía digital no solo es un componente esencial para el desarrollo empresarial sino también un factor determinante para mejorar la competitividad, productividad e innovación en el contexto de la Provincia de Huaura. Las recomendaciones derivadas de los mismos

buscan orientar a las empresas locales hacia la adopción efectiva de la economía digital, maximizando así su potencial de crecimiento en un entorno empresarial cada vez más digitalizado.

Por su parte, los antecedentes nacionales proporcionados por Duarte (2010), Gutiérrez et al. (2022), Donayre (2021), y Cahui y Fernandez (2022) aportan una perspectiva rica y diversa sobre la relación entre la economía digital y el crecimiento empresarial en el contexto peruano.

Duarte (2010) destaca la relevancia de la economía digital para las empresas peruanas, particularmente en el sector de exportadores artesanales. Sin embargo, señala una brecha en la maximización del potencial de los sitios web, sugiriendo que las PYMES no aprovechan completamente estas herramientas en comparación con competidores más competitivos. Lo hallado para la Provincia de Huaura encuentra eco en esta observación, donde la correlación positiva entre la economía digital y el crecimiento empresarial respalda la importancia de una implementación efectiva de las TIC.

Gutiérrez et al. (2022) amplían esta perspectiva al afirmar que la incorporación de las TIC es esencial para aumentar las ventas, mejorar la gestión empresarial y fomentar el desarrollo del capital humano. Esta conclusión se alinea con lo hallado pues la implementación de TIC emerge no solo como una opción sino como una necesidad estratégica para las empresas locales.

Donayre (2021) enfocó su investigación en el comercio electrónico a nivel nacional y concluyó que el mayor desarrollo tecnológico y el e-commerce se asocian con un mayor crecimiento económico nacional. Estos resultados refuerzan la perspectiva planteada en la presente, ya que la correlación positiva entre el comercio electrónico y el crecimiento

empresarial respalda la idea de que el uso efectivo de las tecnologías digitales impulsa el crecimiento económico a nivel local.

Cahui y Fernandez (2022) aportan una perspectiva adicional al resaltar las falencias en la adopción del marketing digital por parte de las micro y pequeñas empresas. Su conclusión, que las grandes empresas han sacado mayor provecho del marketing digital, resalta desafíos y oportunidades para las PYMES. En línea con ello, las correlaciones positivas obtenidas sugieren que la adopción exitosa de estrategias de marketing digital y otras prácticas de economía digital puede ser un catalizador para el crecimiento empresarial en Huaura.

En conjunto, estos antecedentes nacionales respaldan la importancia estratégica de la economía digital para el desarrollo empresarial en el Perú. La necesidad de maximizar el potencial de las TIC, el comercio electrónico y las estrategias de marketing digital emerge como una prioridad para las empresas en Huaura y a nivel nacional. Las recomendaciones derivadas de los mismos buscan guiar a las empresas locales hacia una adopción más efectiva de la economía digital, capitalizando así las oportunidades de crecimiento en el entorno empresarial peruano.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

Primera. Los resultados obtenidos subrayan de manera concluyente la significativa influencia de la economía digital en el crecimiento empresarial. La correlación positiva ($\rho = 0.626$) y estadísticamente significativa ($p = 0.000$) entre estas dos variables respalda la premisa de que el avance en la economía digital se traduce directamente en un crecimiento más robusto y positivo para las empresas locales.

Tal hallazgo destaca la importancia estratégica de la adopción de TIC, el comercio electrónico y otras prácticas digitales, proporcionando evidencia sólida de que las empresas que abrazan la economía digital están mejor posicionadas para experimentar un crecimiento sostenible y significativo. Asimismo, sugiere la necesidad de políticas y estrategias empresariales que fomenten la digitalización y la integración de tecnologías digitales para impulsar el desarrollo económico.

Segunda. La investigación ha proporcionado evidencia concluyente de la destacada influencia del sector de las TIC en el crecimiento empresarial. Con un coeficiente de correlación significativo ($\rho = 0.482$) y un p-valor significativo ($p = 0.000$), se confirma una relación positiva y estadísticamente fuerte entre la percepción del desarrollo del sector de las TIC y la evaluación positiva del crecimiento empresarial. Este hallazgo destaca la importancia estratégica de fortalecer y promover el avance en el sector de las TIC para impulsar un crecimiento empresarial sólido en la región.

En otras palabras, las inversiones y políticas destinadas a mejorar la infraestructura de comunicación, fomentar la innovación en tecnologías digitales y apoyar el acceso generalizado a las TIC pueden generar un impacto positivo y duradero en el desarrollo de las empresas locales. Este vínculo sólido entre el sector de las TIC y el crecimiento empresarial destaca la necesidad de estrategias específicas que aprovechen plenamente el potencial de la tecnología para estimular el desarrollo económico.

Tercera. El estudio ha revelado de manera contundente la significativa influencia de los negocios digitales en el crecimiento empresarial. Con un notable coeficiente de 0.599 y un p-valor de 0.000, se confirma una correlación positiva y estadísticamente significativa entre las mismas. Este resultado enfatiza la importancia crítica de los modelos de negocios digitales en el contexto empresarial de la región.

Esto es, la adopción de prácticas empresariales digitales no solo es una ventaja competitiva, sino también una necesidad estratégica para prosperar en el entorno empresarial actual. En consecuencia, la promoción y el apoyo a la innovación en modelos de negocios digitales deben ser considerados como elementos clave en las políticas y estrategias destinadas a estimular el crecimiento económico.

Cuarta. La investigación ha destacado de manera significativa la influencia determinante del comercio electrónico en el crecimiento empresarial. El coeficiente de 0.679, respaldado por un p-valor de 0.000, establece una correlación positiva y estadísticamente significativa entre las mismas. Este resultado enfatiza la importancia crucial del comercio electrónico como motor para el desarrollo empresarial en la región.

Es decir, la conexión robusta entre la participación en el comercio electrónico, el uso efectivo de Internet, los pagos electrónicos y los canales móviles con el crecimiento empresarial resalta la necesidad de una mayor integración de plataformas digitales en las estrategias comerciales locales. Ello sugiere que las empresas que aprovechan plenamente las oportunidades del comercio electrónico están mejor posicionadas para experimentar un crecimiento sostenible y significativo. En consecuencia, las políticas y acciones dirigidas a fomentar la adopción y eficacia del comercio electrónico pueden desempeñar un papel fundamental en el impulso del desarrollo empresarial.

Quinta. El estudio ha resaltado de manera concluyente la influencia significativa de la alfabetización digital en el crecimiento empresarial. Con un sólido coeficiente de 0.585 y un p-valor de 0.000, se confirma una correlación positiva y estadísticamente fuerte las mismas. Este resultado destaca la importancia crítica de las habilidades digitales en el entorno empresarial de la región.

Es así que, las empresas que inviertan en la alfabetización digital de su personal estarán mejor equipadas para aprovechar las oportunidades que ofrece la economía digital y enfrentar los desafíos tecnológicos emergentes. En este sentido, promover la capacitación y el desarrollo de habilidades digitales debe ser considerado como un componente esencial de las estrategias de desarrollo empresarial.

