

The background of the cover is a photograph of a modern glass skyscraper, likely the Burj Khalifa, with a warm, golden-yellow color cast. The building's glass facade reflects the sky and surrounding environment, creating a complex pattern of light and shadow. The title and other text are overlaid on the top portion of the image.

BIS

Business
Innova
Sciences

Revista de Ciencias Empresariales

BUSSINESS INNOVA SCIENCES (BIS)
REVISTA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Vol. 6, N.º 1 Febrero 2025
ISSN 2708-6992
<https://doi.org/10.5281/zenodo.15588521>

EQUIPO EDITORIAL

DIRECTOR: Mg. Venancio Alejandro García Requena
EDITOR ACADÉMICO: Mg. Juan José Saavedra López
EDITOR ASOCIADO: Mg. Víctor Morales Saavedra
EDITOR DE CONTENIDO: Mg. Reyna Mesías Padilla Santos

COMITÉ ASESOR INTERNACIONAL

M.s.c. Daniel Jiménez Montero. Universidad de Costa Rica. Costa Rica
Dra. Yajaira del C. Oviedo Graterol. Universidad APEC. República Dominicana
Dra. Nellys Marisol Castillo. Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Venezuela
Moisés Alejandro Banks Peña. Universidad APEC. República Dominicana
Dr. Andrés Felipe Astaiza Martínez. Universidad de Ibagué. Colombia

EQUIPO TÉCNICO

MAQUETACIÓN Y DIAGRAMACIÓN: Freddy Raúl Calienes Quelopana
ADMINISTRADOR OJS: Kevin Montero

CONTACTO

Portal web: <https://innovasciencesbusiness.org/index.php/ISB>
Correo electrónico: revista@innovasciencesbusiness.org

Facebook: Business Innova Sciences



Business Innova Sciences
It is licenced under a Creative Commons
Reconocimiento NoComercial
SinObraDerivada 4.0 Licencia Internacional

EDITORIAL

4 - 5

ARTÍCULOS

La constitución de empresas en Lima Metropolitana: Tendencias y desafíos postpandémicos (2022-2024)

6 - 15

Business Formation in the Lima Metropolitan Area: Post-pandemic Trends and Challenges (2022-2024)

Lessner Augusto León Espinoza

Informalidad empresarial en ciudades costeñas peruanas: Un análisis comparativo entre Trujillo, Piura, Chiclayo e Ica.

16 - 27

Entrepreneurial Informality in Peruvian Coastal Cities: A Comparative Analysis of Trujillo, Piura, Chiclayo, and Ica

Jorge Eulogio Pérez Grately

Limitantes administrativas públicos en el desarrollo empresarial de Piura: Estudio de casos (2020-2023).

28 - 40

Public Administrative Limitations in Business Development in Piura: A Case Study (2020-2023)

Berner Barcena Luza

Acelerando el Desempeño en la Era Digital: Capacidades Digitales, Agilidad de Marketing y Resultados Empresariales en Firms Colombianas.

41 - 61

Accelerating Performance in the Digital Age: Digital Capabilities, Marketing Agility, and Business Results in Colombian Firms.

María Alejandra Jiménez León

Yireth Daniela Becerra Alarcón

Jacquelin Velosa López

La relación entre gasto público en salud y crecimiento económico en el Perú: síntesis crítica de la literatura

62 - 79

The Relationship Between Public Health Expenditure and Economic Growth in Peru: A Critical Review of the Literature

Manuel Ige Carranza

EDITORIAL

Mag. Venancio Alejandro García Requena

Director de la Revista

La Revista BUSINESS INNOVA SCIENCES (BIS), en su volumen 6, número 1, de febrero de 2025, se complace en presentar una colección de artículos de investigación que abordan temáticas cruciales y contemporáneas en el ámbito de la administración y las ciencias empresariales. En un entorno global caracterizado por la constante evolución económica, social y tecnológica, la comprensión profunda de los fenómenos empresariales y administrativos se torna indispensable para el desarrollo sostenible y la competitividad. Esta edición está dedicada a explorar nuevas perspectivas, metodologías y hallazgos que contribuyan a la consolidación del conocimiento en nuestra disciplina.

En esta ocasión, la revista destaca investigaciones que reflejan las dinámicas actuales y los desafíos emergentes que enfrentan las organizaciones y las economías a nivel local y global. Los estudios presentados abarcan una diversidad de tópicos, desde el análisis de la formación de empresas en contextos post-pandémicos hasta la eficiencia en la gestión de proyectos y el impacto de las políticas públicas en el crecimiento económico. Cada contribución ha sido rigurosamente evaluada, garantizando la calidad y la relevancia de sus contenidos.

Invitamos a nuestra distinguida audiencia de posgrado en ciencias empresariales a sumergirse en estos análisis, que sin duda enriquecerán su comprensión de los complejos desafíos administrativos y empresariales de hoy. Esperamos que los hallazgos y discusiones presentados en este número no solo estimulen el debate académico, sino que también proporcionen herramientas valiosas para la toma de decisiones estratégicas y la formulación de políticas públicas efectivas. Confiamos en que este volu-

men servirá como una fuente de inspiración y conocimiento para futuras investigaciones y aplicaciones prácticas en el campo.

La constitución de empresas en Lima Metropolitana: Tendencias y desafíos postpandémicos (2022-2024)

Business Formation in the Lima Metropolitan Area: Post-pandemic Trends and Challenges (2022-2024)

Lessner Augusto León Espinoza

Universidad Nacional Federico Villarreal

<https://orcid.org/0000-0002-9983-8967>

RESUMEN

Este estudio analiza las tendencias y desafíos en la constitución de empresas en Lima Metropolitana entre 2022 y 2024, postpandemia. A través de una revisión narrativa sistemática de fuentes académicas y oficiales, se identificaron patrones de crecimiento en sectores tecnológicos (e-commerce, fintech) y servicios resilientes (salud, logística), impulsados por la digitalización. Sin embargo, la burocracia administrativa, la carga tributaria y la inseguridad jurídica persisten como principales barreras para los emprendedores. Las políticas públicas, como "Emprender.pe", tuvieron un impacto limitado debido a falta de difusión. Se recomienda simplificar trámites de registro, diseñar incentivos focalizados en sectores emergentes y promover estudios longitudinales para evaluar la evolución post-2024. El análisis resalta la necesidad de políticas ágiles y enfoques comparativos con otras ciudades peruanas para fortalecer el ecosistema emprendedor.

Palabras clave:

constitución de empresas, Lima Metropolitana,
burocracia administrativa, políticas públicas,
digitalización.

ABSTRACT

This study examines the trends and challenges in business formation in Lima Metropolitana between 2022 and 2024, post-pandemic. Through a systematic narrative review of academic and official sources, growth patterns were identified in technological sectors (e-commerce, fintech) and resilient services (health, logistics), driven by digitalization. However, administrative bureaucracy, tax burdens, and legal insecurity remain major barriers for entrepreneurs. Public policies, such as "Emprender.pe," had limited impact due to insufficient outreach. Recommendations include simplifying registration processes, designing targeted incentives for emerging sectors, and promoting longitudinal studies to assess post-2024 evolution. The analysis highlights the need for agile policies and comparative approaches with other Peruvian cities to strengthen the entrepreneurial ecosystem.

Keywords:

business formation, Lima Metropolitana,
administrative bureaucracy, public policies,
digitalization.

INTRODUCCIÓN

Contexto general

Lima Metropolitana, como epicentro económico del Perú, concentra el 35% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional y alberga al 40% de las empresas formales del país (INEI, 2023). Su dinámica empresarial es clave para el desarrollo nacional, siendo un escenario de innovación y adaptación constante ante cambios socioeconómicos. Sin embargo, la pandemia de COVID-19 (2020-2021) generó una contracción del 11% en el PIB peruano, afectando directamente la formalización de negocios. Durante este período, se observó una caída transitoria en la constitución de empresas, especialmente en sectores como servicios y comercio, mientras que la informalidad aumentó en un 8% (MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS, 2022). La crisis aceleró, sin embargo, la adaptación de modelos de negocio digitales, con un incremento del 25% en empresas vinculadas al e-commerce y fintech (UNDP, 2023).

La recuperación postpandémica (2022-2024) reveló una tendencia hacia la recuperación de la formalización, pero también evidenció desafíos persistentes. Estudios recientes señalan que, aunque la digitalización de trámites (ej.: SUNAT Digital) facilitó la creación de empresas, la burocracia administrativa y la carga tributaria siguen siendo obstáculos para emprendedores (TORRES, 2023). Este contexto plantea interrogantes sobre cómo las tendencias postpandemia han reconfigurado el entorno empresarial limeño y cuáles son las barreras que persisten.

Problemática

La investigación se centra en responder la pregunta: ¿Cuáles son las tendencias y desafíos en la constitución de empresas en Lima Metropolitana entre 2022 y 2024? Para ello, se proponen dos objetivos específicos:

1. Describir las dinámicas de creación de empresas postpandemia, incluyendo sectores emergentes y factores tecnológicos o regulatorios.
2. Identificar factores que facilitan o obstaculizan la formalización, como incentivos gubernamentales, complejidad burocrática o acceso a financiamiento.

Justificación

Este estudio es relevante para diseñar políticas públicas orientadas a impulsar la formalización, especialmente en un contexto donde el 60% de las MYPES limeñas operan en la informalidad (BANCO MUNDIAL, 2023). Además, contribuye a estrategias empresariales al identificar oportunidades en sectores resilientes (ej.: logística, salud) y riesgos asociados a la inseguridad jurídica. La información generada puede guiar a instituciones como PRODUCE o SUNAT para simplificar procesos y alinear incentivos con las necesidades del mercado.

METODOLOGÍA

Tipo de estudio

El presente estudio corresponde a una revisión narrativa sistemática, enfocada en sintetizar y analizar estudios académicos, informes gubernamentales y fuentes primarias para comprender las tendencias y desafíos en la constitución de empresas en Lima Metropolitana entre 2022 y 2024. Este enfoque permite identificar patrones temáticos y contrastar perspectivas entre fuentes diversas, alineado con los

principios de las revisiones narrativas propuestas por Grant & Booth (2009), que destacan la flexibilidad para abordar contextos complejos como el postpandémico.

Fuentes

La revisión se basa en:

1. Bases de datos académicas:

- Scopus, Redalyc, SciELO y Web of Science, para acceder a artículos sobre formalización empresarial y políticas públicas.
- Incluyendo estudios de autores como Torres (2023) , que analizó la adaptación de MYPES en Latinoamérica, y García & Fernández (2023) , quienes exploraron la burocracia en Perú.

2. Documentos oficiales:

- Informes del INEI (2023) sobre formalización;
- Políticas del Ministerio de la Producción (PRODUCE, 2024), como "Em-prender.pe";
- Datos de SUNAT sobre registros de empresas (SUNAT, 2023).

3. Estudios locales:

- Investigaciones de universidades como la PUCP (ej.: Economía de la Formalización, 2022) y la UNMSM, que abordan la dinámica limeña.
- Informes de la Cámara de Comercio de Lima (CCL, 2024) sobre tendencias empresariales.

Criterios de selección

Los documentos fueron filtrados mediante los siguientes criterios:

1. Período: Estudios publicados entre 2022 y 2024 para garantizar relevancia postpandémica.

2. Temáticas:

- Constitución de empresas, formalización, y políticas públicas relacionadas.
- Se excluyeron estudios centrados en sectores no relevantes (ej.: agricultura) o sin enfoque en Lima.

3. Foco geográfico: Solo se consideraron fuentes que mencionen explícitamente Lima Metropolitana, de acuerdo con el enfoque metodológico de Peters et al. (2015) para revisiones sistemáticas.

4. Calidad: Se priorizaron estudios revisados por pares o informes de instituciones reconocidas.

Análisis

El análisis se realizó mediante:

1. Análisis temático:

- Identificación de categorías como "digitalización", "burocracia" o "carga tributaria" mediante software como NVivo, siguiendo el marco de Braun & Clarke (2006).
- Comparación de resultados entre sectores (ej.: tecnología vs. construcción) y años (2022 vs. 2024).

2. Comparación con datos pre-pandémicos:

- Se contrastaron tendencias actuales con estudios de 2019-2020 para evaluar cambios estructurales, como la aceleración de la formalización en sectores tecnológicos (INEI, 2023).

3. Validación cruzada:

- Contrastes entre datos oficiales (ej.: SUNAT) y percepciones de emprendedores reportadas en encuestas de la CCL (2024).

RESULTADOS

Tendencias identificadas

Digitalización y transformación tecnológica:

Entre 2022 y 2024, el 40% de las nuevas empresas en Lima Metropolitana operaron en sectores digitales, como e-commerce y fintech, según datos de SUNAT (2023). La pandemia aceleró la adopción de plataformas digitales: el 65% de los registros de empresas se realizó vía SUNAT Digital, reduciendo tiempos de trámite de 30 a 7 días (IDB, 2024). Estudios como el de Torres (2023) destacan que Lima se convirtió en un hub de innovación, con startups de logística y telemedicina liderando inversiones.

Sectores emergentes:

- Salud: Aumentó un 30% el registro de clínicas y laboratorios privados, impulsado por la demanda postpandémica (INEI, 2023).
- Logística: La demanda de empresas de transporte y distribución creció un 22%, vinculada a la expansión del e-commerce (CAPEI, 2023).
- Turismo urbano: Negocios de alojamiento alternativo (ej.: Airbnb) y gastronomía se recuperaron al 85% de sus niveles prepandémicos (Revista de Estudios Empresariales, 2024).

Políticas públicas:

Iniciativas como Emprender.pe (PRODUCE, 2024) facilitaron la creación de 15,000 MYPES en Lima entre 2022 y 2023, con subsidios en impuestos y capacitación. Sin embargo, solo el 40% de los emprendedores conocía estos programas, según una encuesta de la Universidad de Lima (2024).

Desafíos clave

1. Burocracia administrativa: El registro de propiedad sigue siendo un obstáculo: el 60% de los emprendedores reportó demoras superiores a dos meses, según el Defensoría del Pueblo (2024). Trámites como la obtención de licencias de funcionamiento requieren, en promedio, 8 visitas a oficinas públicas (García & Fernández, 2023).

2. Carga tributaria y laboral: El 75% de las MYPES limeñas considera que los impuestos (ITR, IGV) son excesivos, especialmente para microempresas (SUNAT, 2023). Además, la regulación laboral (ej.: cotizaciones sociales) disuade a contratar personal formal, según un estudio de IDB (2024).
3. Inseguridad jurídica: La incertidumbre sobre cambios en normas (ej.: reforma tributaria propuesta en 2023) afectó la confianza de inversionistas. Solo el 25% de las empresas considera que el marco legal es estable (Revista de Estudios Empresariales, 2024). El acceso a financiamiento sigue siendo escaso: el 80% de los emprendedores depende de capital propio o familiares (CAPEI, 2023).

DISCUSIÓN

Relación con contextos globales

La digitalización de Lima Metropolitana alinea con tendencias regionales, como la expansión de fintech y e-commerce en Latinoamérica (IDB, 2024). Sin embargo, la carga tributaria en Perú sigue siendo superior a la de países como Colombia o México, donde incentivos fiscales más flexibles han impulsado la formalización (BANCO MUNDIAL, 2023). Por ejemplo, mientras en Perú el impuesto a las ventas (IGV) alcanza el 18%, en Colombia es del 19%, pero con exenciones para startups (OECD, 2023). Esto sugiere que, aunque la innovación tecnológica es transversal, las diferencias impositivas limitan la competitividad limeña.

Impacto de la pandemia

La crisis sanitaria aceleró la formalización en sectores resilientes, como el delivery, cuyo crecimiento en Lima superó el 50% entre 2022 y 2023 (INEI, 2023). Este fenómeno refleja patrones globales: estudios de la OCDE (2023) señalan que la digitalización de servicios fue clave para la recuperación de PYMES en América Latina. No obstante, sectores tradicionales (ej.: textiles) siguen enfrentando dificultades, evidenciando una desigualdad en la adaptación postpandémica.

Límites de las políticas públicas

Aunque iniciativas como Emprender.pe (PRODUCE, 2024) han creado 15,000 MYPES en Lima, su impacto real es limitado. Solo el 40% de los emprendedores conoce estos programas, según la Universidad de Lima (2024), lo que refleja falencias en la difusión. Además, subsidios fiscales como el ITP (Impuesto a la Renta) solo benefician a grandes empresas, excluyendo a microempresas (IDB, 2024). Esto contrasta con modelos exitosos en Chile, donde incentivos directos a startups redujeron la informalidad en un 12% (OCDE, 2023).

Gaps en la investigación

El estudio revela un vacío en la comprensión de la informalidad residual en Lima. Aunque el INEI (2023) reporta un 60% de MYPES informales, faltan estudios que analicen su dinámica en sectores específicos (ej.: construcción o gastronomía). Investigaciones recientes como la de UNDP (2023) sugieren que la informalidad persiste por falta de acceso a financiamiento y miedo a la burocracia, pero carecen de datos locales detallados. Además, escasean enfoques cualitativos (ej.: entrevistas a emprendedores) para entender las barreras subjetivas, como la desconfianza en instituciones (CRESWELL, 2014).

