

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
PROGRAMA DE ESTUDIO DE CONTABILIDAD



TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO

Las tecnologías de la información y comunicación y su incidencia en el desarrollo económico de los microempresarios durante la pandemia Covid-19, galería Sandoval, Distrito Piura, periodo 2020-2021.

Línea de Investigación:

Contabilidad

Autor (es):

Abad Zapata, Renzo Gabriel

Bernabé Lazo, Handry Adrián

Asesor:

Ms. Reyes Contreras, Marco Antonio

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8651-9836>

PIURA - PERÚ

2022

Fecha de sustentación: 2022/04/24

La presente tesis ha sido revisada y aprobada por el siguiente jurado:

Presidente : Mg. Adolfo Antenor Jurado Rosas

Secretario : Mg. Jorge Gallardo Zapata

Vocal : Mg. Paul Edgar Moscol Zapata

PRESENTACION

Señores miembros del jurado:

De acuerdo con el cumplimiento de las disposiciones del reglamento de grafos y títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, exponemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulado: Las tecnologías de la información y la comunicación y su incidencia en el desarrollo económico de los microempresarios durante la pandemia Covid-19, galería Sandoval, Distrito Piura, Periodo 2020-2021.

Desarrollado con el fin de obtener el título de Licenciado en Contabilidad. El Objetivo principal es Determinar la incidencia de las tecnologías de la información y comunicación en el desarrollo económico de los microempresarios durante la pandemia COVID-19, galería Sandoval, distrito de Piura, periodo 2020-2021.

A ustedes miembros del jurado, mostramos nuestro especial y mayor reconocimiento por el dictamen que se haga merecedor y correspondiente del presente trabajo.



Br. Abad Zapata Renzo Gabriel



Br. Bernabé Lazo Handry
Adrián

DEDICATORIA

Dedicada con todo mi corazón a Dios y a mi madre, pues sin su aliento diario no lo habría podido lograr. Por eso doy mi trabajo en ofrenda por su paciencia y amor madre mía.

Se la dedico al forjador de mi camino, a mi padre celestial, el que me acompaña y siempre me levanta de mi continuo tropiezo al creador de mis padres y de las personas que más amo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a dios por permitirme llegar hasta este tramo de la vida y también por darme una madre maravillosa que supo educarme, guiarme, aconsejarme y sobre todo ser una amiga; a ella le dedico este logro porque siempre ha estado conmigo en las buenas y en las malas.

Agradezco de ante mano a Dios por darme salud y bienestar y a mi familia por darme los medios necesarios para poder desarrollarme profesionalmente, a amigos y profesores que me acompañaron en mi trayectoria.

RESUMEN

La presente tesis tuvo como objetivo determinar la incidencia de las tecnologías de la información y comunicación en el desarrollo económico de los microempresarios durante la pandemia covid-19, galería Sandoval, distrito Piura, período 2020-2021. Se aplicó un diseño transaccional correlacional-causal; teniendo como unidad de análisis los estados financieros de los microempresarios, los cuales permitieron conocer el desarrollo económico de los 10 microempresarios. Además, se recolectaron datos adicionales con el fin de conocer la relación que existe con las variables empleando de instrumento del cuestionario, el cual fue aplicado a los 10 microempresarios de la galería. Los resultados reflejaron que los microempresarios tuvieron un incremento porcentual en las ventas con porcentajes de 176% y del 43% en los años que aplicaron las tecnologías. Así mismo, también 9 de cada 10 microempresarios tuvieron un incremento en su productividad, relación y comunicación con clientes y una reducción en sus costos. Según los resultado de la aplicación de la prueba estadística T-student para muestras relacionadas, se concluye que las tecnologías de la información y comunicación tienen una incidencia significativa en el desarrollo económico de los microempresarios debido a que la media cuando no aplicaron TIC fue de 12; mientras que la media cuando aplicaron correspondió a 31.

Palabras clave: tecnologías de la información y comunicación, desarrollo económico, productividad, ventas.

ABSTRACT

The objective of this thesis was to determine the incidence of information and communication technologies in the economic development of microentrepreneurs during the covid-19 pandemic, Sandoval gallery, Piura district, period 2020-2021. A correlational- causal transactional design was applied; having as unit of analysis the financial statements of the microentrepreneurs, which allowed to know the economic development of the 10 microentrepreneurs. In addition, additional data was collected in order to know the relationship that exists with the variables using the questionnaire instrument, which was applied to the 10 microentrepreneurs of the gallery. The results showed that microentrepreneurs had a percentage increase in sales with percentages of 176% and 43% in the years that the technologies were applied. Likewise, 9 out of 10 microentrepreneurs also had an increase in their productivity, relationship and communication with clients and a reduction in their costs. According to the results of the application of the T-student statistical test for related samples, It is concluded that information and communication technologies have a significant impact on the economic development of microentrepreneurs because the average when they did not apply ICT was 12; while the average when they applied corresponded to 31.