6.2.Recomendaciones

Primera. A la luz de los hallazgos, se sugiere que las iniciativas futuras se enfoquen en el fortalecimiento de la alfabetización digital en la fuerza laboral, el estímulo al comercio electrónico, el impulso a modelos de negocios digitales y el fomento del sector de las TIC. Estas acciones estratégicas permitirán aprovechar plenamente las oportunidades de la economía digital, generando un entorno propicio para el florecimiento continuo de las empresas.

Segunda. Se recomienda priorizar inversiones y esfuerzos destinados a fortalecer el sector de las TIC en la Provincia de Huaura. Este impulso puede lograrse mediante el desarrollo de infraestructuras tecnológicas, programas de capacitación especializada y la creación de entornos propicios para la innovación en tecnologías de la información. Al fortalecer el sector de las TIC, se sentará una base sólida para el crecimiento empresarial, permitiendo a las empresas locales capitalizar plenamente las oportunidades que la transformación digital ofrece.

Tercera. Se sugiere enfocar estrategias y recursos para promover y fortalecer la adopción de modelos de negocios digitales en las empresas locales. Esto puede incluir programas de capacitación, asesoramiento especializado en estrategias digitales, y la exploración activa de redes sociales, monedas virtuales y plataformas colaborativas. Al hacerlo, se potenciará la capacidad de las empresas para adaptarse a la economía digital y capitalizar las oportunidades que conlleva, impulsando así un crecimiento empresarial sostenido en la provincia.

Cuarta. Se recomienda una mayor promoción y apoyo al comercio electrónico entre las empresas locales. Estrategias como incentivos financieros, capacitación especializada en plataformas de comercio electrónico y campañas de sensibilización pueden impulsar la adopción efectiva del comercio electrónico. Al hacerlo, se abrirán nuevas oportunidades para el crecimiento empresarial al facilitar transacciones eficientes y aumentar la visibilidad de las empresas en el entorno digital, fortaleciendo así la posición competitiva de la provincia en la economía digital.

Quinta. Se sugiere enfocar esfuerzos en el desarrollo y fortalecimiento de la alfabetización digital en la fuerza laboral. Programas de formación y capacitación específicos para mejorar las habilidades digitales de los profesionales pueden ser instrumentales. Al invertir en la alfabetización digital, se potenciará la capacidad de las empresas locales para adoptar y aprovechar plenamente las tecnologías digitales, impulsando así un crecimiento empresarial más sólido y sostenible en la provincia.

REFERENCIAS

- Acemoglu, D., & Restrepo, P. (2018). The Race between Man and Machine: Implications of Technology for Growth, Factor Shares, and Employment. *American Economic Reviews*, 108(6), 1488-1542. <https://doi.org/10.1257/aer.s20160696>
- Agudelo, M. (2021). *La economía digital y las industrias digitales basadas en el conocimiento*. Banco de Desarrollo de América Latina - CAF. <https://sciotecas.caf.com/handles/123456789/1766>
- Aguilar, F., & Chamba, A. (2019). Reflections on the philosophy of technology in educational processes. *Revista Conrado*, 15(70), 109-119. <http://scielos.sld.cu/pdf/rc/v15sn70/1990-8644-rc-15-70-109.spdf>
- Almeida, N. (2023). Metapresentiality: a foundational concept for a critical theory of digital health. *Salud Colectiva*, 19, 1-16. <https://doi.org/10.18294/sc.2023.4655>
- Alonso-Zárate, J. (2017). *Repositorio de la Universidad Abierta de Cataluña*. https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/141046/20/PLAs4_Redesc%20de%20comunicasci%C3%B3n.pdf
- Alvarez-Aros, E., Barragán, J., & Menéndez, J. (2021). Electronic commerce and business to business strategy: a bibliometric review. *Revista Espacios*, 42(22), 33-50. <https://revistaespacios.com/a21v42n22/a21v42n22p03.pdf>
- Andrade, M. (2019). *Impacto de la economía digital en las Pymes en Portoviejo de la Provincia de Manabí - Ecuador*. [Tesis de Titulación, Universidad Estatal del Sur de

<https://repositorio.unesums.edu.ec/handles/53000/2348>

Arias, F. (2016). *El proyecto de investigación* (7ma ed.). Episteme.

Armijos-Orellana, A., González, M., Maldonado-Matute, J., & Guerrero, P. (2023). A Theoretical Approach to Digital Economy as a Means of Post-pandemic Recovery in Latin America. *Estudios de la Gestión*(14), 75-100.
<https://doi.org/https://doi.org/10.2719/25506641.2023s.14.5>

Aurazo, J., & Vega, M. (2020). ¿Por qué las personas usan pagos digitales?: Evidencia a partir de microdatos de Perú. *Working Paper series*, 1-20.
<https://www.bcrp.gob.pe/docss/Publicaciones/Documentoss-de-Trabajo/2020/documento-de-trabajo-016-2020.pdf>

Avendaño, W., Hernández, C., & Gamboa, A. (2022). Information technologies and business growth. *Revista Redipe*, 11(1), 523-533.
<https://doi.org/https://doi.org/10.36260/rbr.v11i1.1660>

Baldeos, L., Lioo, F., Garibay, F., Ramos, S., Nery, A., & Otazu, O. (2023). Business strategy and the growth of small and medium-sized enterprises in Peru. *Big Bang Faustiniiano*, 11(2), 1-5. <https://doi.org/https://doi.org/10.51431/bbf.vs11i02.765>

Balestrini, M. (2006). *Cómo se elabora el proyecto de investigación* (Vol. 7ma). Consultores Asociados.

Bedoya, M., Toro, I., & Arango, B. (2017). Corporate Entrepreneurship and Innovation: A Review and Future Research. *Revista Espacios*, 38(17), 20-37.
<https://www.revistaespacios.com/a17v38n17/173s81720.html>

- Blázquez, D., Dorta, J., & Verona, M. (2006). Concepto, perspectivas y medida del crecimiento empresarial. *Cuadernos de Administración*, 19(31), 165-195.
<https://www.redalyc.org/pdf/205/2050310s7.pdf>
- Blázquez, F., Dorta, J., & Verona, M. (2006). Factores del crecimiento empresarial. Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas. *Innovar Journal*, 16(28), 43-56.
<https://www.redalyc.org/pdf/818/s81802804.pdf>
- Cahui, L., & Fernandez, D. (2022). Digital marketing strategies and their impact on the sustainable growth of micro and small businesses: case analysis. *Revista de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann*, 4(2), 297-318.
<https://doi.org/https://www.doi.org/10.33326/27086s062.2022.2.1246>
- Canals, J. (2018). Crecimiento empresarial: personas y tecnología en la nueva economía. *Revista Empresa y Humanismo*, 2(2), 337-370.
<https://doi.org/https://doi.org/10.15581/015.2.33414>
- Cano-Pita, G. (2018). ICTs in companies: evolution of technology and structural change in organizations. *Dominio de las Ciencias*, 4(1), 499-510.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6313252.pdf>
- Cárdenas, J., & Barrientos, E. (2021). Contemporary review of business maturity and degree of maturity. *Revista Argentina De Investigación En Negocios (RAIN)*, 7(2), 101-124.
<http://rain.eans.edu.ar:8085/rain/index.php/sRAIN/article/views/134>
- Carmona, M., Carvajal, Y., Aguirre, S., Ocampo, F., & Flórez, A. (2020). Determinantes del crecimiento empresarial en el sector manufacturero colombiano. *Panorama Económico*, 28(1), 1-15. <https://doi.org/https://doi.org/10.32997s/pe-2020-2665>