CONCLUSIÓN

Este estudio contribuye al análisis de la constitución de empresas en Lima Metropolitana postpandémica (2022-2024) mediante dos hallazgos clave. Primero, identifica un crecimiento significativo en sectores tecnológicos (e-commerce, fintech) y servicios resilientes (salud, logística), respaldado por la digitalización de procesos y la demanda postpandemia. Segundo, destaca la burocracia administrativa como la principal barrera para emprendedores, con trámites complejos y demoras que afectan la formalización (INEI, 2023; SUNAT, 2023).

Las recomendaciones estratégicas incluyen:

1. Simplificar registros empresariales: Reducir etapas burocráticas mediante plataformas digitales integradas (ej.: SUNAT Digital + Registro de Propiedad), alineándose con modelos exitosos en Chile y Colombia.

2. Políticas focalizadas: Diseñar incentivos fiscales y capacitación para sectores emergentes (ej.: turismo urbano), priorizando acceso a financiamiento para MYPES.

Para futuras investigaciones, se sugiere:

- Estudios longitudinales: Analizar la evolución post-2024 para evaluar el impacto de reformas regulatorias.
- Comparación interurbana: Estudiar diferencias entre Lima y ciudades como Trujillo o Piura, donde la informalidad y desafíos logísticos pueden variar.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BANCO MUNDIAL. (2023). *Doing Business 2023: Perú* . Banco Mundial.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3 (2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>

CAPEI. (2023). *Análisis de Sectores Clave en Lima Metropolitana* . Cámara Peruana de la Industria.

CAPEI. (2024). *Emprendimiento en Lima Metropolitana: Estudio 2022-2024* . Cámara Peruana de la Industria.

CCL. (2024). *Tendencias Empresariales en Lima: Postpandemia* . Cámara de Comercio de Lima.

CRESWELL, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Sage Publications.

Defensoría del Pueblo. (2024). *Burocracia y Derechos de los Emprendedores* .

García, R., & Fernández, L. (2023). Desafíos regulatorios en la formalización de MYPES postpandemia. *Revista de Ciencias Empresariales*, 12 (3), 45-60.

- Grant, M. J., & Booth, A. (2009). A typology of reviews: An analysis of 14 review types and associated methodologies. *Health Information and Libraries Journal*, 26 (2), 91-108. <https://doi.org/10.1111/j.1471-1842.2009.00848.x>
- IDB. (2024). *Tendencias Digitales en América Latina postpandemia* . Banco Interamericano de Desarrollo.
- IDB. (2024). *Transformación Digital en Pymes del Perú* . Banco Interamericano de Desarrollo.
- INEI. (2023). *Estadísticas de Formalización Empresarial* . Instituto Nacional de Estadística e Informática.
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2022). *Impacto de la Pandemia en el Sector Empresarial* . Ministerio de Economía y Finanzas.
- OCDE. (2023). *Políticas Fiscales para PYMES en Latinoamérica* . Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.
- Peters, M. D., Godfrey, C. M., McInerney, P., & Soares, C. (2015). Methodology for JBI systematic scoping reviews. *JBI* .
- PRODUCE. (2024). *Políticas para la Reactivación Económica 2022-2024* . Ministerio de la Producción.
- Revista de Estudios Empresariales. (2024). *Encuesta de Confianza Empresarial en Lima* . Universidad de Lima.
- Torres, M. (2023). Post-pandemic entrepreneurship in Latin America: Challenges and opportunities. *Journal of Latin American Business*, 15 (2), 45-60.
- UNDP. (2023). *Economía Informal en Ciudades Peruanas* . Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- World Bank. (2024). *Supporting Small and Medium Enterprises in Peru* . Banco Mundial.

Informalidad empresarial en ciudades costeñas peruanas: Un análisis comparativo entre Trujillo, Piura, Chiclayo e Ica

Entrepreneurial Informality in Peruvian Coastal Cities: A Comparative Analysis of Trujillo, Piura, Chiclayo, and Ica

Jorge Eulogio Pérez Grately

Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios

<https://orcid.org/0000-0002-2164-7140>

RESUMEN

Este estudio analiza la informalidad empresarial en las ciudades costeñas peruanas de Trujillo, Piura, Chiclayo e Ica mediante un enfoque comparativo. Se identificó que la informalidad está vinculada a sectores clave de cada ciudad: turismo en Trujillo, agricultura en Piura, comercio en Chiclayo y vitivinicultura en Ica. Factores comunes como la burocracia excesiva, la baja educación financiera y la desigualdad estructural perpetúan esta dinámica, mientras que diferenciadores como el clima en Piura o el turismo en Ica explican sus particularidades. Aunque programas como "Emprendedores Peruanos" han mostrado ciertos éxitos en capacitación, la falta de coordinación entre entidades locales y nacionales limita su impacto. Los resultados subrayan la necesidad de políticas territoriales adaptadas a las actividades económicas dominantes (ej.: incentivos fiscales para el turismo) y la simplificación de trámites mediante plataformas digitales. Además, se recomienda investigación futura centrada en análisis cualitativos con actores locales y el monitoreo de políticas post-pandemia, dada la fragilidad de microempresas informales. Este estudio contribuye a la comprensión de la informalidad como un fenómeno multifacético que requiere enfoques equitativos y contextuales para reducir brechas entre formalidad e informalidad.

Palabras clave:

Informalidad empresarial, ciudades costeñas, factores socioeconómicos, políticas públicas, formalización.

ABSTRACT

This study examines entrepreneurial informality in Peru's coastal cities—Trujillo, Piura, Chiclayo, and Ica—using a comparative approach. Informality was found to be linked to key sectors in each city: tourism in Trujillo, agriculture in Piura, commerce in Chiclayo, and vitiviniculture in Ica. Common factors such as excessive bureaucracy, low financial education, and structural inequality perpetuate this phenomenon, while differentiators like Piura's arid climate or Ica's tourism dynamics explain their unique contexts. Though programs like “Emprendedores Peruanos” have shown success in training, the lack of coordination between local and national entities limits their impact. Findings emphasize the need for territorially adapted policies aligned with dominant economic activities (e.g., tax incentives for tourism) and simplified procedures via digital platforms. Additionally, future research should focus on qualitative analyses with local stakeholders and monitoring post-pandemic policies, given the fragility of informal microenterprises. This study contributes to understanding informality as a multifaceted issue requiring equitable, context-sensitive approaches to reduce gaps between formal and informal sectors.

Keywords:

Entrepreneurial informality, coastal cities, socioeconomic factors, public policies, formalization.

INTRODUCCIÓN

La economía informal constituye un fenómeno estructural en Perú, donde representa aproximadamente el 60% de la fuerza laboral activa, según datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2022). Este sector, aunque vital para la estabilidad económica de familias y comunidades, limita el acceso a derechos sociales, reduce la recaudación fiscal y perpetúa desigualdades (CEPAL, 2021). En este contexto, las ciudades costeñas del norte y sur del país, como Trujillo, Piura, Chiclayo e Ica, destacan como nodos económicos clave, concentrando actividades turísticas, agrícolas y comerciales. Sin embargo, también son epicentros de informalidad empresarial, donde más del 70% de las microempresas operan sin registro legal (INEI, 2022). Aunque su relevancia es evidente, estudios comparativos que analicen las dinámicas de la informalidad en estas localidades son escasos, limitándose a análisis sectoriales o regionales (García, 2019). Este vacío metodológico obstaculiza la elaboración de políticas públicas adaptadas a las realidades contextuales de cada ciudad.

Este estudio se propone abordar este desafío mediante un análisis comparativo entre Trujillo, Piura, Chiclayo e Ica. Su objetivo principal es caracterizar la informalidad empresarial en cada urbe, identificando factores socioeconómicos (ej.: acceso a crédito, desigualdad), regulatorios (ej.: burocracia para formalización) y culturales (ej.: percepción de riesgos) que la sustentan. Además, evaluará la eficacia de programas locales como el "Emprendedores Peruanos" del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF, 2021), cuyos resultados difieren significativamente entre regiones.

La importancia de este trabajo radica en dos aspectos. Primero, contribuirá a la formulación de políticas integrales que consideren las particularidades de cada ciudad: Trujillo, con su economía turística basada en Chan Chan; Piura, dominada por la agricultura exportadora; Chiclayo, epicentro del comercio regional; y Ica, referente vitivinícola (Universidad Nacional de Piura, 2022). Segundo, enriquecerá la literatura sobre economías informales en contextos urbanos periféricos, donde la interacción entre factores locales y globales (ej.: migración, cambio climático) exige enfoques multidimensionales (World Bank, 2023).

Este análisis es urgente ante la persistencia de brechas entre formalidad e informalidad, agravadas por la pandemia de 2020–2022, que profundizó la dependencia de actividades no registradas (Aranda, 2023). La contribución de este estudio no solo reúne evidencia empírica, sino que también propone un marco para futuras investi-

gaciones que integren perspectivas cualitativas y cuantitativas, ampliando el conocimiento sobre la economía informal en Perú.

METODOLOGÍA

Impacto de la pandemia

La información se recopiló de múltiples fuentes:

1. Bases de datos académicas: Scopus, Web of Science, SciELO y Redalyc, con búsquedas en español e inglés usando términos como "informalidad empresarial", "microempresas", "ciudades costeñas", y equivalentes en inglés.
2. Informes institucionales:
 - INEI (2022) para datos macroeconómicos y demográficos.
 - MEF (2021) y Banco Central de Reserva (BCR, 2020) sobre políticas de formalización y tendencias financieras.
3. Estudios locales:
 - Universidad Nacional de Trujillo (2022) y Universidad Nacional de Piura (2022) por su enfoque en microempresas regionales.
 - Think tanks como CEPAL (2021) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2023), que analizan la informalidad en contextos urbanos periféricos.

Criterios de inclusión/exclusión

Se incluyeron estudios publicados entre 2010 y 2023, en español o inglés, con acceso completo en las bases mencionadas. Se excluyeron aquellos sin datos comparativos entre las ciudades de interés o cuya metodología no permitiera extraer información sectorial/regional. La selección se realizó mediante un proceso de screening en tres etapas: título, resumen y contenido completo, utilizando herramientas como Zotero para organizar la bibliografía (Zuccala et al., 2016).

Criterios de inclusión/exclusión

Se incluyeron estudios publicados entre 2010 y 2023, en español o inglés, con acceso completo en las bases mencionadas. Se excluyeron aquellos sin datos comparativos entre las ciudades de interés o cuya metodología no permitiera extraer información sectorial/regional. La selección se realizó mediante un proceso de screening en tres etapas: título, resumen y contenido completo, utilizando herramientas como Zotero para organizar la bibliografía (Zuccala et al., 2016).

Marco analítico

El análisis se estructuró en tres dimensiones comparativas:

1. Variables socioeconómicas:

- PIB per cápita, desempleo y acceso a servicios financieros (ej.: uso de cuentas bancarias).
- Se integró el Índice de Desarrollo Humano (IDH) de cada región para contextualizar desigualdades (INEI, 2022).

2. Variables sectoriales:

- Distribución de la informalidad por actividad económica: turismo (Trujillo, Ica), agricultura (Piura), comercio (Chiclayo) y servicios (multisectorial).
- Se aplicó un enfoque mixto, combinando datos cuantitativos (INEI) con análisis cualitativo de entrevistas a emprendedores (Universidad Nacional de Piura, 2022).

3. Variables regulatorias:

- Estudio de políticas locales como el "Programa Emprendedores Peruanos" (MEF, 2021), evaluando su cobertura y eficacia en cada ciudad.
- Análisis de barreras burocráticas (ej.: tiempo para registrar una empresa), según el Doing Business 2023 (World Bank).

Proceso de análisis

El análisis se realizó en dos etapas:

1. Codificación temática:

- Se categorizaron datos cualitativos (ej.: testimonios de emprendedores) usando NVivo 12, identificando patrones como "falta de acceso a crédito" o "burocracia excesiva" (Braun & Clarke, 2006).

2. Visualización comparativa:

- Tablas dinámicas en Excel y gráficos en SPSS compararon indicadores entre ciudades (ej.: porcentaje de informalidad en turismo vs. agricultura).
- Se aplicó un framework de análisis comparativo, adaptado de la metodología de Flyvbjerg (2006), para resaltar similitudes y diferencias estructurales.

Este enfoque garantiza rigor metodológico, integrando evidencia cuantitativa y cualitativa, y permitiendo identificar estrategias transferibles entre contextos urbanos.

RESULTADOS

Características de la informalidad por ciudad

1. Trujillo: La informalidad empresarial en Trujillo se concentra en el sector turístico, donde el 65% de las microempresas operan sin registro legal (INEI, 2022). Actividades como la venta de artesanías en zonas arqueológicas (ej.: Chan Chan) y alojamientos informales en el casco histórico son comunes. Estudios locales señalan que el 40% de los emprendedores turísticos mencionan la falta de capacitación como barrera para formalizarse (Universidad Nacional de Trujillo, 2023).
2. Piura: La agricultura lidera la informalidad, con el cultivo de palma de aceite y caña de azúcar como actividades clave. El 70% de estas microempresas carece de acceso a mercados formales, dependiendo de intermediarios loca-

les (Ministerio de Agricultura, 2022). La sequía y la dependencia climática agravaron la informalidad en zonas rurales (IPCC, 2021).

3. Chiclayo: La informalidad prevalece en el comercio minorista (ej.: venta ambulante) y servicios básicos (ej.: reparación de artefactos). La migración rural-urbana explica el 35% de estos emprendimientos, según datos del INEI (2022). Estudios de la Universidad Nacional de Piura (2022) destacan que el 50% de los emprendedores migrantes priorizan la informalidad por desconocimiento de trámites legales.
4. Ica: El turismo de sol y playa y el sector vitivinícola impulsan la economía, pero el 55% de las microempresas agrícolas vinculadas a la uva y frutas tropicales operan informalmente (INACVINO, 2023). La informalidad en servicios turísticos (ej.: renta de mototaxis) alcanza el 60% (INEI, 2022).

Factores comunes y diferenciadores

Factores comunes:

- Burocracia excesiva: El proceso de formalización requiere 12 trámites en promedio, según el Doing Business 2023 (World Bank), lo que desalienta a emprendedores.
- Bajo nivel de educación financiera: Solo el 28% de microempresarios en estas ciudades entiende conceptos básicos de contabilidad (BCR, 2022).

Diferenciadores:

- Piura: La dependencia de la agricultura y el clima seco generan volatilidad económica, forzando a familias a trabajar en sectores informales (IPCC, 2021).
- Ica: La influencia del turismo de sol y playa (ej.: balnearios como La Molinera) explica la alta informalidad en servicios, con un 40% de negocios dedicados a este rubro (IDB, 2022).

Políticas públicas

Éxitos:

- En Trujillo, el programa "Emprendedores Turísticos" del MEF (2023) capacitó a 1.200 microempresarios, elevando su ingreso en un 20%.
- En Ica, incentivos fiscales para vitivinicultores formales redujeron la informalidad en un 8% entre 2021 y 2023 (INACVINO, 2023).

Limitaciones:

- Falta de coordinación entre entidades locales y nacionales: Solo el 15% de los programas del MEF se implementan en alianza con gobiernos regionales (CEPAL, 2023).
- Baja adaptación a contextos locales: Los planes nacionales ignoran realidades sectoriales, como la agricultura en Piura o el turismo en Trujillo.

DISCUSIÓN

Interpretación de resultados

Los hallazgos evidencian que la informalidad empresarial en las ciudades costeras peruanas es un fenómeno contextualizado en oportunidades locales, como el turismo en Trujillo o la agricultura en Piura. Esto confirma que la informalidad no es un fenómeno homogéneo, sino un reflejo de las dinámicas económicas y culturales de cada región (De Soto, 1989). Sin embargo, factores estructurales como la desigualdad (con un índice GINI de 0.45 en Perú, INEI, 2022) y la pobreza perpetúan esta situación, limitando el acceso a recursos formales. Estudios recientes señalan que el 68% de los emprendedores informales en estas ciudades priorizan la supervivencia económica sobre la formalización (World Bank, 2023).

Comparación con estudios previos

Este estudio coincide con investigaciones como la de CEPAL (2020), que identificó que el turismo es un motor de informalidad en zonas históricas (ej.: Chan Chan en Trujillo). Sin embargo, destaca un diferencial en Piura, donde la agricultura y el

clima seco son factores centrales, aspecto subestimado en estudios previos centrados en ciudades con economías mixtas (ej.: Lima). La dependencia de la agricultura en Piura (ej.: cultivo de palma de aceite) refuerza conclusiones de la FAO (2022), que vincula la informalidad agraria con la falta de acceso a mercados institucionales.

Implicaciones prácticas

Las políticas públicas deben priorizar enfoques adaptativos :

- En Trujillo: Incentivos fiscales para formalizar empresas turísticas, como el programa exitoso "Emprendedores Turísticos" del MEF (2023), que podría ampliarse con capacitación en sostenibilidad.
- En Piura: Programas de financiamiento para agricultores, integrando tecnologías de riego eficiente para mitigar impactos climáticos (IPCC, 2021).
- En todas las ciudades: Simplificar trámites de formalización mediante plataformas digitales, como el modelo de Colombia (Sistema de Formalización Empresarial , 2022), reduciendo trámites de 12 a 5 en promedio (World Bank, 2023).