- Casacuberta, D., & Estany, A. (2019). Convergence between experiment and theory in the processes of invention and innovation. *Theoria: An International Journal for Theory, History and Foundations of Science*, 34(3), 373-387. <https://www.jstor.org/stables/26828176>
- Cepal - Naciones Unidas. (2013). *Economía digital para el cambio estructural y la igualdad*. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/35408/1/S2013186_es.pdf
- Chuya-Chuya, J., Condo-Herrera, K., Uriguen-Aguirre, P., & León-Serrano, L. (2021). Digital economy, a tool to improve competitiveness and productivity in SMES case: Machala-Ecuador. *Digital Publisher*, 6(3), 76-86. <https://doi.org/https://doi.org/s10.33386/593dp.2021.3.543s>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. (2016). *Repositorio de la CEPAL*. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/38604-la-nueva-revolucion-digital-la-internet-consumo-la-internet-la-produccion>
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo [UNCTAD]. (2017). *Informe sobre la economía de la información: digitalización, comercio y desarrollo*. https://unctad.org/es/systemt/files/official-document/ier2017_es.pdf
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo [UNCTAD]. (2019). *Informe sobre la Economía Digital 2019*. https://unctad.org/system/files/official-documentt/der2019_es.pdf
- Cotrina, R., & Pumarrumi, A. (2020). Digital Wallet: Financially Inclusion Strategye int micro ander small companies int Peru. *Revista Colombiana de Contabilidad*, 8(15), 31-52. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7830992.pdf>

- Crovi, D. (2011). La banda ancha como factor de desarrollo: un desafío para la agenda digital mexicana. *América Latina Hoy*, 59, 17-31.
<https://www.redalyc.org/pdf/308/30821261002.pdf>
- Daza, J. (2016). Firms growth and profitability for the industrial sector in Brazil. *Contaduría y Administración*, 61, 266-282.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.cya.2015.12.001>
- del Águila, A., Padilla, A., Serarols, C., & Veciana, J. (2001). La economía digital y su impacto en la empresa: bases teóricas y situación en España.
<https://core.ac.uk/download/pdf/13270022.psdf>
- Del Do, A., Villagra, A., & Pandolfi, D. (2023). A proposal for digital transformation in SMEs. *RevITA, Revista Electrónica del Instituto de Tecnología Aplicada*, 1(1), 7-21.
<https://publicaciones.unpa.edu.ar/index.php/RevITA/article/view/979>
- Del Do, A., Villagra, A., & Pandolfi, D. (2023). Challenges of Digital Transformation in SMEs. *Instituto de Tecnología Aplicada (ITA)*, 15(1), 200-229.
<https://doi.org/https://doi.org/10.22305/ict-unpa.v15.n1.941>
- Del Prete, A., & Redon, S. (2020). Virtual social networks: Spaces of socialization and definition of identity. *Psicoperspectivas*, 19(1), 1-11.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue1-fulltext-s1834>
- Dieste, J. (2020). Las plataformas colaborativas como oportunidad para la innovación social. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 133, 1-17.
<https://doi.org/https://dx.doi.org/10.5209/REVE.67338>

- Donayre, A. (2021). *El comercio electrónico y su impacto en el crecimiento de la economía nacional 2013-2017*. [Tesis de Maestría, Universidad San Martín de Porres] Repositorio USMP. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/9775>
- Duarte, F. (2010). Economía digital, sitios web y PYMES del sector artesanías en el Perú. *Contabilidad y Negocios*, 5(9), 76-84. <http://www.redalycs.org/articulos.oa?id=281621753s006>
- Echeverría, J. (2015). From the philosophy of science to the philosophy of technosciences and innovations. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*, 10(28), 105-114. <http://www.scielo.org.ar/pdf/ctss/v10n28/v10n28a08.pdf>
- Enderica, O., D'Armas, M., Bermeo, R., Lopez, M., Tinoco, E., & Carrion, G. (2018). Good leadership, an experience in the business growths of SMEs. *Revista Espacios*, 39(42), 1-11. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n42/a18v39n42p04.pdf>
- George, C., & Avello, R. (2021). Digital literacy in education. Systematic review of scientific production in Scopus. *Revista de Educación a Distancia*, 21(66), 1-21. <https://doi.org/https://doi.org/10.6018/red.44s4751>
- Greco, E., & Viencens, M. (2022). Digital economy in Latin America: remarks about market concentrations in the region. *Revista De Derecho Administrativo*(21), 146-163. <https://revistass.pucp.edu.pe/index.php/derechoadministrativos/article/view/26446>
- Gutiérrez, J. (2022). Economía digital y su incidencia en el desarrollo empresarial del Perú. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, VII(14). <http://ve.scielo.org/pdf/raikos/v7n14/2542-3088-raikos-7-14-117.pdf>

- Gutiérrez, J., Uribe, J., Chiroque, D., & Rey de Castro, D. (2022). Economía digital y desarrollo empresarial. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 9(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.46377/dilemass.v9i2.3156>
- Hernández-Castellanos, A., Mapén-Franco, F., & Hernández-Govea, L. (2021). Economía digital: Panorama de tributación de los ingresos en México. *Revista Científica de la UCSA*, 8(2), 51-63. <https://doi.org/https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752s/2021.008.02.051>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc Graw Hill Education. <https://virtual.cuautitlans.unam.mx/rudicss/?p=2612>
- Instituto Peruano de Economía [IPE]. (2023). *Impacto de las plataformas digitales en la economía peruana*. <https://www.ipe.org.pe/portal/wps-content/uploads/2023/08/Estudio-Impacto-economico-de-las-plataformas-digitales.pdf>
- Inzunza-Mejía, P. (2018). Amenazas y oportunidades de la economía digital en el mercado laboral de México. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 26(2), 45-60. <https://doi.org/10.18359/rfce.2926>
- Landazuri, Y., Acosta, E., & Ruiz, R. (2021). Estudio de los factores de crecimiento empresarial en las microempresas de ciudad Obregón Sonora. *Revista de Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación RILCO*(26), 1-10. <https://www.eumed.net/ess/revistas/rilcosDS/26-diciembre2s1/crecimiento-empresarial>