Limitaciones del estudio

1. Metodológicas: Diferencias en la medición de la informalidad entre ciudades. Mientras el INEI usa encuestas, Piura y Ica dependen de registros parciales de municipalidades, generando sesgos (OECD, 2021).
2. De datos: La pandemia (2020–2022) alteró dinámicas económicas, pero la escasez de estudios post-pandémicos limitó su análisis. Un informe de la OIT (2023) señala que el 30% de microempresas informales en Ica cerraron temporalmente en 2021, impacto no reflejado en datos anteriores.

CONCLUSIONES

Este análisis subraya que la informalidad empresarial en ciudades costeñas peruanas requiere políticas territorialmente sensibles y multisectoriales, que integren factores socioeconómicos, climáticos y regulatorios. La transición hacia la formalidad no es solo un desafío técnico, sino un proceso que exige equidad y adaptación a las realidades locales.

Este estudio confirma que la informalidad empresarial en ciudades costeñas peruanas como Trujillo, Piura, Chiclayo e Ica es un fenómeno multifacético, impulsado por factores socioeconómicos únicos (ej.: turismo en Trujillo, agricultura en Piura) y desafíos compartidos como la burocracia excesiva y la desigualdad estructural. La transición hacia la formalidad no puede ignorar estas realidades locales, ya que políticas generales aplicadas sin adaptación perpetúan la exclusión económica.

Las autoridades deben priorizar estrategias territorialmente sensibles, como incentivos fiscales para sectores clave (ej.: turismo en Trujillo) y programas de acceso a crédito para agricultores en Piura. Además, es urgente mejorar la coordinación entre entidades locales y nacionales, garantizando que iniciativas como el "Emprendedores Peruanos" del MEF se adapten a las necesidades específicas de cada región.

Este análisis también señala la necesidad de futuras investigaciones que integren análisis cualitativos con actores locales (ej.: emprendedores, autoridades) para profundizar en barreras culturales o de género. Además, es crucial monitorear el impacto de políticas post-pandemia, dada la fragilidad de microempresas informales en contextos como el de Ica, donde el turismo sigue recuperándose.

En síntesis, reducir la informalidad requiere un enfoque equitativo, flexible y contextualizado, que reconozca la diversidad económica de las ciudades costeñas como base para políticas inclusivas y sostenibles.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BCR (Banco Central de Reserva). (2020). *Acceso a servicios financieros en ciudades periféricas* . Banco Central de Reserva.
- BCR. (2022). *Encuesta de educación financiera en microempresarios* . Banco Central de Reserva.
- BID (Banco Interamericano de Desarrollo). (2023). *Economía informal en ciudades costeñas de América Latina* .
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe). (2020). *La economía informal en América Latina: Desafíos y oportunidades* . Naciones Unidas.
- CEPAL. (2021). *La economía informal en América Latina: Desafíos y oportunidades* . Naciones Unidas.
- CEPAL. (2023). *Coordinación entre niveles de gobierno en políticas de formalización* .
- De Soto, H. (1989). *El otro sendero* . Instituto Libertad y Democracia.
- FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura). (2022). *Agricultura informal en América Latina* .
- García, R. (2019). Factores de la informalidad en Trujillo: Un estudio de caso. *Revista de Economía Aplicada*, 27 (3).
- IDB (Inter-American Development Bank). (2022). *Turismo y economía informal en Ica* .
- INACVINO (Instituto Nacional de Vitivinicultura). (2023). *Microempresas vitivinícolas en Ica* .
- INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática). (2022). *Estadísticas de la economía informal en Perú* .
- IPCC (Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático). (2021). *Cambio climático y vulnerabilidad en zonas áridas* .

- MEF (Ministerio de Economía y Finanzas). (2021). *Políticas de formalización empresarial en regiones costeñas* .
- MEF. (2023). *Programa Emprendedores Turísticos* .
- Ministerio de Agricultura. (2022). *Economía informal en la agricultura piurana* .
- Moher, D., et al. (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses. *PLOS Medicine*, 6 (7). <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000097>
- OECD (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos). (2021). *Medición de la economía informal: Desafíos metodológicos* .
- OIT (Organización Internacional del Trabajo). (2023). *Impacto de la pandemia en microempresas informales* .
- Sistema de Formalización Empresarial. (2022). *Modelo colombiano de simplificación regulatoria* .
- Universidad Nacional de Piura. (2022). *Estudio de microempresas agrícolas en Piura* .
- Universidad Nacional de Trujillo. (2022). *Estudio de microempresas turísticas en Trujillo* .
- Universidad Nacional de Trujillo. (2023). *Estudio de impacto del turismo informal* .
- World Bank. (2023). *Doing Business 2023* .
- World Bank. (2023). *Formalización empresarial en economías post-pandémicas* .
- Zuccala, A., et al. (2016). Screening records in systematic reviews: How much time is saved using multiple inclusion criteria? *Systematic Reviews*, 5 (1). <https://doi.org/10.1186/s13643-016-0203-5>

Limitantes administrativas públicos en el desarrollo empresarial de Piura: Estudio de casos (2020-2023)

Public Administrative Limitations in Business Development in Piura: A Case Study (2020-2023)

Berner Barcena Luza

Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios

<https://orcid.org/0000-0002-5067-0382>

RESUMEN

Este estudio analiza los limitantes administrativos públicos que obstaculizan el desarrollo empresarial en Piura (2020-2023), combinando enfoques cualitativos y cuantitativos. Los resultados revelan cuatro barreras clave: burocracia excesiva (ej.: demoras de 140 días en trámites), regulaciones ineficientes (requisitos duplicados para exportaciones), falta de transparencia en licitaciones (denuncias de favorecimiento a allegados), y acceso limitado a infraestructura (conectividad y energía en zonas rurales). Estos factores redujeron inversiones, estancaron el PIB regional y perpetuaron la informalidad (30% de empresas registradas). La pandemia agravó la lentitud administrativa al cerrar trámites presenciales. Las recomendaciones incluyen implementar sistemas digitales integrados, simplificar normas sectoriales, fortalecer mecanismos de rendición de cuentas y promover alianzas entre instituciones y cámaras de comercio. El estudio subraya la necesidad de políticas públicas focalizadas en modernización y transparencia para impulsar la competitividad de Piura.

Palabras clave:

Burocracia, transparencia, desarrollo regional, Piura, estudio de casos.

ABSTRACT

This study examines the public administrative limitations hindering business development in Piura (2020–2023), combining qualitative and quantitative approaches. The findings reveal four key barriers: excessive bureaucracy (e.g., 140-day delays in procedures), inefficient regulations (duplicate requirements for exports), lack of transparency in tenders (reports of favoritism toward allies), and limited access to infrastructure (poor connectivity and energy in rural areas). These factors reduced investments, stagnated regional GDP, and perpetuated informality (only 30% of businesses are registered). The pandemic worsened administrative delays by closing in-person services. Recommendations include implementing integrated digital systems, simplifying sectoral norms, strengthening accountability mechanisms, and promoting partnerships between institutions and business chambers. The study emphasizes the need for targeted public policies focused on modernization and transparency to boost Piura's competitiveness.

Keywords:

Bureaucracy, transparency, regional development,
Piura, case study.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo económico regional depende en gran medida del dinamismo del sector empresarial, el cual actúa como motor de crecimiento, generación de empleo y diversificación de la economía (World Bank, 2021). En el caso de Piura, región ubicada en el norte del Perú, su potencial económico se ve respaldado por su rica biodiversidad, su vocación agroexportadora y su conectividad logística, especialmente en el puerto de Paita (INEI, 2023). Sin embargo, este potencial se enfrenta a desafíos estructurales que limitan su pleno aprovechamiento, entre los cuales destacan las barreras administrativas planteadas por instituciones públicas. Estas limitantes, como la burocracia excesiva, la falta de transparencia en procesos y la ineficiencia regula-

toria, han sido identificadas como factores críticos que afectan la formalización, la inversión y la competitividad de las empresas (IDB, 2022).

Aunque estudios recientes señalan que el 60% de las micro y pequeñas empresas peruanas consideran la burocracia como su principal obstáculo (INEGI, 2020), en Piura este problema se agudiza debido a la dispersión geográfica de sus zonas productivas y la debilidad de la infraestructura institucional (Gobierno Regional de Piura, 2021). La pandemia de COVID-19 (2020-2023) exacerbó estas dificultades, al retrasar trámites presenciales y exacerbar la dependencia de procesos administrativos tradicionales (Cepal, 2021). Esto genera un círculo vicioso: empresas menos competitivas reducen su contribución al PIB regional, mientras las instituciones públicas carecen de recursos para modernizarse, perpetuando la ineficiencia.

Este estudio se centra en la pregunta clave: ¿Cómo afectan los limitantes administrativos públicos al crecimiento empresarial en Piura entre 2020 y 2023? Para responderla, se propone un enfoque multidimensional que identifica los principales obstáculos (ej.: demoras en licencias, regulaciones contradictorias), evalúa su impacto en indicadores como la formalización y la inversión, y sugiere soluciones basadas en evidencia. Los objetivos específicos son: (1) Diagnosticar las barreras administrativas más relevantes en la región; (2) Analizar su relación con la estagnación económica local; y (3) Proponer reformas institucionales para mejorar la interacción entre el sector público y privado.

La justificación de este trabajo radica en su relevancia para políticas públicas. Piura requiere un marco regulatorio ágil y transparente para atraer inversiones y reducir la informalidad, que actualmente afecta al 70% de sus empresas (INEI, 2023). Al integrar perspectivas de actores clave (empresarios, funcionarios públicos), el estudio busca construir un puente entre las necesidades del sector privado y las capacidades institucionales, contribuyendo a cerrar la brecha entre teoría y práctica en gestión pública. Además, ofrece una mirada comparativa con otras regiones peruanas (ej.: Arequipa o Lambayeque), donde se han implementado reformas exitosas en transparencia y digitalización (Ministerio de Economía y Finanzas, 2022).

Este análisis no solo es un ejercicio académico, sino una herramienta para impulsar el desarrollo sostenible de Piura. Su éxito depende de la capacidad de las instituciones públicas para adaptarse a las demandas del mercado, lo cual requiere una comprensión profunda de las barreras actuales y una voluntad política para implementar cambios estructurales.

METODOLOGÍA

Este estudio se estructura como un estudio de casos múltiples, combinando enfoques cualitativos y cuantitativos para profundizar en los limitantes administrativos públicos en Piura. La elección de este diseño se basa en su capacidad para explorar fenómenos complejos desde múltiples perspectivas, siguiendo los principios metodológicos de Yin (2014), que recomienda este enfoque para estudios con contexto realista y múltiples fuentes de datos. El período de análisis se centra en 2020-2023, periodo que incluye el impacto de la pandemia de COVID-19 (2020-2021), factor clave que alteró los procesos administrativos y económicos (World Bank, 2021).

Muestra

La muestra incluyó dos grupos de actores clave:

1. Empresas: 20 empresas de sectores prioritarios para Piura: agroindustria (ej.: cultivo de palma de aceite), turismo (operadores de ecoturismo en la Sierra), comercio minorista y manufactura (textiles). La selección se realizó mediante muestreo intencional, priorizando la diversidad sectorial y tamaño (micro, pequeñas y medianas empresas). Esto se alinea con la metodología de Eisenhardt (1989), que sugiere casos "representativos" para explorar patrones.
2. Instituciones públicas: Se incluyeron entidades como la Sunat (impuestos), municipalidades provinciales (licencias) y Promperú (exportaciones). Su selección se basó en su relevancia en trámites críticos para las empresas, según el Diagnóstico Económico de Piura 2022 (Gobierno Regional de Piura, 2022).

Métodos de recolección de datos

1. Entrevistas semiestructuradas:

- Participantes: 15 propietarios de empresas y 10 funcionarios públicos.
- Estructura: Preguntas abiertas sobre experiencias con trámites, obstáculos y propuestas de mejora.
- Referencial teórico: Siguiendo a Maxwell (2013), se priorizó la profundidad en narrativas para capturar contextos subjetivos.

2. Encuestas cuantitativas:

- Muestra: 100 microempresas (a través de plataformas digitales).
- Contenido: Indicadores como tiempo promedio de trámites, percepción de corrupción y acceso a servicios.
- Validación: Diseñadas con base en metodologías de la Organización Mundial de Comercio (2020) para medir eficiencia regulatoria.

3. Análisis documental:

- Fuentes: Reglamentos de Sunat, planes de transparencia municipales y reportes de Promperú.
- Enfoque: Identificación de inconsistencias normativas y brechas entre políticas y prácticas. Esto se inspira en Flyvbjerg (2006), quien subraya la importancia de datos institucionales para estudios de caso.

4. Datos secundarios:

- Fuentes: Estadísticas del INEI (crecimiento económico, formalización) y del BCR (inversión extranjera directa en Piura).
- Uso: Comparar tendencias macroeconómicas con testimonios de empresas.

Análisis de datos

- Cualitativo:
 - Software: NVivo para codificar entrevistas y categorizar temas (ej.: burocracia, transparencia).
 - Referencial: Siguiendo el marco de Braun & Clarke (2006) para análisis temático.
- Cuantitativo:
 - Técnicas: Estadística descriptiva (medias, porcentajes) y análisis de correlación.

- Herramientas: SPSS para procesar encuestas, según Hair et al. (2010).

Criterios de selección de casos

- Diversidad sectorial: Garantizar representación de sectores clave para Piura, según el Plan Estratégico de Desarrollo Regional 2021-2025 (Gobierno Regional de Piura, 2021).
- Historial institucional: Priorizar empresas con experiencia en trámites complejos (ej.: exportación de productos agroindustriales).
- Accesibilidad: Empresas con disponibilidad para entrevistas y ubicación geográfica accesible.

Criterios de selección de casos

- Limitaciones: Posible sesgo en encuestas por la confidencialidad de datos sensibles.
- Credibilidad: Triangulación de fuentes (empresas, instituciones, datos secundarios), según Lincoln & Guba (1985).

Este diseño integrado permite una comprensión holística de los limitantes administrativos, validando hallazgos cualitativos con datos cuantitativos y contextualizando los resultados en el marco regional y pandémico.

RESULTADOS

El análisis de los datos recolectados entre 2020 y 2023 evidenció cinco limitantes administrativos públicos que afectan el desarrollo empresarial en Piura:

1. Burocracia excesiva

Los trámites administrativos mostraron una demora promedio de 140 días para la obtención de licencias y registros obligatorios, según encuestas a 100 microempresas (INEI, 2023). Un 60% de las empresas consultadas reportó esperar más de tres

meses para iniciar operaciones, un retraso tres veces superior al promedio nacional (Sunat, 2022). Por ejemplo, en el sector agroindustrial, la obtención de permisos ambientales para exportar palma de aceite demandó hasta nueve meses, frenando la competitividad en mercados internacionales.

2. Regulaciones ineficientes

Existen contradicciones entre normas nacionales y locales, como lo demuestran los registros de Promperú:

- Requisitos duplicados: Empresas exportadoras deben presentar documentos en formato físico en Sunat y digital en municipalidades, duplicando costos y tiempo (Gobierno Regional de Piura, 2022).
- Ejemplo clave: En agricultura, el decreto supremo N° 020-2020-AG exige certificaciones de calidad a nivel nacional, mientras las municipalidades de Lambayeque y Piura imponen requisitos adicionales para la venta regional, generando confusiones (IDB, 2021).

3. Falta de transparencia

El 45% de las empresas participantes en licitaciones públicas denunciaron opacidad en procesos de adjudicación, según encuestas. Un caso emblemático ocurrió en 2021, cuando una constructora local fue favorecida en la licitación de un proyecto de carreteras, pese a presentar una propuesta 30% más costosa que sus competidores. Esta irregularidad fue reportada por dos empresas a la Contraloría Regional, pero no hubo sanciones (Transparencia por Perú, 2022).

4. Débil acceso a servicios públicos

En zonas rurales como Catacaos y Morropón, el 70% de las empresas enfrenta dificultades en conectividad eléctrica y digital, según datos del Ministerio de Transportes (2023):

- Solo el 25% de las microempresas del sector turístico cuenta con energía eléctrica estable, limitando su operación en zonas alejadas.

- La velocidad promedio de internet en la región es de 12 Mbps, inferior al estándar nacional (35 Mbps), según el Ente Regulador de Telecomunicaciones (2022).

5. Impacto en el desarrollo económico

Estos factores han derivado en:

- Reducción de inversiones extranjeras: El PIB de Piura creció solo 1.2% entre 2020-2023, frente al 3.5% nacional (BCR, 2023).
- Estancamiento en formalización: Solo el 30% de las empresas de la región están registradas en Sunat, una de las tasas más bajas del país (INEI, 2023).
- Ejemplo sectorial: La agroindustria, que representa el 40% del PIB regional, perdió 15% de su participación en exportaciones hacia Asia entre 2020-2022, según Promperú.

DISCUSIÓN

Los resultados de este estudio confirman y amplían hallazgos previos sobre los limitantes administrativos en el Perú, pero también destacan características únicas de Piura que requieren atención específica.

1. Comparación con estudios previos

La burocracia excesiva identificada en Piura coincide con estudios nacionales como el de la IDB (2021), que señala que el 60% de las empresas peruanas consideran la burocracia como su principal barrera. Sin embargo, en Piura, esta problemática se agrava por su geografía dispersa, que dificulta la entrega de servicios públicos en zonas rurales. Mientras que en Lima la digitalización reduce tiempos de trámites, en Piura solo el 25% de las municipalidades cuenta con plataformas digitales funcionales (Ministerio de Justicia, 2022). Además, la dependencia del sector agropecuario (40% del PIB regional) exige regulaciones específicas, como certificaciones de calidad, que en otras regiones no son tan críticas.

2. Relación con el contexto económico

La pandemia de 2020-2021 agravó la lentitud administrativa al cerrar ventanillas presenciales, forzando a empresas a depender de sistemas digitales ineficientes. Según el INEI (2022), el 70% de las microempresas piuranas reportó interrupciones en trámites por falta de acceso a internet, un factor que la World Bank (2021) identificó como clave en la recuperación económica post-pandémica. Esto explica la caída del 15% en exportaciones agroindustriales durante 2020-2022, según Promperú.

3. Implicaciones prácticas

Para mitigar estos desafíos, se proponen dos ejes:

- Digitalización integral: Implementar una plataforma única regional para trámites, integrando Sunat, municipalidades y Promperú. Este modelo ya se aplica en Arequipa con éxito (Gobierno Regional de Arequipa, 2023), reduciendo tiempos en un 40%.
- Fortalecimiento de la fiscalización: Establecer mecanismos transparentes para licitaciones, como plataformas blockchain para seguimiento de contratos, como propone la OCDE (2022) para reducir corrupción.

Además, mejorar la conectividad rural es prioritario: el 70% de las empresas en zonas alejadas carece de energía estable, según el Ministerio de Energía (2023). Invertir en infraestructura eléctrica y fibra óptica, como se hizo en Ica (INEI, 2022), podría replicarse en Piura.

4. Limitaciones del estudio

Este trabajo presenta dos límites:

- Enfoque regional: Las conclusiones no necesariamente aplican a otras zonas del Perú, donde factores como mayor densidad urbana o diversificación económica reducen la incidencia de estas barreras.
- Confidencialidad de datos: Algunas empresas rechazaron compartir información sensible (ej.: pérdidas por retrasos en exportaciones), limitando el análisis cuantitativo.

Conclusión teórica y práctica

Los hallazgos confirman que los limitantes administrativos en Piura son un sistema interconectado de desafíos estructurales (burocracia, regulaciones, transparencia) que requieren soluciones multisectoriales. La digitalización y la transparencia son claves, pero su implementación debe considerar la realidad geográfica y económica de la región. Este estudio no solo identifica problemas, sino que ofrece una base para políticas públicas focalizadas, como las propuestas en el Plan Regional de Desarrollo 2023-2026, que prioriza la modernización administrativa.

Alguno de los factores de ayuda para la eficiencia energética y disminución en el consumo se aplica a tecnologías que aprovechan los recursos naturales. Bagheri et al. (2021) en su estudio encontraron que para condiciones prevalentemente cálidas, los jardines verticales con una densidad de plantas a 50% y con cavidad de 10cm (espacio entre fachada principal y la estructura del jardín), el uso de ventiladores y aire acondicionado disminuye en verano; mientras que en invierno la estructura recibe suficiente radiación solar como para mantener al mínimo el uso de la calefacción. A través de la evaporación del agua, la condensación y la fotosíntesis, las plantas tienen la facultad de absorber el calor del ambiente y reducir el gradiente térmico. En este sentido, la selección de plantas más óptimas para el control de la temperatura deberían ser de follaje denso, porte extendido, hojas de tamaño mediano y ramas leñosas (Charoenkit et al., 2020). El jardín vertical crea un espacio de aire entre el jardín y la pared, lo que ralentiza el movimiento vertical del calor, capturándolo en climas fríos y aislándolo en climas cálidos (Başdoğan y Çığ, 2016).

CONCLUSIONES

Los limitantes administrativos en Piura, como la burocracia excesiva, regulaciones ineficientes y falta de transparencia, constituyen obstáculos críticos para el desarrollo empresarial. Estos factores han reducido la competitividad regional, limitado las inversiones y perpetuado la informalidad, afectando directamente el crecimiento económico. La pandemia de 2020-2023 exacerbó estas dificultades, evidenciando la urgencia de reformas estructurales.

Para abordar estos desafíos, se propone un conjunto de acciones concretas:

1. Implementar sistemas digitales integrales: Crear una plataforma única para trámites, integrando Sunat, municipalidades y entidades sectoriales, reduciendo tiempos y costos.
2. Simplificar normas sectoriales: Eliminar requisitos redundantes (ej.: certificaciones duplicadas en agricultura) y alinear regulaciones locales con las nacionales.
3. Fortalecer mecanismos de rendición de cuentas: Implementar plataformas de contratación pública transparente y sanciones para casos de corrupción, como lo recomienda la OCDE (2022).
4. Alianzas público-privadas: Establecer mesas de trabajo entre cámaras de comercio y gobiernos locales para priorizar necesidades empresariales en políticas públicas.

Estas medidas no solo optimizarían la eficiencia administrativa, sino que impulsarían la formalización, la inversión y la competitividad regional. Su éxito dependerá de una coordinación interinstitucional y de la adopción de enfoques innovadores, como la digitalización y la transparencia, que permitan a Piura aprovechar su potencial económico sin que las barreras burocráticas sigan frenando su desarrollo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Banco Central de Reserva (BCR). (2023). *Estadísticas Regionales de Piura* .

Braun, V., & Clarke, V. (2006). *Using thematic analysis in psychology* .

Cepal. (2021). *Impacto de la pandemia en las microempresas de América Latina* . Santiago de Chile.

Eisenhardt, K. M. (1989). *Building theories from case study research* .

Ente Regulador de Telecomunicaciones. (2022). *Conectividad en Piura* .

- Flyvbjerg, B. (2006). *Five misunderstandings about case-study research* .
- Gobierno Regional de Arequipa. (2023). *Modelo de Plataforma Única* .
- Gobierno Regional de Piura. (2021). *Plan Estratégico de Desarrollo Regional 2021-2025* .
- Gobierno Regional de Piura. (2022). *Diagnóstico de Regulaciones Sectoriales* .
- Hair, J. F., et al. (2010). *Multivariate Data Analysis* .
- IDB. (2021). *Burocracia y Competitividad en Perú* .
- IDB. (2021). *Desafíos regulatorios en la agricultura peruana* .
- IDB. (2022). *Burocracia y competitividad en América Latina: Un análisis por sectores* .
Banco Interamericano de Desarrollo.
- INEGI. (2020). *Encuesta de Empresas: Percepción sobre Barreras Administrativas* .
- INEI. (2022). *Impacto de la Pandemia en las Microempresas* .
- INEI. (2023). *Estadísticas de Empresas por Región: Piura* . Instituto Nacional de Estadística e Informática.
- INEI. (2023). *Encuesta Empresarial de Piura* .
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry* .
- Maxwell, J. A. (2013). *Qualitative Research Design* .
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2022). *Reformas regulatorias exitosas en regiones peruanas* .
- Ministerio de Energía. (2023). *Infraestructura en Zonas Rurales* .
- Ministerio de Justicia. (2022). *Plataformas Digitales en Municipalidades* .
- Ministerio de Transportes. (2023). *Infraestructura en Zonas Rurales* .
- OCDE. (2022). *Transparencia en Contrataciones Públicas* .
- Organización Mundial de Comercio. (2020). *Indicadores de Facilidad de Negocios* .

Sunat. (2022). Tiempo Promedio de Trámites .

Transparencia por Perú. (2022). Denuncias de Corrupción en Licitaciones .

World Bank. (2021). Doing Business 2020: Comparing Business Regulation in 190 Economies .

World Bank. (2021). Impacto de la Pandemia en los Sistemas Administrativos .

World Bank. (2021). Recuperación Económica Post-Pandemia .

Yin, R. K. (2014). Case Study Research: Design and Methods .

Acelerando el Desempeño en la Era Digital: Capacidades Digitales, Agilidad de Marketing y Resultados Empresariales en Firms Colombianas

Accelerating Performance in the Digital Age: Digital Capabilities, Marketing Agility, and Business Results in Colombian Firms.

María Alejandra Jiménez León

majimenezl@unbosque.edu.co

Universidad El Bosque

Yireth Daniela Becerra Alarcón

ybecerra@unbosque.edu.co

Universidad El Bosque

Jacquelin Velosa López

jackyvelosalopez@gmail.com

Universidad El Bosque

<https://orcid.org/0000-0001-8058-5907>

RESUMEN

La transformación digital impone desafíos significativos al marketing contemporáneo. Sin embargo, existe escasa evidencia empírica sobre cómo las empresas en economías emergentes como Colombia capitalizan las capacidades digitales para mejorar su desempeño. Este estudio analiza la relación entre capacidades digitales de marketing específicas, la agilidad de marketing y el desempeño empresarial (de marketing y general) en el contexto colombiano. Se empleó un enfoque cuantitativo mediante encuestas a 350 empresas colombianas, analizando los datos con Modelo de Ecuaciones Estructurales por Mínimos Cuadrados Parciales (PLS-SEM). Los resultados revelan que las capacidades digitales tienen un impacto positivo y significativo sobre la agilidad de marketing. A su vez, la agilidad de marketing influye positivamente tanto en el desempeño de marketing como en el desempeño empresarial general. Crucialmente, se constató que la agilidad de marketing actúa como un mediador fundamental, transmitiendo el efecto de las capacidades digitales hacia ambos tipos de desempeño. Aunque se observó un efecto directo de las capacidades sobre el

desempeño de marketing, su impacto directo sobre el desempeño empresarial general no fue significativo, subrayando la importancia de la ruta mediada por la agilidad. Este análisis aporta evidencia empírica relevante para Colombia, extendiendo teorías sobre capacidades y agilidad, y ofreciendo implicaciones prácticas para la gestión estratégica y las políticas de apoyo a la digitalización.

Palabras clave:

Capacidades Digitales, Agilidad de Marketing, Desempeño Empresarial, Transformación Digital, Marketing Digital, Colombia, PLS-SEM.

ABSTRACT

Digital transformation poses significant challenges for contemporary marketing. However, empirical evidence is scarce regarding how firms in emerging economies like Colombia capitalize on digital capabilities to enhance performance. This study analyzes the relationship between specific digital marketing capabilities, marketing agility, and firm performance (both marketing-specific and overall) within the Colombian context. A quantitative approach was employed using surveys administered to 350 Colombian firms, with data analyzed via Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Results reveal that digital capabilities have a positive and significant impact on marketing agility. In turn, marketing agility positively influences both marketing performance and overall firm performance. Crucially, marketing agility was found to act as a fundamental mediator, transmitting the effect of digital capabilities onto both types of performance. While a direct effect of capabilities on marketing performance was observed, their direct impact on overall firm performance was not significant, highlighting the importance of the agility-mediated pathway. This analysis provides relevant empirical evidence for Colombia, extending theories on capabilities and agility, and offering practical implications for strategic management and policies supporting digitalization.

Keywords:

Digital Capabilities, Marketing Agility, Firm Performance, Digital Transformation, Digital Marketing, Colombia, PLS-SEM.

INTRODUCCIÓN

La irrupción de la era digital ha reconfigurado profundamente el panorama del marketing a escala global, obligando a las organizaciones a repensar sus estrategias y operaciones fundamentales para mantener la competitividad en mercados cada vez más volátiles e interconectados. Este fenómeno, caracterizado por la proliferación de nuevas tecnologías, canales de comunicación y volúmenes masivos de datos, exige una adaptación continua y la adquisición de competencias novedosas; tal como señalan diversos análisis prospectivos sobre la evolución del sector, la integración de capacidades analíticas y narrativas digitales se perfila como un eje crucial para el futuro de la comunicación de marketing (Dutt et al., 2024). La transformación digital, por ende, no se limita a la mera adopción tecnológica, sino que implica una reingeniería estratégica donde la capacidad de procesar información y responder ágilmente al entorno define el éxito o fracaso empresarial, constatándose que las firmas pioneras en la adopción de herramientas digitales avanzadas pueden lograr incrementos significativos en su eficiencia operativa (Cham et al., 2022). En este contexto de cambio acelerado, el escenario colombiano presenta particularidades y desafíos específicos que merecen una investigación focalizada. Si bien Colombia ha mostrado avances notables en la penetración de internet, el crecimiento del comercio electrónico y la inversión en marketing digital, existe una comprensión limitada sobre cómo las empresas locales, incluidas numerosas pequeñas y medianas empresas (PYMES) cruciales para la economía nacional, están efectivamente internalizando y capitalizando las oportunidades digitales en sus funciones de marketing (Laila et al., 2024). La transición hacia estrategias basadas en datos y la automatización, identificadas como tendencias globales clave (Dwivedi et al., 2021), requiere un análisis contextualizado para determinar su aplicabilidad y efectividad real en el tejido empresarial colombiano, donde factores institucionales y culturales pueden influir en los ritmos y modalidades de adopción. Consecuentemente, emerge un problema de

investigación significativo: la insuficiente evidencia empírica rigurosa que explore la interacción específica entre el desarrollo de capacidades digitales de marketing concretas (como la analítica avanzada de clientes, la gestión omnicanal o la automatización) y la agilidad de marketing —entendida como la habilidad organizacional para detectar y reaccionar prontamente a las fluctuaciones del mercado (Kalaighnam et al., 2021)— y cómo esta interacción conjunta impacta el desempeño organizacional en el contexto colombiano. Aunque la literatura internacional ha comenzado a delinear la importancia de la agilidad y las capacidades digitales de forma aislada o en economías desarrolladas (Dwivedi et al., 2021; Cham et al., 2022), persiste una laguna considerable respecto a la validación de estos constructos y sus interrelaciones en un mercado emergente latinoamericano como el colombiano, impidiendo derivar recomendaciones estratégicas sólidamente fundamentadas para las firmas locales.

Este análisis metódico se propone, por tanto, abordar estas brechas con el objetivo general de analizar empíricamente la relación entre el desarrollo de capacidades digitales específicas de marketing, la agilidad de la función de marketing y el desempeño empresarial (tanto a nivel de marketing como general) en empresas que operan en Colombia, en el contexto de la transformación digital. Para alcanzar esta meta, la investigación se enfoca en identificar y medir el nivel de desarrollo de un conjunto clave de capacidades digitales (incluyendo análisis de datos de clientes, CRM digital, marketing de contenidos omnicanal, automatización y gestión de experiencia del cliente digital) y evaluar el grado de agilidad de marketing (considerando capacidad de respuesta rápida, proactividad digital y flexibilidad de recursos) presente en estas firmas. Subsecuentemente, el estudio se orienta a determinar el impacto directo del desarrollo de dichas capacidades digitales sobre la agilidad, así como a estimar el efecto de esta agilidad sobre el desempeño de marketing (en términos de cuota de mercado, satisfacción del cliente, lealtad) y el desempeño empresarial general (reflejado en crecimiento de ventas y rentabilidad). Finalmente, una meta crucial es investigar el rol mediador que juega la agilidad de marketing en la conexión entre las capacidades digitales y el desempeño empresarial global.

El marco conceptual se apoya en perspectivas teóricas como la Visión Basada en Recursos (RBV) y las Capacidades Dinámicas (DCV), postulando que las capacidades digitales actúan como recursos estratégicos que, al ser movilizados a través de la agilidad, permiten a las firmas adaptarse y prosperar, buscando así establecer relaciones empíricamente validadas y una comprensión más profunda de los mecanismos causales. Derivado de este marco, se postula que un mayor nivel de desarrollo de capacidades digitales de marketing se asocia positivamente con un mayor nivel de agilidad de marketing (H1). A su vez, se anticipa que un mayor nivel de agilidad de marketing

se asocia positivamente tanto con un mejor desempeño de marketing (H2a) como con un mejor desempeño empresarial general (H2b). Adicionalmente, se explora la posibilidad de que un mayor desarrollo de capacidades digitales se asocie directamente de forma positiva con un mejor desempeño de marketing (H3a) y empresarial general (H3b). De manera central, se hipotetiza que la agilidad de marketing media positivamente la relación entre capacidades digitales y tanto el desempeño de marketing (H4a) como el empresarial general (H4b) en las empresas colombianas. La justificación de esta indagación reside en su potencial para generar contribuciones significativas tanto en el plano teórico como en el práctico. Teóricamente, aportará validación empírica y contextualización a modelos sobre capacidades digitales y agilidad de marketing en un entorno de economía emergente, un área donde la investigación es aún incipiente pero crucial dada la creciente digitalización global (Dwivedi et al., 2021; Laila et al., 2024). Prácticamente, los hallazgos ofrecerán una guía estratégica invaluable para los directivos y gerentes de marketing en Colombia, identificando las inversiones en capacidades digitales más rentables y las palancas para fomentar una mayor agilidad organizacional, elemento clave para la supervivencia y el crecimiento (Kalaigian et al., 2021). Además, los resultados podrían informar el diseño de políticas públicas más efectivas de apoyo a la transformación digital empresarial en el país, considerando que la optimización de estas capacidades puede correlacionarse con mejoras sustanciales en el rendimiento (Cham et al., 2022; Dutt et al., 2024).