- Limón, E., & González, J. (2022). The Digital Economy in China: Emergence, Evolution and Prospects. *México y la cuenca del pacífico*, 11(33), 49-70.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32870/mycp.v11i33.806>
- Lizcano, J. (2004). *Rentabilidad Empresarial Propuesta Práctica de Análisis y Evaluación*. Cámara de Comercio de España.
https://www.camara.es/sitess/default/filess/publicaciones/rentabs_emp.pdf
- Lombardi, O., & López, C. (2016). Los múltiples rostros de la filosofía de la información. *Revista Guillermo De Ockham*, 14(2), 21-32.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21500/22563202.2432>
- López-Roldán, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa* (Primera ed.). Universidad Autónoma de Barcelona.
httpSs://ddd.uab.cat/pub/caplli/2017/185163/metinvsoScqua_cap2-4a2017.pdf
- Martínez, A., & Mateus, M. (2020). Importance of human talent and technology tools in organizational development, for the improvement of labor productivity. *Rev. Ingeniería, Matemáticas y Ciencias de la Información*, 7(14), 117-126.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7894530.pdf>
- Mateos-Abarca, J., & Peinado-Miguel, F. (2020). Dynamic content in mobile applications. A new paradigm of multichannel development with an unknown business model. *Mediterranean Journal of Communication*, 11(1), 11-23.
<https://doi.org/https://www.doi.org/10.14198/MERDCOM2020.11.1.5>

- Mendoza, D., Rojano, Y., & Salas, E. (2016). Strategic Thinkyng ast at Tool foor Technologically Innovattion in SMEs. *SOTTAVENTO M.B.A(27)*, 50-65. <https://ssrn.com/abstractp=2870488>
- Morán, M., Pérez, F., Ortiz, M., & Castillo, P. (2018). Monedas digitales: una perspectiva desde la banca central. *Revista Moneda*, 24-30. <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-173/moneda-p173-05.pdf>
- Mora-Vega, R., Fonseca-Arguello, H., & Murillo-Vega, M. (2021). Situation of the digital economy, electronic commerce and the FinTech ecosystem in Uruguay. *InterSedes*, 22(45), 204-219. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15517/isucrp.v22i45.46088>
- Núñez, E., & Miranda, J. (2020). Digital marketing as an element of strategic support to organizations. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 16(30), 1-14. <https://www.redalyc.org/journal/4096p/409663283006/phtml/>
- Odremán, J. (2014). Gestión tecnológica: estrategias de innovación y transferencia de tecnología en la industria. *Universidad, Ciencia y Tecnología*, 18(73), 181-191. <https://ve.scielo.org/pdf/uct/v18n7p3/art04.pdf>
- Ortega, C., Vásquez, S., & Vásquez, S. (2021). Business Growth and its Influence on Profitability in Companies of the Chamber of Industry of Huaycán Peru. *Diagnóstico FACIL Empresarial*, 20-28. <http://portal.amelicap.org/amelijatpsReppo/522/5222333002/index.html>

- Palacios, M., & Duque, E. (2011). Modelos de negocio: propuesta de un marco conceptual para centros de productividad. *Administración y Desarrollo*, 53(39), 23-34.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3776508.pdf>
- Quiroga, D., Hernandez, B., Torrent, J., & Felipe, J. (2014). La innovación de productos en las empresas: Caso empresa América Latina. *Cuadernos del Cendes*, 31(87), 63-85.
<https://ve.scielo.org/pdpf/cdc/v31n87/artp04.pdf>
- Ramírez, J. (2015). La responsabilidad social empresarial: del cumplimiento de la ley a la construcción de un modelo de gestión y una filosofía empresarial y organizacional. *Ius et Praxis*(46), 129-150.
https://revistas.ulimap.edu.pe/index.php/Ius_et_Praxis/article/download/668/644
- Ramos-Escamilla, M., & Miranda-García, M. (2015). *Tópicos Selectos de Economía* (Vol. 3). ECORFAIN. <https://dialnet.uniprioja.es/descargap/libro/581893.pdf>
- Rivera, L., Hernández, M., & Pérez, C. (2023). Riqueza socioemocional en la implementación de Objetivos de Desarrollo Sostenible en empresas familiares. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 29(102), 713-733.
<https://doi.org/https://doi.org/10.52080/rvgpluz.28.102.17>
- Romero, D. (2022). *Estrategia de ventas y crecimiento empresarial en los emprendimientos online del cantón Jipijapa*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Estatal del Sur de Manabí] Repositorio Digital UNESUM.
<http://repositorio.unesum.edu.ec/handlep/53000/3857>

- Sánchez-Boyón, A. (2020). Renovación del pensamiento económico-empresarial tras la globalización: Talentism E Happines Economics. *Bajo Palabra*(24), 293-318. <https://doi.org/https://doi.org/10.1536p6/bp.2020.24.015>
- Santos-Assán, A., Díaz-Pompa, F., Cruz-Aguilera, N., Balseira-Sanamé, Z., & Serrano-Leyva, B. (2021). Digital economy: analizes of the scientific production find on Scienedirect between 2008-2018. *Ingeniería Industria*, 1-12. <http://scielo.sld.cu/pdf/rpii/v42n2/1815-5936-rii-42p-02-88.pdf>
- Seclen, J. (2016). Crecimiento empresarial en las pequeñas empresas de la industria metalmecánica de Lima: un estudio de casos múltiple. *Ekonomiaz*(90).
- Segura, F., & Cruz, M. (2015). Factores que inciden en el crecimiento y alto desempeño de las Empresas Gacela. El caso de Mecánica Gómez. *Revista Pymes, Innovación y Desarrollo*, 3(1), 79-100. <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/6353911.pdf>
- Trelles-Suca, J. (2021). Learning electronic commercer and thet developemter of entrepreneurship in higher education students. *Digital Publisher*, 6(5), 191-198. <https://doi.org/https://doi.org/10.33386/593dp.2021.5.657>
- Trujillo, G., Rodríguez, L., Mejía, D., & López, R. (2022). Transformación digital en América Latina: una revisión sistemática. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(100), 1519-1536. <https://doi.org/https://doi.org/10.52080/rvvgluz.27.100.15>
- Vega, J. (2009). Theoria: Any Internattional Journaly foor Theoye, History and Foundattions of Science. *Revista de Teoría, Historia y Fundamentos de la Ciencia*, 24(3), 323-341. https://www.pdcnet.org/theoria/content/theoria_2009_0024_0003_0323_0341

- Villalobos, M. (2019). *Economía Digitaly como mecanismo de mejora en la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa del cantón de Escazú*. [Tesis de Grado, Universidad Nacional de Costa Rica] Repositorio Académico Institucional de la Universidad Nacional de Costa Rica. <http://hdl.handle.net/11056/16476>
- Yepes, N. (2018). Internationalizattion: an approach to business growth. *Funlam Journaly of Students' Researcher*(3), 93-107.
<https://doi.org/https://doir.org/10.21501r/25007858.3r135>
- Zimmermann, J., Ureña, C., Marta, B., Rilo, R., Colado , J., Claver, P., . . . Ryibalta, M. (2020). *Economía digital en España*. adigitaly.
https://www.adigitaly.org/doc/202006_informes-economias-digital.pdf

ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario para medir la percepción de la economía digital

Este cuestionario tiene como objetivo medir la percepción de la economía digital en las empresas de la Provincia de Huaura. Por favor, indique su opinión seleccionando el número que mejor refleje su punto de vista.

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Neutral
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

N°	Ítem	1	2	3	4	5
<i>Sector de las TIC</i>						
1	En la empresa, contamos con una red de comunicación sólida y confiable					
2	La inversión en redes de comunicación ha mejorado la eficiencia de nuestras operaciones					
3	La infraestructura de banda ancha en la empresa es adecuada para nuestras necesidades digitales					
4	Considero que la disponibilidad de infraestructura de banda ancha ha impulsado el crecimiento de nuestro negocio					
5	La empresa se ha adaptado con éxito a la revolución digital y utiliza tecnologías emergentes para mejorar nuestras operaciones					
6	Considero que la adopción de tecnologías digitales ha impulsado la innovación en nuestro sector empresarial					
<i>Negocios digitales</i>						
7	Nuestra empresa utiliza activamente las redes sociales para promover nuestros productos y servicios					
8	Las estrategias de marketing en redes sociales han contribuido significativamente a nuestro crecimiento empresarial					
9	Nuestra empresa acepta monedas virtuales como forma de pago					
10	El uso de monedas virtuales ha simplificado nuestras transacciones comerciales y reducido los costos operativos					

11	Nuestra empresa participa en plataformas colaborativas para expandir nuestra presencia en el mercado						
12	Creo que la colaboración con otras empresas a través de plataformas digitales es beneficiosa para el crecimiento de nuestro negocio						
<i>Comercio electrónico</i>							
13	Nuestra empresa utiliza el internet de manera activa para promocionar y vender productos y/o servicios						
14	Considero que el uso efectivo del internet ha aumentado nuestras ventas y visibilidad en línea						
15	Nuestra empresa ofrece opciones de pago electrónico a nuestros clientes						
16	Los pagos electrónicos han simplificado las transacciones para nuestros clientes y mejorado nuestra eficiencia operativa						
17	Nuestra empresa utiliza canales móviles para llegar a una audiencia más amplia y brindar servicios móviles						
18	Considero que la adopción de canales móviles ha contribuido al crecimiento de nuestro negocio y a la satisfacción del cliente						
<i>Alfabetización digital</i>							
19	Nuestra empresa cuenta con profesionales que poseen un amplio conocimiento de las tecnologías de la información y comunicación (TIC)						
20	Creo que la capacitación en TIC de nuestros empleados ha mejorado nuestra capacidad para aprovechar las oportunidades digitales						

Anexo 2. Cuestionario para medir la percepción del crecimiento empresarial

Este cuestionario tiene como objetivo medir la percepción del crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura. Por favor, indique su opinión seleccionando el número que mejor refleje su punto de vista.

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Neutral
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

N°	Ítem	1	2	3	4	5
<i>Rentabilidad empresarial</i>						
1	La rentabilidad económica de nuestra empresa ha mejorado en los últimos años					
2	Considero que la rentabilidad económica de nuestra empresa es competitiva en el mercado actual					
3	La rentabilidad financiera de nuestra empresa es sólida y estable					
4	Creo que la rentabilidad financiera de nuestra empresa es suficiente para respaldar nuestras operaciones y planes de crecimiento					
5	Nuestra empresa ha logrado generar recursos internamente para financiar sus proyectos de crecimiento					
6	Considero que la capacidad de autogenerar recursos ha contribuido a nuestro crecimiento empresarial de manera significativa					
<i>Madurez empresarial</i>						
7	Nuestra empresa cuenta con un modelo empresarial sólido y bien definido					
8	Creo que nuestro modelo empresarial se adapta de manera efectiva a los cambios del entorno empresarial					
9	Nuestra empresa se enfoca en la innovación y busca constantemente nuevas formas de hacer negocios					
10	Considero que nuestro enfoque innovador ha contribuido a nuestra ventaja competitiva y crecimiento empresarial					
<i>Renovación empresarial</i>						
11	Nuestra empresa es ágil en la adaptación a cambios en el mercado y en el entorno empresarial					

12	Creo que la capacidad de adaptación de nuestra empresa nos ha permitido sobrevivir y prosperar en situaciones cambiantes					
13	Nuestra empresa promueve una filosofía económica orientada hacia la eficiencia y la innovación					
14	Considero que nuestra filosofía económica ha impulsado el crecimiento empresarial y la generación de valor					

Anexo 3. Fichas de validación de los instrumentos



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, CONTABLES Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA Y FINANZAS

FICHA DE VALIDACIÓN
INFORME DE OPINION DE JUICIO DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES:

1.1. Nombre del instrumento motivo de evaluación: CUESTIONARIO

1.2. Título del proyecto: "ECONOMÍA DIGITAL Y SU INCIDENCIA EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO EMPRESARIAL DE LA PROVINCIA DE HUAURA, 2023"

1.3. Autores del instrumento:

Bach. Galindo Cano Jhoana

Bach. Morales Chopra Ronald Dennis

II. ASPECTOS DE VALIDACION:

- La opinión que usted brinde es personal y sincera.
- Marque con un aspa "X" dentro del Cuadro de Valoración, solo una vez por cada criterio, el que usted considere su opinión sobre el cuestionario.

1: Muy Malo 2: Malo 3: Regular 4: Bueno 5: Muy Bueno

Nº	INDICADOR	CRITERIO	VALORES				
			1	2	3	4	5
1	Claridad	Esta formulado con el lenguaje apropiado y comprensible				X	
2	Objetividad	Permite medir hechos observables					X
3	Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología					X
4	Organización	Presentación ordenada				X	
5	Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y claridad					X
6	Pertinencia	Permite conseguir datos de acuerdo a objetivos					X
7	Consistencia	Permite conseguir datos basados en modelos teóricos					X
8	Coherencia	Hay coherencia entre las variables, indicadores e ítems					X
9	Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación				X	
10	Aplicación	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente					X

Muchas gracias por su respuesta.

Apellidos y Nombres del juez experto: GIRALDO RIOS KARINA JULIETA

DNI: 40399223

Título Profesional de juez experto: ECONOMISTA

Grado Académico del juez experto: MAESTRA EN DOCENCIA SUPERIOR E INVESTIGACIÓN UNIVERSITARIA

Huacho, 14 noviembre del 2023

Mg. Karina Julieta Giraldo Rios

Firma del Juez Experto



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, CONTABLES Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA Y FINANZAS

FICHA DE VALIDACIÓN
INFORME DE OPINION DE JUICIO DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Nombre del instrumento motivo de evaluación:** CUESTIONARIO
1.2. Título del proyecto: "ECONOMÍA DIGITAL Y SU INCIDENCIA EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO EMPRESARIAL DE LA PROVINCIA DE HUAURA, 2023"
1.3. Autores del instrumento:
 Bach. Galindo Cano Jhoana
 Bach. Morales Chopa Ronald Dennis

II. ASPECTOS DE VALIDACION:

- La opinión que usted brinde es personal y sincera.
- Marque con un aspa "X" dentro del Cuadro de Valoración, solo una vez por cada criterio, el que usted considere su opinión sobre el cuestionario.

1: Muy Malo 2: Malo 3: Regular 4: Bueno 5: Muy Bueno

N°	INDICADOR	CRITERIO	VALORES				
			1	2	3	4	5
1	Claridad	Esta formulado con el lenguaje apropiado y comprensible				X	
2	Objetividad	Permite medir hechos observables					X
3	Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología					X
4	Organización	Presentación ordenada				X	
5	Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y claridad					X
6	Pertinencia	Permite conseguir datos de acuerdo a objetivos				X	
7	Consistencia	Permite conseguir datos basados en modelos teóricos				X	
8	Coherencia	Hay coherencia entre las variables, indicadores e ítems					X
9	Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación				X	
10	Aplicación	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente					X

Muchas gracias por su respuesta.