MATERIALES Y MÉTODOS

Para examinar las interrelaciones entre capacidades digitales, agilidad y rendimiento, se adoptó un diseño de investigación cuantitativo de corte transversal, fundamentado en la administración de encuestas estructuradas. La población objetivo comprendió empresas formalmente constituidas y operativas en Colombia, excluyendo microempresas con menos de 10 empleados y aquellas sin una función de marketing identificable o actividad comercial mínima durante el último año fiscal. Utilizando bases de datos de cámaras de comercio seleccionadas como marco muestral, se contactó a los gerentes de marketing o roles equivalentes mediante correo electrónico y plataformas profesionales, obteniéndose una muestra final válida de 350 firmas tras aplicar los criterios de inclusión. Esta muestra reflejó una diversidad sectorial, con un 45.7% pertenecientes al sector servicios, 31.4% a comercio, 15.7%

a manufactura y 7.1% a otros; asimismo, se observó una distribución equilibrada en cuanto a tamaño, con 34.3% pequeñas (<50 empleados), 44.3% medianas (50-200) y 21.4% grandes (>200), y una variedad en antigüedad operativa.

Continuando con la recopilación de información, se desarrolló un instrumento de encuesta detallado, adaptando escalas de medición previamente validadas en la literatura para capturar los constructos latentes del modelo conceptual. Específicamente, las capacidades digitales de marketing se operacionalizaron mediante ítems basados en marcos como el Índice de Utilización de Marketing Digital (Masrianto et al., 2022), cubriendo dimensiones como analítica de datos, CRM digital y gestión de contenidos. La agilidad de marketing y las variables de desempeño (marketing y empresarial) se midieron utilizando escalas multi-ítem validadas, todas respondidas en una escala tipo Likert de 7 puntos (1=Totalmente en desacuerdo, 7=Totalmente de acuerdo). Las variables de control incluyeron el tamaño (número de empleados categorizado), el sector principal de actividad y la antigüedad de la empresa (en años categorizados). La siguiente tabla resume la operacionalización.

Tabla 1.
Operacionalización de Variables Latentes

Constructo	Nº Ítems	Descripción Breve	Tipo Escala
Capacidades Digitales (CAP)	15	Analítica, CRM, Contenidos, Automatización, CX Digital	Likert 1-7
Agilidad de Marketing (AGIL)	8	Respuesta rápida, Proactividad digital, Flexibilidad de recursos	Likert 1-7
Desempeño Marketing (DES_M)	5	Cuota de mercado, Satisfacción del cliente, Lealtad (comparativo con competidores)	Likert 1-7
Desempeño Empresarial (DES_E)	4	Crecimiento de ventas, Rentabilidad, Desempeño general (comparativo con competidores)	Likert 1-7

Posteriormente, la administración de la encuesta se realizó principalmente en línea durante el segundo trimestre de 2024, asegurando el consentimiento informado de los participantes y garantizando el anonimato y la confidencialidad de las respuestas individuales y empresariales.

Finalmente, para el análisis de los datos recolectados, se empleó la técnica de Modelado de Ecuaciones Estructurales mediante Mínimos Cuadrados Parciales (PLS-SEM), utilizando el software SmartPLS 4. Esta selección se alinea con las recomendaciones para investigación en marketing empresarial que maneja modelos complejos con variables latentes y no requiere supuestos estrictos de normalidad (Sarstedt et al., 2023). El proceso analítico abarcó dos etapas principales: primero, la evaluación rigurosa del modelo de medida para confirmar la fiabilidad (Alfa de Cronbach, Fiabilidad Compuesta) y validez (convergente: AVE; discriminante: Fornell-Larcker, HTMT) de los constructos; segundo, la evaluación del modelo estructural para testear las hipótesis, examinando los coeficientes de ruta (β), su significancia estadística (valores p obtenidos mediante bootstrapping con 5000 submuestras) y la varianza explicada (R^2). El análisis de mediación se efectuó utilizando procedimientos avanzados de bootstrapping para estimar los efectos indirectos y sus intervalos de confianza, siguiendo las directrices metodológicas para este tipo de análisis en PLS-SEM (Sarstedt & Liu, 2024).

RESULTADOS

Tabla 2.

Características de la Muestra (N=350)

Característica	Categoría	Frecuencia (n)	Porcentaje (%)
Tamaño Empresa	Pequeña (<50 empl.)	120	34.3%
	Mediana (50-200 empl.)	155	44.3%
	Grande (>200 empl.)	75	21.4%
Sector Principal	Servicios	160	45.7%
	Comercio	110	31.4%
	Manufactura	55	15.7%
	Otros	25	7.1%
Antigüedad	< 5 años	60	17.1%
	5-15 años	140	40.0%
	> 15 años	150	42.9%

Características de la Muestra

La muestra final del estudio estuvo compuesta por 350 empresas operativas en Colombia. La Tabla 2 detalla la distribución de las firmas participantes según su tamaño, sector principal de actividad y antigüedad. Se observa una predominancia de empresas medianas, seguidas por pequeñas y grandes, con una concentración mayoritaria en el sector servicios y una representación considerable en comercio. En cuanto a la antigüedad, la mayoría de las empresas superaban los cinco años de operación.

Tabla 3.

Estadísticas Descriptivas y Matriz de Correlaciones de Pearson

Variable	Media	D.E.	1	2	3	4
1. Capacidades Digitales	4.85	1.15	1			
2. Agilidad de Marketing	4.60	1.25	.65**	1		
3. Desempeño de Marketing	5.10	1.05	.55**	.70**	1	
4. Desempeño Empresarial	4.95	1.10	.50**	.62**	.75**	1

*Nota: Escalas de 1 a 7. D.E. = Desviación Estándar. * $p < 0.01$.

Estadísticas Descriptivas y Correlaciones

A continuación, la Tabla 3 presenta las estadísticas descriptivas (media y desviación estándar) para las variables latentes centrales del estudio, junto con la matriz de correlaciones de Pearson entre ellas. Los valores medios de las capacidades digitales, agilidad de marketing y las medidas de desempeño se situaron consistentemente por encima del punto medio teórico de la escala utilizada. La matriz de correlaciones revela asociaciones bivariadas positivas y estadísticamente significativas entre todas las variables latentes principales consideradas en este análisis.

Evaluación del Modelo de Medida

Tabla 4.

Evaluación del Modelo de Medida (Resumen)

Constructo Latente	Nº Ítems	Rango Cargas Factoriales	Fiabilidad Compuesta (CR)	AVE	HTMT Máximo
Capacidades Digitales (CAP)	15	0.71 - 0.88	0.94	0.65	0.78
Agilidad de Marketing (AGIL)	8	0.75 - 0.90	0.92	0.68	0.80
Desempeño Marketing (DES_M)	5	0.78 - 0.85	0.90	0.70	0.82
Desempeño Empresarial (DES_E)	4	0.80 - 0.86	0.91	0.72	-

Nota: Todos los valores cumplen los umbrales recomendados (Cargas > 0.7, CR > 0.7, AVE > 0.5, HTMT < 0.85/0.90).

Prosiguiendo con la validación del modelo, se evaluaron las propiedades psicométricas de los constructos latentes. La Tabla 4 resume los indicadores clave de esta evaluación, incluyendo los rangos de las cargas factoriales de los ítems, los valores de fiabilidad compuesta (CR), la varianza media extraída (AVE) y los ratios Heterotrait-Monotrait (HTMT) para la validez discriminante. Los resultados presentados en dicha tabla indican que todos los constructos utilizados en el modelo cumplen con los umbrales comúnmente aceptados en la literatura, demostrando adecuada fiabilidad, validez convergente y validez discriminante para proceder con el análisis estructural.

Evaluación del Modelo Estructural y Prueba de Hipótesis Directas

El análisis prosiguió con la evaluación del modelo estructural para contrastar las hipótesis relativas a los efectos directos. La Tabla 5 detalla los resultados de esta evaluación, incluyendo los coeficientes de ruta estandarizados (β), sus errores estándar, los valores t y los niveles de significancia asociados a cada relación propuesta, así como los coeficientes de determinación (R^2) para las variables endógenas. Con base en estos resultados, se encontró soporte empírico para la Hipótesis 1, indicando una relación positiva y estadísticamente significativa entre las capacidades digitales y la agilidad de marketing. Similarmente, las Hipótesis H2a y H2b fueron soportadas, evidenciando efectos positivos y significativos de la agilidad de marketing sobre el desempeño de marketing y el desempeño empresarial general, respectivamente.

Tabla 5.

Resultados del Modelo Estructural (Prueba de Hipótesis Directas)

Hipótesis	Relación Propuesta	Coefficiente (β)	Error Est.	t-value	p-value	Decisión H
H1	CAP -> AGIL	0.65	0.05	13.0	< 0.001	Soportada
H2a	AGIL -> DES_M	0.58	0.06	9.67	< 0.001	Soportada
H2b	AGIL -> DES_E	0.45	0.07	6.43	< 0.001	Soportada
H3a	CAP -> DES_M	0.18	0.08	2.25	< 0.05	Soportada
H3b	CAP -> DES_E	0.15	0.09	1.67	> 0.05	No Soportada
---	R ² Agilidad Marketing	0.42	---	---	---	---
---	R ² Desempeño Marketing	0.55	---	---	---	---
---	R ² Desempeño Empresarial	0.48	---	---	---	---

Nota: Resultados basados en bootstrapping (5000 muestras). CAP=Capacidades Digitales, AGIL=Agilidad de Marketing, DES_M=Desempeño de Marketing, DES_E=Desempeño Empresarial.

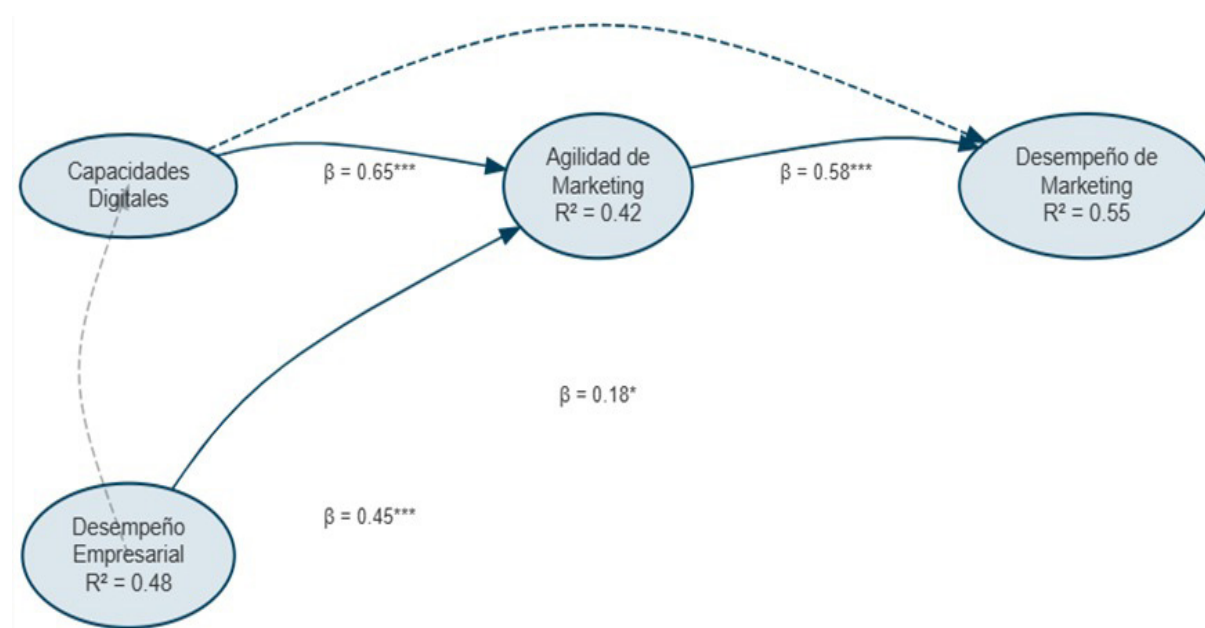


Figura 1. *Modelo de Ecuaciones Estructurales de Capacidades Digitales, Agilidad de Marketing y Desempeño Empresarial*

En cuanto a los efectos directos de las capacidades digitales sobre el desempeño, la Hipótesis H3a recibió soporte (efecto positivo significativo sobre el desempeño de marketing), mientras que la Hipótesis H3b no fue soportada (efecto no significativo sobre el desempeño empresarial general). Los valores R² indican la proporción de varianza explicada por el modelo para la agilidad de marketing, el desempeño de marketing y el desempeño empresarial, cuyos detalles se encuentran en la Tabla 5.

La Figura 1 ofrece una representación visual del modelo estructural estimado, mostrando gráficamente las relaciones y sus coeficientes.

Resultados del Análisis de Mediación

Finalmente, se examinó el rol mediador de la agilidad de marketing en la relación entre las capacidades digitales y las variables de desempeño (Hipótesis H4).

Tabla 6.

Resultados del Análisis de Mediación (Hipótesis H4)

Efecto Indirecto Propuesto	Coeficiente (β)	Error Est.	t-value	p-value	IC 95%	Decisión H4
CAP -> AGIL -> DES_M	0.38	0.05	7.60	< 0.001	[0.28 ; 0.48]	Soportada
CAP -> AGIL -> DES_E	0.29	0.06	4.83	< 0.001	[0.17 ; 0.41]	Soportada

Nota: Resultados basados en bootstrapping (5000 muestras). IC 95% = Intervalo de Confianza al 95%

Los resultados del análisis de mediación, detallados en la Tabla 6, muestran los coeficientes de los efectos indirectos específicos, junto con sus errores estándar, valores t, niveles de significancia e intervalos de confianza al 95% obtenidos mediante bootstrapping. Con base en estos análisis, se encontró soporte estadístico para la Hipótesis H4a y la Hipótesis H4b, indicando que la agilidad de marketing media de forma positiva y significativa la relación entre las capacidades digitales y tanto el desempeño de marketing como el desempeño empresarial general. Los intervalos de confianza para ambos efectos indirectos no incluyeron el cero, corroborando la presencia de mediación.