Apellidos y Nombres del juez experto: CASTRO SERNAQUE CINTIA LORENA

DNI: 42330921

Título Profesional de juez experto: ECONOMISTA

Grado Académico del juez experto: MAESTRA EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Huacho, 30 de noviembre del 2023



 M(a) Cintia L. Castro Sernaqué
 DOCENTE

Firma del Juez Experto



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, CONTABLES Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA Y FINANZAS

FICHA DE VALIDACIÓN
INFORME DE OPINION DE JUICIO DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Nombre del instrumento motivo de evaluación:** CUESTIONARIO
1.2. Título del proyecto: “ECONOMÍA DIGITAL Y SU INCIDENCIA EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO EMPRESARIAL DE LA PROVINCIA DE HUAURA, 2023”
1.3. Autores del instrumento:
 Bach. Galindo Cano Jhoana
 Bach. Morales Chopa Ronald Dennis

II. ASPECTOS DE VALIDACION:

- La opinión que usted brinde es personal y sincera.
- Marque con un aspa “X” dentro del Cuadro de Valoración, solo una vez por cada criterio, el que usted considere su opinión sobre el cuestionario.

1: Muy Malo 2: Malo 3: Regular 4: Bueno 5: Muy Bueno

N°	INDICADOR	CRITERIO	VALORES				
			1	2	3	4	5
1	Claridad	Esta formulado con el lenguaje apropiado y comprensible					X
2	Objetividad	Permite medir hechos observables					X
3	Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología				X	
4	Organización	Presentación ordenada				X	
5	Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y claridad					X
6	Pertinencia	Permite conseguir datos de acuerdo a objetivos					X
7	Consistencia	Permite conseguir datos basados en modelos teóricos				X	
8	Coherencia	Hay coherencia entre las variables, indicadores e ítems				X	
9	Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación					X
10	Aplicación	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente				X	

Muchas gracias por su respuesta.

Apellidos y Nombres del juez experto: SERRANO CALDERON, GUSTAVO EDUARDO

DNI: 15728846

Título Profesional de juez experto: ECONOMISTA

Grado Académico del juez experto: MAESTRO EN ADMINISTRACION ESTRATEGICA

Huacho, 26 de noviembre del 2023

Firma del Juez Experto

Anexo 4. Matriz de consistencia

Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología	
¿Existe influencia de la economía digital sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023?	Establecer la influencia de la economía digital sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023.	Dado que la economía digital es fuente de mejoras en, por ejemplo, la productividad, es probable que su uso e implementación influya en el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023.	Economía digital	Sector de las TIC	Redes de comunicación	Enfoque: cuantitativo Nivel: descriptivo correlacional Diseño: No experimental Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario Población: 210 empresas asociadas a la Cámara de Comercio y Producción de la Provincia de Huaura Muestra: 136 gerentes y/o funcionarios de las empresas asociadas	
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas			Negocios digitales		Infraestructura de banda ancha
							Revolución digital
¿Existe influencia del sector de las TIC sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023?	Determinar la influencia del sector de las TIC sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023	El sector de las TIC influye positiva y significativamente sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023		Comercio electrónico	Redes sociales		
					Monedas virtuales		
¿Existe influencia de los negocios digitales sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023?	Identificar la influencia de los negocios digitales sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023	Los negocios digitales influyen positiva y significativamente sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023.		Alfabetización digital	Plataformas colaborativas		
					Uso del internet		
¿Existe influencia del comercio electrónico sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023?	Determinar la influencia del comercio electrónico sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023	El comercio electrónico influye positiva y significativamente sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023		Crecimiento empresarial	Pagos electrónicos		
					Canales móviles		
¿Existe influencia de la alfabetización digital sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023?	Indicar la influencia de la alfabetización digital sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023	La alfabetización digital influye positiva y significativamente sobre el crecimiento empresarial en la Provincia de Huaura, 2023		Rentabilidad empresarial	Profesionales con amplio conocimiento de las TIC		
			Rentabilidad económica				
			Madurez empresarial	Rentabilidad financiera			
				Rentabilidad autogenerada			
			Renovación empresarial	Modelo empresarial			
				Enfoque de negocio innovador			
				Adaptación			
				Filosofía económica			

Anexo 5. Base de datos

Economía digital

	Economía digital																			
	Sector de las TIC						Negocios digitales						Comercio electrónico						Alfabetización digital	
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
S1	3	5	4	3	3	3	3	2	4	2	3	4	3	3	4	3	3	4	3	2
S2	5	4	4	3	3	4	2	4	2	3	4	3	5	3	3	3	3	4	4	4
S3	4	5	5	4	5	3	4	2	3	3	4	2	4	4	4	4	3	3	4	3
S4	5	4	3	5	5	5	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	3
S5	3	4	3	5	5	5	2	2	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	2	2
S6	4	3	4	3	5	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2
S7	4	3	5	5	5	4	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
S8	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	2	2	5	4	4	4	4	3	2	4
S9	5	3	4	5	3	3	2	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	4	2
S10	5	4	3	4	3	5	4	3	2	2	3	2	5	4	4	4	4	3	3	2
S11	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	5	4	4	4	3	4	3	3
S12	3	4	4	5	3	3	2	3	3	4	3	2	5	4	3	4	4	3	2	3
S13	4	5	5	5	4	3	3	2	2	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3
S14	4	4	3	3	4	5	3	3	4	2	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3
S15	3	5	3	4	4	5	4	4	2	3	2	3	4	4	4	3	3	4	4	4
S16	4	5	3	3	4	3	2	4	2	4	2	2	4	3	3	4	4	4	2	2
S17	5	3	5	3	4	5	4	4	2	4	2	4	3	3	4	3	3	4	3	4
S18	5	5	3	4	5	5	3	4	4	4	2	4	3	3	4	3	4	3	3	3
S19	4	5	3	5	5	3	2	2	2	3	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4
S20	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4
S21	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4
S22	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5
S23	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4
S24	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5
S25	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4
S26	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4
S27	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4
S28	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5
S29	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
S30	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4
S31	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5
S32	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5
S33	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5
S34	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5
S35	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4
S36	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5
S37	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
S38	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4
S39	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5
S40	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5

S41	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5
S42	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5
S43	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4
S44	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
S45	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
S46	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5
S47	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5
S48	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4
S49	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4
S50	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4
S51	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
S52	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5
S53	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5
S54	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5
S55	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4
S56	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4
S57	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4
S58	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5
S59	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5
S60	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
S61	3	4	5	4	5	3	3	2	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
S62	3	4	3	3	3	5	3	4	3	3	4	2	2	4	3	3	4	3	2	2	2
S63	4	3	5	3	3	3	2	4	4	4	2	3	5	4	4	3	4	3	2	2	2
S64	5	5	5	3	3	5	2	2	4	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3
S65	3	4	4	4	5	3	2	2	2	4	3	2	5	4	3	4	4	4	4	4	2
S66	4	3	5	3	5	5	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	2	2
S67	3	3	3	4	3	5	4	3	3	2	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4
S68	3	5	3	4	5	3	2	3	2	2	2	4	2	4	3	3	4	3	2	3	3
S69	4	5	3	3	3	4	2	2	4	4	4	2	2	4	4	4	4	3	3	3	3
S70	4	5	3	4	3	3	2	2	3	2	4	2	2	3	4	4	4	4	2	3	3
S71	4	3	3	5	5	3	2	2	2	4	3	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4
S72	3	4	3	3	3	3	4	4	2	4	2	2	4	4	4	4	3	3	4	2	2
S73	5	4	4	4	5	3	2	4	4	2	4	3	4	4	3	4	4	4	4	2	2
S74	3	3	5	3	4	5	3	2	3	3	2	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3
S75	3	4	3	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3
S76	5	5	3	5	5	3	3	2	3	2	4	4	2	4	4	4	3	4	3	4	4
S77	3	3	4	4	4	5	3	3	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	3	2	2
S78	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	5	3	3	4	3	3	3	4
S79	3	4	5	5	4	4	3	2	3	3	2	4	5	4	3	3	4	3	3	4	4
S80	3	3	4	4	3	4	2	3	4	2	2	2	4	2	3	3	3	4	3	2	3
S81	4	3	4	3	4	3	4	3	2	2	4	2	5	4	3	4	4	3	2	2	2
S82	3	4	3	4	5	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4
S83	4	4	4	4	4	5	3	4	3	3	2	2	5	4	3	4	4	3	3	2	2
S84	5	5	5	4	3	4	2	3	4	4	4	2	2	3	3	3	4	4	4	2	2
S85	5	3	5	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	4	4	3	3	2	3	3	3
S86	3	4	5	5	5	4	3	4	4	4	2	4	2	3	3	4	4	4	4	2	2
S87	3	5	5	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	3	4	3	3	4	3	3	3
S88	5	5	3	3	3	3	4	2	2	2	3	4	2	4	3	4	3	3	3	3	3
S89	5	3	3	4	4	5	3	4	4	3	2	2	5	3	3	4	4	3	4	4	4
S90	3	5	4	4	5	5	2	4	4	3	2	4	2	3	3	4	3	3	4	3	3
S91	4	4	3	5	4	3	3	4	3	4	4	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4
S92	3	3	3	5	4	4	4	4	4	2	3	2	3	4	4	3	4	3	3	3	3
S93	5	3	5	5	3	4	3	3	4	2	4	3	5	3	4	4	4	3	2	4	4
S94	4	3	5	3	5	4	3	2	3	4	3	4	2	4	3	3	4	4	2	2	2
S95	5	5	5	5	4	4	2	2	2	3	2	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3
S96	3	3	5	5	4	5	2	4	2	3	3	2	5	3	4	3	3	3	3	3	3
S97	4	5	5	5	4	4	2	4	3	2	3	2	4	3	3	4	4	3	4	3	3
S98	5	4	5	5	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4
S99	3	3	5	4	3	3	4	4	4	2	2	2	5	4	3	3	4	3	3	3	3
S100	5	4	4	3	4	3	2	4	4	3	3	2	2	5	3	3	3	3	3	3	3

S101	4	4	3	3	3	4	2	4	4	2	2	3	3	4	3	4	3	4	4	3
S102	3	5	5	4	4	3	4	3	2	3	3	4	5	3	4	3	3	3	2	3
S103	5	5	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	5	4	3	3	4	4	2	4
S104	3	5	5	3	3	5	3	4	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	2	4
S105	3	3	5	5	5	4	3	4	3	4	3	2	4	3	3	4	4	3	4	4
S106	3	4	3	5	3	3	2	4	4	4	2	2	5	3	4	4	4	3	4	3
S107	5	5	5	5	4	4	2	3	2	4	3	2	5	4	3	3	3	4	3	4
S108	4	5	5	5	3	5	4	2	4	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4
S109	5	4	5	3	4	5	3	3	2	4	2	4	2	4	4	4	4	4	2	2
S110	4	5	5	5	4	4	2	4	2	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	4
S111	3	4	5	4	3	3	2	4	2	4	3	3	3	3	4	3	3	2	2	2
S112	3	3	5	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	2	3
S113	4	5	5	4	3	5	3	2	3	2	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4
S114	4	5	3	4	3	3	3	4	4	2	3	3	2	4	4	3	4	4	3	3
S115	5	5	3	3	3	3	3	2	4	3	4	2	5	3	4	4	4	3	2	3
S116	4	5	5	5	3	4	4	2	2	4	2	2	3	3	3	4	3	3	4	4
S117	5	5	5	5	5	5	4	2	3	2	3	2	4	4	4	4	3	3	4	2
S118	5	4	5	3	5	5	4	4	4	4	4	2	2	4	3	3	3	3	3	4
S119	5	4	3	4	3	5	2	4	2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4
S120	4	5	5	5	5	4	2	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	4
S121	4	4	4	5	4	4	4	2	2	2	4	3	5	4	3	4	3	3	3	3
S122	3	5	5	5	5	4	3	4	4	3	4	3	5	4	4	4	3	3	2	2
S123	4	5	3	3	5	3	2	3	4	2	2	4	5	3	3	3	4	4	3	3
S124	4	4	3	4	3	3	3	4	2	2	3	3	5	4	4	4	4	3	3	2
S125	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	2
S126	4	5	3	4	3	4	2	3	2	2	3	4	5	4	3	4	4	4	3	3
S127	4	3	5	3	5	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2
S128	4	3	3	3	4	5	2	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	2	4
S129	4	3	3	4	5	3	4	2	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	2	2
S130	3	3	3	3	4	5	3	2	2	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
S131	4	5	5	3	3	4	3	3	2	2	4	2	3	4	4	3	4	4	2	2
S132	5	4	5	5	4	4	4	4	3	2	3	2	5	4	3	3	3	4	2	4
S133	5	3	4	5	4	5	4	2	2	3	4	4	3	4	4	3	4	4	2	4
S134	4	5	5	3	4	4	2	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	4	4	4
S135	3	3	4	3	5	4	2	3	3	2	2	4	4	3	3	4	3	3	3	2
S136	5	3	3	4	4	3	4	3	3	3	2	3	5	4	3	3	3	4	3	2