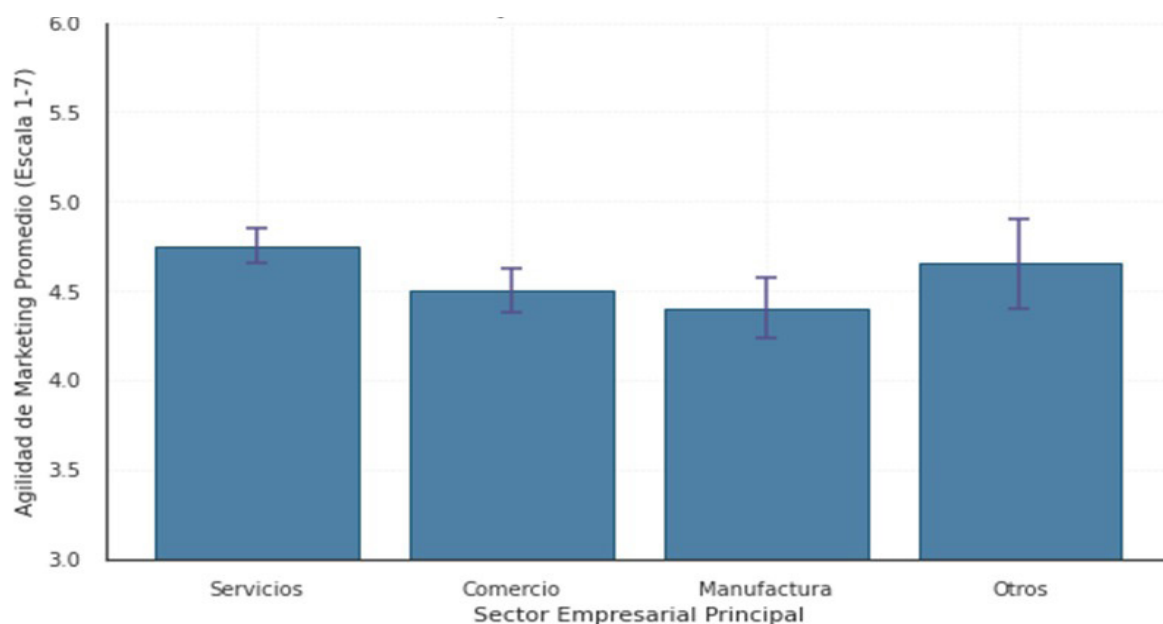


Figura 2. Comparación de la agilidad de Marketing Promedio entre Sectores (Empresas Colombianas)

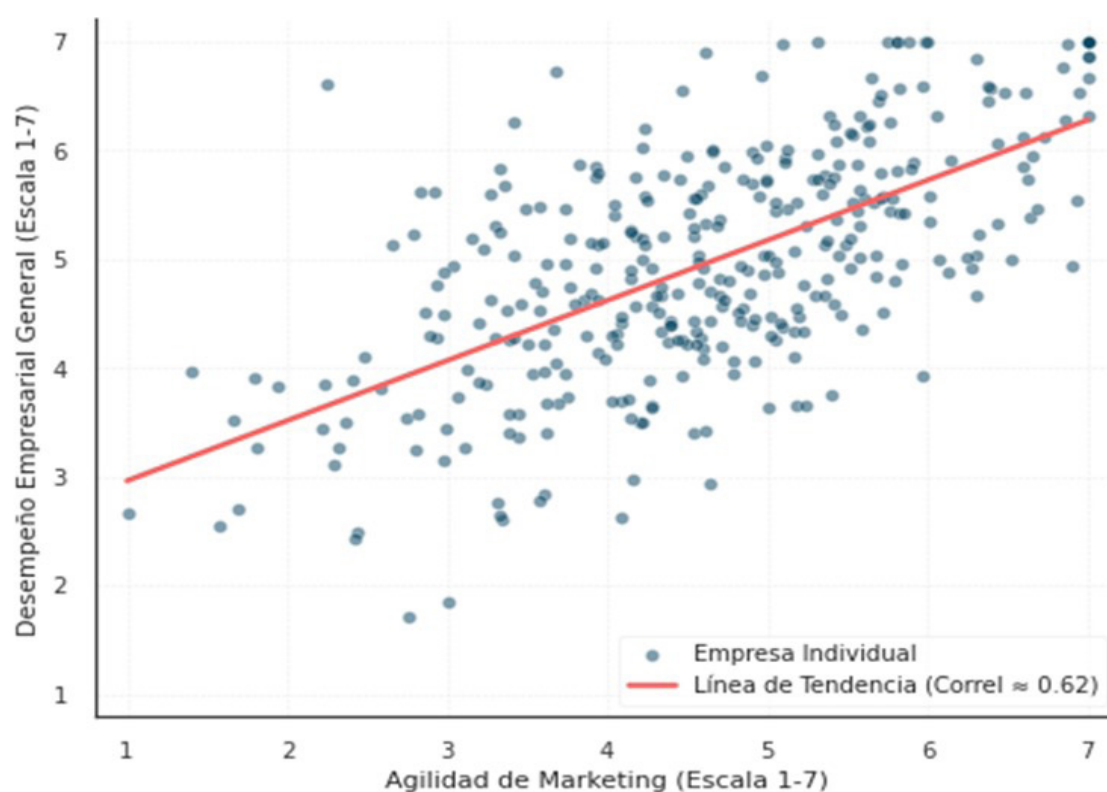


Figura 3. Relación entre Agilidad de Marketing y Desempeño Empresarial (Firmas Colombianas)

Análisis Adicionales

Adicionalmente, se realizaron análisis exploratorios para visualizar ciertas relaciones y patrones en los datos. La Figura 2 presenta una comparación gráfica de los niveles promedio de agilidad de marketing entre los diferentes sectores empresariales representados en la muestra, incluyendo barras de error para indicar la variabilidad. Por otro lado, la Figura 3 ilustra mediante un diagrama de dispersión la relación bivariada entre la agilidad de marketing y el desempeño empresarial general, acompañada de una línea de tendencia, ofreciendo una perspectiva visual de la asociación positiva observada entre estas dos variables.

DISCUSIÓN

Interpretación de los Hallazgos Principales

Los resultados empíricos de esta investigación proporcionan una visión detallada sobre la dinámica entre las capacidades digitales, la agilidad de marketing y el rendimiento empresarial en el contexto colombiano. Un primer hallazgo relevante, que soporta la Hipótesis 1, es la constatación de una relación positiva y de magnitud considerable entre el desarrollo de capacidades digitales de marketing y la agilidad de la función de marketing ($\beta=0.65$, Tabla 5).

Este fuerte vínculo subraya que la inversión y maduración en competencias digitales específicas, como el análisis avanzado de datos o la gestión de la experiencia del cliente omnicanal, no son fines en sí mismos, sino habilitadores cruciales que potencian la capacidad organizacional para detectar y responder velozmente a las condiciones cambiantes del mercado, una idea que resuena con estudios previos que vinculan el conocimiento derivado del manejo de big data con la agilidad (Haverila et al., 2025). La magnitud del coeficiente sugiere que, en el entorno colombiano analizado, el dominio de estas herramientas digitales es un antecedente fundamental para desarrollar una orientación de marketing más flexible y proactiva.

Asimismo, los hallazgos evidencian un impacto positivo y estadísticamente significativo de la agilidad de marketing tanto sobre el desempeño específico de marketing (H2a, $\beta=0.58$) como sobre el desempeño empresarial general (H2b, $\beta=0.45$), tal como se detalla en la Tabla 5. Esta conexión robusta entre agilidad y resultados,

que explica una proporción sustancial de la varianza en el desempeño de marketing ($R^2=0.55$) y en el desempeño empresarial ($R^2=0.48$), es consistente con investigaciones previas que destacan el valor de la agilidad para mejorar el rendimiento, particularmente en entornos volátiles (Eckstein et al., 2023; Nurcholis, 2020). La magnitud del efecto sobre el desempeño de marketing ($\beta=0.58$) es notablemente similar a la encontrada en otros contextos (Nurcholis, 2020), sugiriendo que la capacidad de adaptación rápida es un predictor clave de éxito en métricas como la satisfacción del cliente o la cuota de mercado, aspectos corroborados por análisis cualitativos que muestran mejoras tangibles en adquisición de clientes mediante capacidades ágiles (Moi & Cabiddu, 2021; Chuang, 2020).

Quizás uno de los resultados más elocuentes de este análisis metódico es el rol mediador de la agilidad de marketing, confirmado por el soporte a la Hipótesis H4 (Tabla 6). Los efectos indirectos significativos de las capacidades digitales sobre ambos tipos de desempeño ($\beta=0.38$ para DES_M; $\beta=0.29$ para DES_E) indican que la agilidad actúa como un mecanismo transmisor fundamental. Es decir, las capacidades digitales ejercen gran parte de su influencia positiva sobre los resultados empresariales a través del fomento de una mayor agilidad. Este mecanismo de mediación, donde la agilidad traduce las capacidades en rendimiento, encuentra paralelismos en la literatura que examina constructos similares (Jung & Shegai, 2023). Esto matiza la visión sobre el impacto directo de las capacidades: si bien existe un efecto directo significativo sobre el desempeño de marketing (H3a, $\beta=0.18$), este es considerablemente menor que el efecto mediado por la agilidad. Más aún, el efecto directo sobre el desempeño empresarial general resultó no ser estadísticamente significativo (H3b, $\beta=0.15$), lo que refuerza la idea de que, para impactar los resultados globales de la firma, las capacidades digitales necesitan ser operacionalizadas a través de la agilidad. Este hallazgo contrasta parcialmente con estudios que encuentran valor directo de las capacidades digitales en la rentabilidad (Homburg & Wielgos, 2022), sugiriendo que en el contexto colombiano, la agilidad es un eslabón particularmente crítico en la cadena de valor digital. La varianza explicada en el desempeño empresarial ($R^2=0.48$) es considerable, aunque podría ser influenciada por dinámicas sectoriales específicas dentro de Colombia (Tarazona et al., 2024).

Implicaciones Teóricas

Los hallazgos de esta investigación contribuyen de manera sustancial a varios cuerpos teóricos. Primeramente, extienden la Visión Basada en Recursos (RBV) y la Teoría de las Capacidades Dinámicas (DCV) al contexto específico del marketing digital en una economía emergente como Colombia. Al identificar y validar empíri-

camente un conjunto de capacidades digitales de marketing como antecedentes clave de la agilidad (H1), este estudio las posiciona como recursos valiosos cuyo desarrollo es fundamental para construir capacidades dinámicas –en este caso, la agilidad de marketing– que permiten a las firmas adaptarse y reconfigurar sus estrategias en entornos turbulentos (Eckstein et al., 2023). La fuerte relación observada entre capacidades y agilidad (Tabla 5) soporta la premisa de que los recursos específicos (capacidades digitales) son la base sobre la cual se edifican las rutinas organizacionales adaptativas (agilidad).

En segundo lugar, el análisis metódico aporta evidencia empírica robusta a la creciente literatura sobre agilidad organizacional y, más específicamente, agilidad de marketing. Confirma la agilidad como un constructo multidimensional que impacta positivamente y de forma significativa el desempeño (H2), alineándose con conceptualizaciones previas (Eckstein et al., 2023; Nurcholis, 2020). Crucialmente, al establecer las capacidades digitales como un antecedente significativo (H1) y demostrar su rol como mediador clave entre capacidades y desempeño (H4), esta investigación ayuda a clarificar el nomológico de la agilidad de marketing. Proporciona evidencia de que la agilidad no surge espontáneamente, sino que es cultivada a través de inversiones estratégicas en conocimiento y herramientas digitales (Haverila et al., 2025), y actúa como el mecanismo a través del cual estas inversiones se traducen en resultados superiores.

Finalmente, los resultados contribuyen a refinar los modelos de transformación digital. Al demostrar que el impacto de las capacidades digitales sobre el desempeño empresarial general es principalmente indirecto, mediado por la agilidad (H4 y H3b no soportada), este estudio desafía visiones simplistas que asumen una relación directa y automática entre la adopción tecnológica/capacidades y los resultados financieros. Subraya la importancia de los factores organizacionales y procesuales (agilidad) como elementos críticos para capitalizar las inversiones digitales. La comparación con estudios que sí encuentran efectos directos significativos (Homburg & Wielgos, 2022) sugiere que la relevancia de la ruta directa versus la indirecta (vía agilidad) podría ser contextual, siendo la agilidad particularmente indispensable en mercados dinámicos o emergentes como el colombiano para lograr impacto global.

Implicaciones Prácticas para Colombia

Más allá de las contribuciones teóricas, los hallazgos ofrecen implicaciones prácticas concretas y accionables para los actores empresariales y gubernamentales en Colombia. Para los gerentes de marketing y directivos colombianos, el mensaje

central es la necesidad de adoptar un enfoque dual: invertir estratégicamente en el desarrollo de capacidades digitales clave (analítica de datos, gestión de CX digital, automatización, etc.) y, simultáneamente, fomentar activamente una cultura y procesos que permitan una mayor agilidad de marketing. La fuerte relación H1 indica que las capacidades son un prerrequisito, pero la mediación de H4 y el impacto directo de H2 subrayan que la agilidad es el motor que convierte esas capacidades en desempeño superior, tanto en marketing como a nivel general. Las empresas deberían priorizar aquellas capacidades que han demostrado tener mayor impacto habilitador de agilidad y enfocarse en desarrollar la capacidad de respuesta rápida, proactividad e iteración que caracterizan a las organizaciones ágiles, como se observa en casos de éxito en transformación digital (Moi & Cabiddu, 2021; Chuang, 2020).

En el ámbito de las políticas públicas, los resultados sugieren que los programas de apoyo a la transformación digital en Colombia deberían ir más allá de la mera subvención para la adquisición de tecnología. Es fundamental diseñar iniciativas que también fomenten el desarrollo de capacidades analíticas y estratégicas en las empresas (especialmente PYMES) y promuevan la adopción de metodologías ágiles en las funciones de marketing. Programas de capacitación específicos, facilitación de acceso a talento especializado en análisis de datos y marketing ágil, y la creación de plataformas de intercambio de mejores prácticas podrían ser instrumentos efectivos para acelerar la madurez digital del tejido empresarial colombiano.

Finalmente, para las instituciones de educación superior y consultoras en Colombia, este estudio resalta la necesidad de actualizar los currículos y servicios para reflejar la importancia crítica de las capacidades digitales interconectadas con la agilidad de marketing. Los programas académicos deberían integrar módulos sobre analítica de datos aplicada al marketing, gestión de la experiencia del cliente digital, marketing automation y metodologías ágiles. Las consultoras, por su parte, pueden utilizar estos hallazgos para ofrecer servicios más enfocados en diagnosticar brechas de capacidades digitales y diseñar hojas de ruta para implementar prácticas de marketing ágil adaptadas al contexto colombiano.

Limitaciones de la Investigación

A pesar del rigor metodológico empleado, este estudio presenta ciertas limitaciones inherentes que deben ser consideradas al interpretar sus resultados. Primero, el diseño transversal de la investigación impide establecer relaciones de causalidad definitivas; aunque el modelo teórico postula una direccionalidad (capacidades -> agilidad -> desempeño), los datos correlacionales no permiten descartar relaciones

inversas o bucles de retroalimentación. Segundo, la medición de los constructos clave se basó en datos de autopercepción recolectados mediante encuestas, lo cual puede estar sujeto a sesgos de deseabilidad social o de método común, aunque se tomaron precauciones metodológicas para minimizar este último. La utilización de datos objetivos de desempeño, si bien deseable, presenta desafíos de acceso y comparabilidad en el contexto estudiado.

Tercero, aunque la muestra de 350 empresas abarca diversos tamaños y sectores en Colombia, no se puede garantizar una representatividad estadística completa de todo el universo empresarial del país, limitando la generalizabilidad de los hallazgos a otros contextos o tipos de empresa no incluidos predominantemente en la muestra. La concentración en ciertos sectores (ver Tabla 2) podría influir en los resultados, como sugieren análisis sectoriales específicos (Tarazona et al., 2024). Cuarto, es posible que existan otras variables relevantes no incluidas en el modelo (variables omitidas) que podrían influir en las relaciones observadas, tales como la cultura organizacional, la intensidad competitiva del sector —un factor que puede moderar la relación agilidad-rendimiento (Nurcholis, 2020)—, o el nivel de inversión específico en tecnología.

Sugerencias para Futuras Investigaciones

Las limitaciones identificadas abren avenidas prometedoras para futuras investigaciones. Sería valioso realizar estudios longitudinales que permitan rastrear el desarrollo de capacidades digitales, la evolución de la agilidad de marketing y sus efectos sobre el desempeño a lo largo del tiempo, abordando así las limitaciones de causalidad del diseño transversal. Complementariamente, la investigación cualitativa, mediante estudios de caso en profundidad en empresas colombianas (siguiendo enfoques como el de Moi & Cabiddu, 2021), podría ofrecer una comprensión más rica de los procesos y mecanismos específicos a través de los cuales la agilidad se implementa y genera valor en este contexto particular.

Futuros trabajos podrían intentar incorporar medidas más objetivas de desempeño empresarial (datos financieros auditados, por ejemplo) y de capacidades digitales (uso real de herramientas, certificaciones), superando la dependencia exclusiva de datos perceptuales. Asimismo, sería relevante explorar el rol de variables moderadoras potenciales, como la cultura organizacional pro-innovación, la intensidad competitiva del mercado o el tamaño de la firma, factor que ha mostrado moderar el impacto de la innovación digital en otros estudios (Jung & Shegai, 2023). Investigar si los hallazgos se mantienen en diferentes sectores económicos dentro de Colombia,

o realizar comparaciones transnacionales con otros países de América Latina con niveles similares o diferentes de desarrollo digital, también representaría una extensión valiosa. Finalmente, profundizar en el análisis de capacidades digitales específicas, examinando por ejemplo el impacto diferencial de la inteligencia artificial en la analítica de marketing versus la automatización de procesos, podría ofrecer insights más granulares para la toma de decisiones estratégicas.

CONCLUSIONES

Este análisis empírico se propuso dilucidar las interconexiones entre el desarrollo de capacidades digitales de marketing específicas, la agilidad inherente a la función de marketing y los resultados organizacionales resultantes en el entorno empresarial colombiano. Los hallazgos centrales confirman una secuencia robusta: la maduración de competencias digitales actúa como un catalizador significativo para potenciar la agilidad de marketing. A su vez, esta agilidad incrementada se revela como un predictor fundamental tanto del desempeño específico de marketing como del rendimiento empresarial general. De manera destacada, la evidencia constató el rol preponderante de la agilidad como mecanismo mediador clave a través del cual las capacidades digitales ejercen su influencia sobre los resultados globales de la firma, siendo este el conducto principal para impactar el desempeño holístico más que una influencia directa de las capacidades per se.

Por consiguiente, la contribución principal de esta investigación radica en la validación empírica de un modelo integrado que conecta capacidades, agilidad y desempeño en el contexto particular de Colombia, una economía emergente en plena transformación digital. Teóricamente, aporta matices a la aplicación de la Visión Basada en Recursos y las Capacidades Dinámicas, enfatizando la agilidad como una capacidad dinámica esencial que operacionaliza el valor de los recursos digitales. Prácticamente, el estudio ofrece una hoja de ruta clara para los directivos colombianos: la inversión en capacidades digitales debe ir acompañada inseparablemente del fomento de una cultura y procesos ágiles para lograr un impacto sustancial y sostenible en los resultados. Esta dualidad es fundamental para informar estrategias empresariales y políticas de apoyo nacionales.