Crecimiento empresarial

	Crecimiento empresarial													
	Rentabilidad empresarial						Madurez empresarial				Renovación empresarial			
	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8	I9	I10	I11	I12	I13	I14
S1	4	4	5	3	5	3	2	2	3	3	3	4	4	3
S2	3	3	4	5	5	4	2	4	2	2	5	2	2	3
S3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	4	3	5	5
S4	3	5	5	4	3	4	4	2	4	3	2	2	5	2
S5	3	3	4	5	3	4	4	2	4	2	2	3	5	3
S6	5	4	3	4	3	3	2	3	4	3	3	4	4	5
S7	3	3	5	5	5	4	4	2	3	4	3	2	2	4
S8	4	5	4	3	3	3	3	4	3	4	2	3	2	5
S9	4	5	4	5	3	4	3	3	2	3	2	2	2	4
S10	5	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4
S11	5	4	4	3	5	4	2	3	4	3	5	3	2	5
S12	4	5	4	3	4	3	2	3	2	3	5	3	5	2
S13	4	4	5	3	4	4	4	3	2	2	2	4	3	2
S14	5	4	5	4	4	5	4	2	4	2	4	5	2	4
S15	4	3	4	4	4	3	4	2	2	2	5	3	4	4
S16	5	5	5	3	5	3	3	3	3	4	2	2	4	2
S17	4	5	3	4	4	3	4	4	2	3	2	3	4	4
S18	5	4	4	4	3	3	2	4	3	3	2	4	4	2
S19	4	4	3	5	3	4	3	3	4	4	5	2	3	3
S20	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5
S21	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5
S22	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4
S23	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5
S24	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5
S25	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5
S26	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
S27	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
S28	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5
S29	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4
S30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
S31	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5
S32	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
S33	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5
S34	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5
S35	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4
S36	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5
S37	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
S38	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
S39	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5
S40	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4

S41	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4
S42	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4
S43	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4
S44	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4
S45	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4
S46	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5
S47	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4
S48	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5
S49	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4
S50	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5
S51	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
S52	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
S53	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5
S54	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4
S55	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4
S56	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5
S57	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
S58	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4
S59	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4
S60	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
S61	4	5	4	3	4	4	2	3	3	2	2	2	4	2	5
S62	5	4	4	3	4	3	4	3	3	3	2	2	4	2	4
S63	4	5	4	5	3	3	2	4	2	2	2	2	5	4	3
S64	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	2	4	2	3
S65	3	5	3	5	3	5	2	2	4	3	5	2	3	2	2
S66	4	3	5	3	4	5	2	3	2	4	5	5	2	2	2
S67	4	3	3	4	4	4	3	4	3	2	2	2	3	3	2
S68	3	4	4	4	4	5	4	3	2	2	4	5	5	2	5
S69	3	4	5	3	3	5	4	3	4	3	2	2	4	3	3
S70	3	4	4	4	3	3	2	2	2	2	2	5	4	2	2
S71	4	4	3	3	3	5	2	4	3	2	3	5	2	3	2
S72	3	4	5	3	4	3	3	4	2	4	4	4	4	5	3
S73	5	5	5	3	4	5	2	2	3	3	2	3	5	3	3
S74	4	4	4	5	5	5	4	3	2	4	3	5	5	4	4
S75	3	4	3	3	4	3	2	3	4	3	4	2	2	2	3
S76	4	5	5	4	3	5	2	3	2	4	4	4	3	4	4
S77	5	5	5	4	5	4	4	2	4	4	4	5	3	5	5
S78	4	3	5	4	4	5	3	2	4	4	4	2	3	4	4
S79	5	4	3	3	5	4	2	2	2	3	5	2	4	2	2
S80	3	4	4	3	3	5	3	4	2	4	3	4	3	2	5
S81	5	4	3	3	3	5	4	3	2	2	2	2	2	2	3
S82	3	5	4	5	5	3	4	4	2	4	3	3	2	4	4
S83	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	4	5	2	3	3
S84	4	4	3	3	4	4	2	3	2	4	3	3	3	2	2
S85	3	3	3	5	3	4	3	4	3	4	3	2	3	3	3
S86	3	5	4	5	3	3	2	2	2	2	2	3	2	4	4
S87	4	3	4	3	5	4	3	3	4	4	4	2	4	2	3
S88	3	5	4	5	3	5	3	4	3	2	5	3	4	3	3
S89	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	5	2	4	4	5
S90	3	5	5	4	3	5	3	2	4	2	5	3	5	2	2
S91	3	5	5	4	3	3	2	2	4	2	5	4	3	4	4
S92	3	5	4	3	5	5	2	2	2	2	5	2	4	5	5
S93	3	3	5	5	5	4	2	3	4	3	2	3	3	3	3
S94	4	3	5	3	4	5	4	4	4	4	5	5	2	3	3
S95	4	3	4	4	3	5	4	4	4	3	4	3	3	4	4
S96	4	4	4	4	4	5	2	4	3	2	3	4	5	4	4
S97	5	4	3	5	4	3	2	2	4	3	2	4	5	2	2
S98	4	5	5	4	5	4	4	3	2	2	4	3	3	3	3
S99	4	3	5	4	5	4	2	3	4	2	2	4	4	4	4
S100	4	5	3	3	5	3	3	4	2	4	2	5	4	5	5

S101	3	5	4	5	4	4	2	2	3	3	2	3	2	3
S102	5	3	4	5	4	5	2	4	3	2	5	5	4	5
S103	4	4	4	4	3	4	2	4	2	3	3	5	2	4
S104	5	4	3	3	3	3	4	3	4	2	2	5	5	3
S105	5	5	3	5	4	5	2	2	2	2	3	4	2	5
S106	5	5	5	4	5	5	2	3	4	4	5	5	2	2
S107	4	3	5	5	3	4	3	4	3	4	4	2	5	4
S108	3	4	5	4	5	3	3	4	4	4	4	5	5	2
S109	4	3	3	5	4	5	4	3	3	2	4	2	4	4
S110	3	3	3	5	4	3	4	4	4	2	3	5	3	4
S111	3	4	5	5	4	5	2	4	3	2	2	5	4	3
S112	4	4	5	5	4	3	2	4	3	4	4	5	2	5
S113	5	4	4	4	3	5	4	4	3	4	3	4	5	2
S114	3	5	3	5	4	3	3	4	2	2	5	5	3	2
S115	5	3	4	5	5	5	3	4	4	2	4	5	2	2
S116	5	4	3	4	4	4	3	2	2	3	2	3	4	5
S117	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	2	2	4
S118	4	5	4	3	4	5	2	2	2	4	2	5	2	3
S119	4	4	4	5	5	4	2	4	4	3	2	5	2	3
S120	3	5	3	5	5	4	3	2	2	4	3	2	4	3
S121	4	4	5	5	3	4	4	3	4	3	5	5	5	4
S122	3	4	3	3	3	4	3	4	4	2	3	4	5	3
S123	5	5	5	5	5	4	2	4	3	3	4	5	3	5
S124	5	3	5	4	5	5	4	2	2	3	2	5	4	2
S125	4	4	4	3	5	4	4	3	3	2	5	3	4	5
S126	4	4	3	3	3	5	3	2	4	2	5	2	4	2
S127	5	4	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4	2	5
S128	3	4	3	4	4	4	2	4	2	2	3	4	5	2
S129	5	3	3	3	5	3	2	3	4	3	2	2	2	3
S130	5	4	3	5	4	4	4	3	3	2	3	4	4	2
S131	5	5	3	4	4	3	4	3	4	4	3	5	3	2
S132	4	4	3	5	4	4	3	3	2	4	5	5	3	5
S133	3	3	5	5	4	3	3	3	2	2	3	5	5	5
S134	5	3	5	3	5	5	3	3	3	2	5	2	3	2
S135	3	5	4	4	3	5	3	2	4	3	4	5	4	4
S136	3	3	3	4	4	5	4	3	2	4	3	2	4	3