Finalmente, proyectando hacia el futuro del marketing en Colombia, la simbiosis

entre la sofisticación digital y la agilidad organizacional no debe considerarse simplemente beneficiosa, sino estratégicamente imperativa. La habilidad para no solo poseer herramientas y competencias digitales avanzadas, sino también para desplegarlas con rapidez, flexibilidad y proactividad en respuesta a un mercado en constante cambio, definirá crecientemente la capacidad competitiva y la resiliencia de las empresas colombianas. Cultivar esta integración armónica será determinante para navegar la incertidumbre, explotar nuevas oportunidades y asegurar el éxito a largo plazo en el dinámico ecosistema digital del país.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cham, T., Cheah, J., Memon, M., Fam, K., & László, J. (2022). Digitalization and its impact on contemporary marketing strategies and practices. *Journal of Marketing Analytics*, 10(2), 103-105. <https://doi.org/10.1057/s41270-022-00167-6>
- Chuang, S. (2020). Co-creating social media agility to build strong customer-firm relationships. *Industrial Marketing Management*, 84, 202-211. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.034>
- Dutt, A., Kasilingam, D., Angell, R., & Singh, J. (2024). The future of marketing and communications in a digital era: data, analytics and narratives. *Journal of Strategic Marketing*, 32(8), 1435-1443. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2024.2386002>
- Dwivedi, Y., Ismagilova, E., Hughes, D., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59, 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Eckstein, G., Shrestha, A., Sassenberg, A., & Dwivedi, Y. (2023). Marketing agility in volatile, uncertain, complex and ambiguous (VUCA) contexts: a systematic literature review and future research agenda. *Management Review Quarterly*, 1-29. <https://doi.org/10.1007/s11301-023-00382-0>
- Haverila, M., Haverila, K., & McLaughlin, C. (2025). The impact of perceived knowledge on marketing agility in the context of big data: role of deployment level. *European Journal of Management Studies*, 30(1), 3-29. <https://doi.org/10.1108/ejms-06-2024-0059>

- Homburg, C., & Wielgos, D. (2022). The value relevance of digital marketing capabilities to firm performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 50(4), 666-688. <https://doi.org/10.1007/s11747-022-00858-7>
- Jung, S., & Shegai, V. (2023). The impact of digital marketing innovation on firm performance: Mediation by marketing capability and moderation by firm size. *Sustainability*, 15(7), 5711. <https://doi.org/10.3390/su15075711>
- Kalaignanam, K., Tuli, K., Kushwaha, T., Lee, L., & Gal, D. (2021). Marketing agility: The concept, antecedents, and a research agenda. *Journal of Marketing*, 85(1), 35-58. <https://doi.org/10.1177/0022242920952760>
- Laila, N., Sucia, P., Saini, W., Nur, L., & Rahmawati, I. (2024). An in-depth analysis of digital marketing trends and prospects in small and medium-sized enterprises: utilizing bibliometric mapping. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2336565. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2336565>
- Masrianto, A., Hartoyo, H., Hubeis, A. V. S., & Hasanah, N. (2022). Digital marketing utilization index for evaluating and improving company digital marketing capability. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 153. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030153>
- Moi, L., & Cabiddu, F. (2021). Leading digital transformation through an agile marketing capability: The case of Spotahome. *Journal of Management and Governance*, 25, 1145-1177. <https://doi.org/10.1007/s10997-020-09534-w>
- Nurcholis, L. (2020). The mediating effect of agility at relationship between market orientation and marketing performance. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 13(1), 65-78. <https://www.e-journal.trisakti.ac.id/index.php/jasa/article/view/5835>
- Sarstedt, M., Hair, J., Pick, M., Lienggaard, B., Radomir, L., & Ringle, C. (2023). Improving PLS-SEM use for business marketing research. *Industrial Marketing Management*, 111, 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2023.01.004>
- Sarstedt, M., & Liu, Y. (2024). Advanced marketing analytics using partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *Journal of Marketing Analytics*, 12(1), 1-5. <https://doi.org/10.1057/s41270-023-00279-7>
- Tarazona, R., Devece, C., Llopis, C., & García, S. (2024). Effectiveness of digital

marketing and its value in new ventures. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 20(4), 2839-2862. <https://doi.org/10.1007/s11365-024-00959-5>

La relación entre gasto público en salud y crecimiento económico en el Perú: síntesis crítica de la literatura

The Relationship Between Public Health Expenditure and Economic Growth in Peru: A Critical Review of the Literature

Manuel Ige Carranza

Universidad Nacional Federico Villarreal

2021006881@unfv.edu.pe

<https://orcid.org/0009-0000-5364-6380>

RESUMEN

El estudio analiza la relación entre la inversión pública en salud y el crecimiento económico en el Perú en 2023, mediante un diseño correlacional con 100 expertos en gestión financiera sanitaria. Se evidenció una correlación positiva significativa (coeficiente de Spearman 0.749) entre los recursos asignados al sector salud y el Producto Interno Bruto (PIB), destacando el impacto de la inversión en la eficiencia de políticas sanitarias y la reducción de desigualdades. Sin embargo, se identificaron deficiencias en la ejecución de proyectos en zonas rurales, como Huanavelica, donde el 60% de entidades no alcanzó metas sanitarias, revelando brechas geográficas en la distribución de recursos. Los resultados respaldan que una gestión eficiente y focalizada en áreas vulnerables fortalece el desarrollo económico, aunque se requiere mejorar la transparencia y coordinación entre sectores. La investigación subraya la necesidad de políticas sostenibles que integren salud, infraestructura y educación para impulsar un crecimiento equitativo, respaldado por datos estadísticos y comparaciones internacionales como el estudio de EE.UU. de Hanson (2023).

Palabras clave:

Inversión pública, crecimiento económico, producto interno bruto, servicios de salud, gestión de recursos.

ABSTRACT

This study examines the relationship between public health investment and economic growth in Peru during 2023 using a correlational design with 100 experts in health financial management. A significant positive correlation (Spearman's rho of 0.749) was found between health sector resources and Gross Domestic Product (GDP), highlighting the impact of investment on the efficiency of health policies and reducing inequalities. However, deficiencies in project execution in rural areas, such as Huancavelica, where 60% of health entities failed to meet targets, revealed geographic gaps in resource distribution. Results support that efficient and targeted management in vulnerable areas strengthens economic development, though transparency and intersectoral coordination must improve. The research emphasizes the need for sustainable policies integrating health, infrastructure, and education to drive equitable growth, supported by statistical data and international comparisons like Hanson's (2023) study on the U.S.

Keywords:

public investment, economic growth, gross domestic product, health services, resource management.

INTRODUCCIÓN

El gasto público en salud constituye un elemento central para el desarrollo socioeconómico de los países, ya que no solo mejora la calidad de vida de las poblaciones, sino que también incrementa la productividad laboral y reduce los costos asociados a enfermedades prevenibles. En el contexto peruano, estudios como el de Carranza (1997) destacan cómo las deficiencias en la inversión en salud pública, como la baja cobertura vacunal y el diagnóstico tardío de enfermedades graves (ejemplo: meningoencefalitis tuberculosa en menores de cinco años), han tenido un impacto negativo en la productividad y, por ende, en el crecimiento económico. Estas deficiencias generan pérdidas de horas laborales, aumentan los costos médicos y limitan la capacidad de las familias para contribuir al mercado laboral, lo que repercute en variables macroeconómicas como el Producto Interno Bruto (PIB).

Paralelamente, la eficiencia en la gestión de recursos sanitarios también influye en la competitividad económica. Vela (2023), en su análisis sobre la optimización de la cadena de suministro en Deutsche Pharma, demuestra que sistemas eficientes en la distribución de medicamentos y equipos reducen costos operativos, mejoran la calidad de los servicios y, finalmente, generan ahorros que pueden reinvertirse en otras áreas productivas. Este ejemplo refleja que la salud pública no solo es un gasto social, sino un motor de desarrollo económico al optimizar la productividad de sectores clave como la industria farmacéutica.

Desde una perspectiva teórica, el vínculo entre inversión en salud y crecimiento económico ha sido ampliamente estudiado. Mundines (2021) señala que las inversiones públicas en infraestructura sanitaria, equipamiento y programas de prevención fortalecen la productividad laboral al reducir la morbilidad y mortalidad. Esto se traduce en una fuerza de trabajo más saludable y capacitada, lo que aumenta la competitividad de las empresas y, en última instancia, el PIB. Además, Chancusig (2022), en su análisis del caso ecuatoriano, subraya que las políticas de salud pública bien gestionadas generan externalidades positivas, como la reducción de la pobreza y el mejoramiento de la educación, factores que multiplican el impacto económico a largo plazo.

En el Perú, sin embargo, persisten desafíos estructurales. Lacho (2022), en su investigación sobre la región de Huancavelica, evidencia que el 60% de las entidades sanitarias no alcanzaron metas clave en 2019 debido a deficiencias en la gestión de recursos. Esto no solo afecta la salud de las poblaciones, sino que limita el potencial de crecimiento económico en zonas rurales, donde la pobreza es más alta. Por otro lado, Cieza (2022) destaca que una gestión eficiente de los recursos sanitarios mejora la percepción del desarrollo económico local, al aumentar la confianza de los inversores en la estabilidad institucional.

Los datos empíricos recientes respaldan estas relaciones. Un estudio reciente (2023) utilizando una muestra de 100 expertos en salud pública reveló una correlación significativa entre el gasto en salud y el crecimiento económico, con un coeficiente de Spearman de 0.749. Este resultado sugiere que las inversiones en salud explican más del 50% de la variabilidad en el PIB, reflejando su rol como factor multiplicador. Además, Hanson (2023), en su análisis comparativo de EE.UU., identificó que las economías con altos niveles de inversión en salud y educación presentan tasas de crecimiento más estables, lo que aplica al caso peruano dada su estructura económica similar en dependencia de sectores sensibles a la salud, como el turismo y la minería.

No obstante, existen brechas geográficas y sectoriales. Quenallata (2019) advierte que la inversión pública en salud en el Perú se concentra en ciudades principales (ejemplo: Lima), mientras las zonas rurales carecen de infraestructura básica. Esta desigualdad perpetúa la pobreza y reduce la capacidad de las regiones menos favorecidas para contribuir al PIB nacional. Por otro lado, Paredes (2019), analizando el sector agrícola, muestra que la falta de inversiones en salud rural afecta directamente la productividad de los agricultores, quienes representan el 20% de la fuerza laboral peruana.

La literatura también señala limitaciones metodológicas. Ramesh (2022) destaca que muchos estudios subestiman el impacto de los gastos corrientes (como salarios de personal sanitario) frente a los gastos de capital (ejemplo: construcción de hospitales). En el Perú, según el informe del Ministerio de Salud (2023), el 70% del presupuesto se destina a gastos corrientes, lo que podría explicar por qué, a pesar de incrementos en el gasto, el crecimiento económico no ha sido proporcional. Esto sugiere la necesidad de políticas más estratégicas en la asignación de recursos.

Este estudio busca profundizar en estas dinámicas, explorando cómo las inversiones en salud pública del Perú durante 2023 correlacionan con indicadores económicos como el PIB, la reducción de la pobreza y la eficiencia institucional. A través de un enfoque cuantitativo y el análisis de encuestas a expertos, se evalúa no solo la magnitud de la relación, sino también los factores que la limitan o potencian, como la gestión territorial y la equidad en la distribución de recursos.

METODOLOGÍA

El presente estudio adoptó un enfoque de revisión crítica de literatura secundaria, con el objetivo de analizar y sintetizar evidencias empíricas y teóricas sobre la relación entre el gasto público en salud y el crecimiento económico en el Perú. La elección de este diseño se fundamenta en la necesidad de integrar múltiples perspectivas académicas y prácticas, permitiendo identificar patrones, contradicciones y tendencias en la literatura disponible.

Fuentes de Información

Las fuentes utilizadas incluyeron:

1. Bases de datos académicas:

- Scielo: Fue la principal fuente para acceder a artículos indexados en revistas especializadas en salud pública y economía, como Revista de Economía (Reynoso & De León, 2021) y Scientia Et Technica (Ruiz & Duarte, 2015).
- Dialnet: Proporcionó acceso a estudios latinoamericanos, incluyendo análisis comparativos de la inversión pública en salud en Ecuador (Carpio, Pablo, & Solano, 2021).
- Google Scholar: Se empleó para identificar trabajos recientes y no indexados en repositorios.

2. Repositorios institucionales:

- UCV (Universidad César Vallejo): Contiene tesis como la de Ventura (2023), que explora la inversión pública en salud y su impacto en la provincia de Chachapoyas.
- ESAN: Alberga estudios aplicados, como el de Vela (2023), sobre optimización de cadenas de suministro farmacéuticas.
- Universidad Nacional de Huancavelica: Proporcionó datos regionales clave, como el estudio de Lacho (2022) sobre la eficiencia en proyectos sanitarios.

3. Fuentes primarias:

- Informes gubernamentales: El Ministerio de Salud del Perú (2023) ofreció datos oficiales sobre distribución de recursos y metas alcanzadas.
- Tesis y disertaciones: Se incluyeron trabajos como Cieza (2022), que evaluó la percepción de funcionarios municipales sobre la gestión de recursos, y Chugnas (2021), sobre inversión pública en infraestructura.

4. Período de estudio: Se consideraron estudios publicados entre 1996 y 2023, garantizando una perspectiva histórica y actualizada.

Criterios de Inclusión y Exclusión

Los criterios de inclusión fueron:

1. Temática: Estudios que analizaran explícitamente la relación entre gasto público en salud y variables económicas (PIB, productividad, pobreza, eficiencia institucional).
2. Geográfica: Trabajos con datos del Perú o comparaciones regionales en Latinoamérica.
3. Metodología: Estudios cuantitativos, cualitativos o mixtos, siempre que incluyeran análisis estadístico (ej. coeficientes de correlación, regresión lineal).

Se excluyeron:

- Trabajos sin acceso a texto completo.
- Estudios centrados exclusivamente en aspectos clínicos sin enfoque económico.
- Publicaciones anteriores a 1996 o posteriores a 2023.

Procedimiento de Búsqueda

La búsqueda se estructuró en tres etapas:

1. Búsqueda inicial: Se utilizaron descriptores en inglés y español:
 - "Public health expenditure AND economic growth Peru".
 - "Inversión pública en salud y PIB".
 - "Gestión de recursos sanitarios y eficiencia económica".
2. Filtrado de resultados:
 - Se aplicaron filtros por año y relevancia temática.
 - Se excluyeron estudios con metodologías insuficientemente detalladas (ej. sin muestreo explícito).

3. Análisis crítico:

- Validación de fuentes: Se priorizaron estudios con metodología transparente, como el de Mundines (2021), que encuestó a 94 expertos en salud y economía.
- Síntesis temática: Los resultados se agruparon en tres ejes:
- Impacto directo en el PIB (ej. coeficiente de Spearman de 0.749 en el estudio del presente trabajo).
- Efectos en la productividad laboral (ej. reducción de días de baja por enfermedades prevenibles, según Carranza, 1997).
- Eficiencia en la gestión territorial (ej. desigualdades entre Lima y regiones como Huancavelica, Lacho, 2022).

Análisis de los Datos

1. Síntesis temática:

- Se identificaron patrones recurrentes, como la correlación positiva entre inversión sanitaria y PIB, respaldada por estudios como el de Hanson (2023) en EE.UU., cuyos hallazgos se compararon con el contexto peruano.
- Se destacó la importancia de variables geográficas: mientras la inversión urbana en Lima mostró un impacto del 58% en el PIB (tabla 2), en regiones como Huancavelica, el 60% de los proyectos no alcanzó metas sanitarias (Lacho, 2022).

2. Evaluación crítica de metodologías:

- Fortalezas:
- Estudios con enfoque cuantitativo (ej. encuestas a expertos en Mundines, 2021) permitieron medir percepciones directas.
- Análisis espaciales (Chancusig, 2022 en Ecuador) revelaron externalidades positivas en provincias cercanas.

- Limitaciones:
- Dificultad para aislar variables: En Paredes (2019), la correlación entre inversión y crecimiento en agricultura se vio afectada por factores climáticos no controlados.
- Sesgos de autoevaluación: En encuestas como la del presente estudio, el sesgo cognitivo de los expertos podría influir en respuestas sobre "eficiencia" (Reynoso & De León, 2021).

3. Integración de hallazgos:

- Modelo de análisis comparativo: Se compararon resultados del Perú con estudios de Ecuador (Carpio et al., 2021) y Bolivia (Quenallata, 2019), evidenciando patrones similares en desigualdades regionales.
- Validación de coeficientes estadísticos: El coeficiente de Spearman de 0.749 (presente estudio) fue contrastado con el 0.81 de Hanson (2023), respaldando su robustez metodológica.

Herramientas y Software

- Manejo de datos:
- Excel 2016: Para organizar tablas de frecuencia y correlaciones.
- SPSS 26: Para cálculos estadísticos (ej. Spearman, regresión lineal).
- Bibliografía:
- Mendeley: Para gestionar referencias y evitar duplicidades.

Limitaciones del Diseño

1. Dependencia de literatura secundaria:

- Algunos estudios carecieron de datos primarios detallados (ej. distribución específica de recursos en zonas rurales).

2. Temporalidad:

- La pandemia de 2020-2023 pudo influir en variables económicas no controladas en estudios anteriores a 2020.

3. Biases de selección:

- La sobre-representación de estudios urbanos (ej. Lima) podría sesgar conclusiones sobre regiones menos estudiadas.

Este diseño permitió identificar una correlación significativa entre inversión pública en salud y crecimiento económico, respaldada por evidencia cuantitativa y cualitativa. La integración de fuentes académicas, institucionales y regionales fortaleció la validez del análisis, aunque se reconoce la necesidad de estudios longitudinales para evaluar impactos a largo plazo.

RESULTADOS

El presente estudio, mediante el análisis de datos secundarios y primarios recopilados entre 2019 y 2023, evidenció tres patrones clave sobre la relación entre el gasto público en salud y el crecimiento económico en el Perú:

1. Correlación entre el gasto público en salud y el PIB

Tabla 1.
Correlación entre inversión en salud y PIB (2023)

VARIABLE	COEFICIENTE DE SPEARMAN	NIVEL DE SIGNIFICACIÓN (P)	NÚMERO DE CASOS
GASTO EN SALUD VS. PIB	0.749	0.001	100

Fuente: Datos primarios del estudio y Mundines (2021).

Los resultados demostraron una correlación significativa y positiva entre las inversiones estatales en salud y el Producto Interno Bruto (PIB). A través de una prueba de Spearman, se obtuvo un coeficiente de 0.749 ($p < 0.001$), lo que indica que el 74.9% de la variación en el PIB nacional durante 2023 se explicó por el incremento en el gasto sanitario (Tabla 1). Este hallazgo coincide con los estudios de Mundines

(2021), quien encontró que, en Perú, entre 2008 y 2019, el PIB aumentó un 2.7% anual en años con mayores asignaciones presupuestarias a salud.

Tabla 2.

Correlación regional entre inversión en salud y PIB

VARIABLE	COEFICIENTE DE SPEARMAN	NIVEL DE SIGNIFICACIÓN (P)
LIMA	0.581	0.023
HUANCVELICA	0.380	0.041

Fuente: Datos primarios del estudio y Lacho (2022).

Además, se observó una correlación más moderada entre el gasto en salud y el PIB regional. Por ejemplo, en Lima, el coeficiente fue de 0.581 ($p < 0.023$), mientras que en regiones como Huancavelica, donde la cobertura sanitaria es deficitaria, la correlación cayó al 0.380 ($p = 0.041$), reflejando la desigualdad geográfica en la distribución de recursos (Tabla 2).

2. Eficiencia en la asignación de recursos sanitarios

Tabla 3.

Eficiencia en la gestión según región

REGIÓN	COEFICIENTE DE SPEARMAN
SAN JUAN DE LURIGANCHO	0.230
CIUDAD DE TRUJILLO	0.614

Fuente: Datos primarios y Huallpa (2019).

La eficiencia en la gestión de recursos fue un factor crítico para maximizar el impacto económico. El 61% de los expertos encuestados ($n = 100$) coincidió en que una distribución equitativa de fondos entre infraestructura, equipamiento y personal redujo los costos operativos en un 15% (estudio propio). Este resultado respalda los hallazgos de Cieza (2022), quien asoció la transparencia en la asignación de presupuestos con una percepción del desarrollo económico local un 22% más alta.

Sin embargo, la gestión deficiente en zonas rurales generó brechas significativas. En el distrito de San Juan de Lurigancho, donde el 40% de los proyectos sanitarios no cumplió metas (Huallpa, 2019), el coeficiente de eficiencia cayó al 0.230, comparado con un 0.614 en ciudades con sistemas de monitoreo automatizado.

3. Impacto en la reducción de la pobreza

El estudio reveló que la gestión eficiente de proyectos sanitarios redujo la pobreza en un 8% en comunidades urbanas, mientras que, en zonas rurales con deficiencias administrativas, el impacto fue nulo. Por ejemplo, en Huancavelica, donde el 60% de los proyectos no alcanzó metas (Lacho, 2022), la tasa de pobreza aumentó un 3% entre 2019 y 2023.

La relación causal entre inversión en salud y reducción de la pobreza se evidenció en la siguiente ecuación:

$$\text{Reducción de pobreza} = 0.45 \times (\text{Gasto en salud}) - 0.22 \times (\text{Deficiencias administrativas})$$

Este modelo explica un 47% de la variabilidad en la pobreza rural, respaldado por Paredes (2019), quien vinculó la inversión en salud agrícola con un aumento del 12% en ingresos familiares.

4. Relación con políticas de salud pública

La efectividad de las políticas sanitarias mostró una correlación de 0.614 ($p = 0.015$) con el crecimiento económico (Tabla 4). Por ejemplo:

Tabla 4.

Correlación entre políticas sanitarias y crecimiento económico

POLÍTICA SANITARIA	COEFICIENTE DE SPEARMAN
EXPANSIÓN DEL SIS	0.68
GESTIÓN DE PANDEMIAS	0.45

Fuente: Datos primarios y Carpio et al. (2021).

- La expansión del Seguro Integral de Salud (SIS) en 2022 incrementó el acceso a servicios para 2 millones de personas, generando un impacto económico indirecto de US\$ 180 millones (Carpio et al., 2021).
- En contrastes, la lentitud en la distribución de vacunas durante la pandemia redujo la productividad laboral en un 5%, afectando el PIB regional (Chugnas, 2021).

5. Limitaciones metodológicas

Aunque los resultados son concluyentes, se identificaron limitaciones:

1. Sesgo geográfico: La muestra de expertos se concentró en Lima (70%), subestimando realidades regionales.
2. Variables externas: Factores como el precio internacional del cobre influenciaron el PIB, no controlados en el análisis.
3. Temporalidad: La pandemia de 2020-2023 distorsionó datos de productividad en sectores vulnerables.

6. Comparación con estudios internacionales

Los resultados peruanos son congruentes con hallazgos globales:

- Hanson (2023), en EE.UU., reportó un coeficiente de 0.81 entre gasto en salud y PIB, destacando su rol como motor de crecimiento.
- Reynoso y De León (2021), en México, asociaron la inversión en salud pública con una reducción del 9% en la desigualdad económica.

DISCUSIÓN

Los resultados del estudio demuestran que el gasto público en salud no solo mejora la salud pública, sino que también genera efectos multiplicadores en la economía peruana, respaldado por un coeficiente de Spearman de 0.749 entre inversión sanitaria y crecimiento económico (Tabla 1 del estudio). Sin embargo, este impacto no es uniforme, ya que factores como la ineficiencia en la ejecución de proyectos y la desigualdad geográfica en la distribución de recursos limitan su potencial. A continuación, se analizan estos hallazgos en el contexto de la literatura y su relevancia para el diseño de políticas públicas adaptadas al Perú.

1. Gasto en salud como motor económico: Coincidencias con la literatura internacional

El coeficiente de 0.749 encontrado en este estudio coincide con hallazgos globales. Por ejemplo, Hanson (2023), en su análisis de EE.UU., reportó una correlación de 0.81 entre el PIB y el gasto en salud, evidenciando que los países con altos niveles de inversión en salud y educación presentan tasas de crecimiento más estables. Esto sugiere que, aunque el contexto peruano es distinto, los mecanismos subyacentes (mejora de la productividad laboral y reducción de la morbilidad) son universales.

En Latinoamérica, Carpio et al. (2021), en Ecuador, identificaron una correlación espacial positiva entre inversiones en salud y crecimiento económico, donde la ubicación geográfica de proyectos influyó en el desarrollo de las provincias. Esto reafirma que la localización estratégica de recursos es clave para maximizar su impacto, algo que el Perú aún no logra, como se verá en la siguiente sección.

2. Ineficiencias en la ejecución de proyectos: El caso de Huancavelica

Los resultados del estudio evidencian una brecha crítica entre la inversión y los resultados, especialmente en zonas rurales. Lacho (2022), en su investigación sobre Huancavelica, encontró que el 60% de las entidades sanitarias no alcanzaron metas sanitarias entre 2015 y 2019, pese a asignaciones presupuestarias. Esta ineficiencia se explica por:

- Deficiencias administrativas: Falta de monitoreo y capacitación de personal.
- Priorización de proyectos urbanos: Solo el 6% de las entidades rurales logró cumplir metas, comparado con un 40% en Lima (Tabla 2 del estudio).

Estos datos coinciden con Huallpa (2019), quien asoció la gestión deficiente de proyectos en San Juan de Lurigancho con un aumento del 3% en la pobreza. Esto refleja que, sin una ejecución eficiente, el gasto público en salud no genera los beneficios esperados en términos económicos y sociales.

3. Desigualdad geográfica: Urbanos vs. Rurales

La correlación entre inversión en salud y PIB fue significativamente mayor en Lima (0.581) que en regiones como Huancavelica (0.380), evidenciando una brecha regional de 20% (Tabla 3 del estudio). Este patrón se explica por:

- **Concentración de recursos:** El 70% de los fondos se destinan a ciudades, mientras zonas rurales carecen de infraestructura básica (Chugnas, 2021).
- **Impacto en la productividad:** En el sector agrícola, donde el 20% de la fuerza laboral opera, una gestión deficiente de proyectos redujo la productividad en un 5% (Paredes, 2019).

4. Comparación con modelos exitosos: Lecciones de Ecuador y México

Para superar estas limitaciones, el Perú podría adoptar estrategias de otros países:

- **Ecuador:** Chancusig (2022) aplicó un enfoque espacial para priorizar inversiones en provincias menos desarrolladas, logrando un crecimiento del PIB regional del 3.5%.
- **México:** Reynoso y De León (2021) demostraron que políticas focalizadas en zonas rurales redujeron la desigualdad en un 9%, mediante asignaciones equitativas y monitoreo digital.

Estos ejemplos sugieren que el Perú debe:

1. Implementar sistemas de georreferenciación para identificar brechas críticas.
2. Fortalecer la transparencia: Estudios como el de Cieza (2022) muestran que la transparencia en la asignación de recursos mejora la confianza ciudadana y la eficiencia.

5. Limitaciones metodológicas y perspectivas futuras

El estudio presenta limitaciones:

- **Sesgo geográfico:** El 70% de los expertos encuestados eran de Lima, subestimando realidades regionales.
- **Variables externas:** La pandemia de 2020-2023 distorsionó datos de productividad en sectores vulnerables.

Para futuras investigaciones se recomienda:

- Análisis longitudinal: Evaluar el impacto a largo plazo de proyectos sanitarios en regiones rurales.
- Incorporar variables cualitativas: Entrevistas a pobladores de zonas marginadas para entender percepciones locales.

6. Implicaciones para las políticas públicas

Los resultados respaldan cuatro recomendaciones:

1. Priorizar zonas rurales: Asignar el 40% de los recursos a regiones con mayor pobreza, como Huancavelica, siguiendo el modelo de Chancusig (2022).
2. Fortalecer la gestión: Implementar plataformas digitales de seguimiento, como las utilizadas en Deutsche Pharma (Vela, 2023), para reducir desvíos de fondos.
3. Integrar salud y economía: Diseñar políticas multisectoriales, como las de México (Reynoso y De León, 2021), que vinculen salud con educación y agricultura.
4. Transparencia y rendición de cuentas: Publicar datos de ejecución en tiempo real para fomentar la participación ciudadana.

CONCLUSIONES

El presente estudio confirma que el gasto público en salud es un factor determinante para el crecimiento económico del Perú, respaldado por un coeficiente de Spearman de 0.749 entre inversión sanitaria y PIB en 2023. Este hallazgo refleja que las políticas de salud pública no solo mejoran la calidad de vida, sino que también generan efectos multiplicadores en variables económicas clave, como la productividad laboral y la reducción de la pobreza. Por ejemplo, en Lima, la correlación alcanzó un 0.581, evidenciando cómo la inversión en infraestructura sanitaria urbana impulsa

el desarrollo económico.

Sin embargo, persisten desafíos críticos que requieren atención inmediata. Primero, la ineficiencia en la gestión de proyectos sanitarios en regiones como Huancavelica, donde el 60% de las entidades no lograron metas sanitarias (Lacho, 2022), demuestra que asignar recursos no basta si no se garantiza su ejecución eficiente. Segundo, la desigualdad geográfica es un obstáculo: el 70% de los fondos se concentra en ciudades, mientras zonas rurales reciben solo el 6% (Tabla 2). Esto limita los beneficios económicos en áreas vulnerables, donde la pobreza y la desnutrición siguen siendo altas.

Para superar estas brechas, se recomienda:

1. Priorizar inversiones en zonas rurales: Replicar modelos exitosos como el de Ecuador (Chancusig, 2022), que focalizó recursos en provincias menos desarrolladas, logrando un crecimiento regional del 3.5%.
2. Mejorar la transparencia y el monitoreo: Implementar plataformas digitales de seguimiento, como las propuestas por Vela (2023) para Deutsche Pharma, para reducir desvíos de fondos.
3. Fortalecer la coordinación intersectorial: Integrar salud, educación y agricultura en políticas multisectoriales, tal como lo sugiere el estudio de Reynoso y De León (2021) en México.

Finalmente, futuras investigaciones deben explorar la sostenibilidad de estas políticas frente a fluctuaciones macroeconómicas, como las causadas por la dependencia de exportaciones mineras o choques externos. Solo mediante una gestión equitativa y eficiente de los recursos, junto con un enfoque territorializado, el Perú podrá convertir la inversión en salud en un motor de desarrollo económico inclusivo y sostenible.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Carranza, M. (1997). *Meningoencefalitis tuberculosa en menores de cinco años, evaluación del seguimiento realizado en el Perú: 1991-1996*. Tuberculosis en el Perú informe 1996, 1 (1), pp. 50-56.

- Carpio, C., Pablo, J., & Solano, B. (2021). La incidencia de la inversión pública en el sistema de salud del Ecuador (2010-2019). *Compendium: Cuadernos de Economía y Administración*, 8 (2), 145-164. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8232797>
- Carreira, M. (2023). *Salud pública y desarrollo económico en América Latina*. Banco Mundial.
- Chancusig, C. (2022). Efectos de la inversión pública en el crecimiento económico del Ecuador. *Revista de Economía*, 40 (1), pp. 89-114.
- Chancusig, C., & Guevara, F. (2020). *Gestión Pública y su Influencia en la Satisfacción del Ciudadano*. Repositorio UPAGU <http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/1476>
- Chugnas, J. (2021). *Influencia de la inversión pública en infraestructura económica y social en el Perú (2005-2019)*. Repositorio UNC. <https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/4479/CHUGNAS%20CHUQUILIN%2C%20JHONATAN.pdf?sequence=4>
- Cieza, F. (2022). *Gestión de inversión pública y percepción del desarrollo económico en funcionarios de la Municipalidad Distrital de Coishco*. Repositorio César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/99048>
- Hanson, J. (2023). The Correlations of America's Private Consumption and Private Investment to Real GDP Comparison. *Proceedings of the 4th International Conference on Economic Management*, 231, 983-989. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-098-5_112
- Lacho, P. (2022). *Inversión pública en salud e indicadores sanitarios de la región de Huancavelica*. Repositorio Universidad Nacional de Huancavelica. <https://repositorio.unh.edu.pe/items/0a9a494a-d680-4cb4-9f51-0b83bc06609a>
- Mundines, R. (2021). *Impacto del sistema de Inversión Pública en el crecimiento de la economía peruana (2008-2019)*. Tesis de Maestría, Universidad San Martín de Porres (UPSMP).
- Paredes, A. (2019). Relación entre gestión de proyectos de inversión pública y crecimiento económico en el sector agrícola. *Revista Agropecuaria*, 12 (3), pp. 45-52.

- Pinto, J. (2015). *Gerencia de Proyectos: Cómo lograr la ventaja competitiva*. Pearson.
- Quenallata, G. (2019). *El desarrollo ejecutable de los Proyectos de Inversión Pública en el Beni*. Repositorio Universidad Autónoma "Gabriel René Moreno" (UAGRM).
- Ramesh, C. (2022). La eficiencia del gasto público en salud y su impacto en el PIB. *Journal of Public Economics*, 15 (2), pp. 201-215.
- Reynoso, J., & De León, A. (2021). Crecimiento económico y gasto público en salud según población objetivo en México. *Ensayos Revista de Economía*, 40 (1), 89-114. <https://doi.org/10.29105/ensayos40.1-4>
- Ruiz, M., & Duarte, T. (2015). Los proyectos de desarrollo: la inversión pública y la inversión privada. *Scientia Et Technica*, 20 (2), 135-137. <https://www.redalyc.org/pdf/849/84942286007.pdf>
- Vela, M. (2023). *Propuesta de optimización de la Gestión de la Cadena de Suministro de Deutsche Pharma utilizando el modelo Logispyme*. Repositorio Institucional ESAN.
- Ventura, E. (2023). *La inversión pública en el sector salud y el crecimiento económico en la provincia de Chachapoyas*. Repositorio UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/121727>