Keywords: information and communication technologies, economic development, productivity, sales.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

AGRADECIMIENTO	4
RESUMEN	5
ABSTRACT.....	6
INDICE DE CONTENIDOS	7
INDICE DE TABLAS.....	9
INDICE DE FIGURAS	10
I. INTRODUCCIÓN	11
1.1. Formulación del Problema	11
1.1.1. Realidad problemática	11
1.1.2. Enunciado del problema	14
1.2. Justificación	15
1.3. Objetivos.....	16
1.3.1. Objetivo general.....	16
1.3.2. Objetivos específicos.....	16
II. MARCO DE REFERENCIA	17
2.1. Antecedentes.....	17
2.1.1. A nivel internacional.....	17
2.1.2. A nivel nacional	19
2.1.3. A nivel local.....	21
2.2. Marco teórico.....	23
2.2.1. TIC.....	23
2.2.1.1. Teorías	23
2.2.1.2. Definición	24
2.2.1.3. Conocimiento del desarrollo de las TIC en el mundo ...	26
2.2.1.3.1. Situación de las TIC en el Peru	27
2.2.1.3.2. Progreso del índice de desarrollo TIC en el peru.....	28
2.2.1.3.3. Desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación	28
2.2.1.4. Implementación de las TIC	30
2.2.1.4.1. Implementación de las TIC en la empresa	31
2.2.1.4.2. Implementación de las TIC en la pequeña empresa ...	31

2.2.1.4.3. Implementacion de las redes sociales en la empresa..	31
2.2.1.5. Social Media	32
2.2.1.6. Influencia de las redes sociales para las empresas	32
2.2.2. Desarrollo economico	33
2.2.2.1. Teorías	33
2.2.2.2. Crecimiento económico	34
2.2.2.2.1. Margen comercial	34
2.2.2.2.1. Productividad del trabajo en las empresas.....	34
2.2.2.3. Índice de las TIC en la Productividad de las microempresas	34
2.2.2.4. Socio cultural	35
2.2.2.5. Político y administrativo.....	36
2.2.2.6. Las tic como motor en el desarrollo económico	36
2.3. Marco conceptual.....	37
2.4. Hipótesis	39
2.5. Variables	41
III. MATERIAL Y MÉTODOS.....	43
3.1. Material.....	43
3.1.1. Población.....	43
3.1.2. Marco muestral	43
3.1.3. Unidad de análisis	43
3.1.4. Muestra	43
3.2. Métodos	43
3.2.1. Diseño de contrastación	43
3.2.2. Técnicas e instrumentos de colecta de datos.....	44
3.2.3. Procesamiento y análisis de datos	45
IV. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	46
4.1. Presentación de resultados	46
4.2. Discusión de resultados	68
CONCLUSIONES	72
RECOMENDACIONES	73
REFERENCIAS.....	74
ANEXOS	83

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cuadro de operacionalización	41
Tabla 2: Técnicas e instrumentos de recolección de datos	44
Tabla 3: Respuestas de los microempresarios para las preguntas del conocimiento	47
Tabla 4: Año en que los microempresarios comenzaron a utilizar las TIC... ..	48
Tabla 5: Ingreso de los microempresarios de los años 2019, 2022 y 2021	49
Tabla 6: Respuesta de los microempresarios sobre la incidencia de las TIC en la productividad... ..	52
Tabla 7: Respuestas para evaluar el nivel sociocultural de los microempresarios antes de aplicar las TIC.....	54
Tabla 8: Respuestas para evaluar el nivel sociocultural de los microempresarios después de aplicar las TIC.....	55
Tabla 9: Respuestas de los microempresarios sobre el conocimiento de los portales del estado y/o instituciones independientes antes de conocer e implementar las TIC	58
Tabla 10: Respuestas de los microempresarios sobre el conocimiento de los portales del estado y/o instituciones independientes después de conocer e implementar las TIC	59
Tabla 11: Resultados de los microempresarios sobre la incidencia de las TIC en el desarrollo económico de los microempresarios	62
Tabla 12: Valores resultantes para la prueba de estadística y-student	63

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Nivel de conocimiento de los microempresarios con respecto a las tecnologías de la información y comunicación	48
Figura 2: Año en que comenzaron a utilizar las TIC.....	49
Figura 3: Microempresarios que aplicaron las TIC en el año 2020	50
Figura 4: Microempresarios que aplicaron las TIC en el año 2020	51
Figura 5: Ingresos de los microempresarios cuando utilizaron las TIC y cuando no utilizaron las TIC.....	51
Figura 6: Incidencia de las TIC en la productividad de las microempresas...	53
Figura 7: Nivel sociocultural de los microempresarios antes de aplicar las TIC	55
Figura 8: Nivel sociocultural de los microempresarios después de aplicar las TIC.....	56
Figura 9: Nivel socio cultural de los microempresarios antes y después de conocer e implementar las TIC.....	57
Figura 10: Nivel de alcance de los portales del estado y/o organizaciones independientes antes de conocer e implementar las TIC.....	59
Figura 11: Nivel de alcance de los portales del estado y/o organizaciones después de conocer e implementar las TIC.....	60
Figura 12: Nivel político y administrativo de los microempresarios antes y después de conocer e implementar las TIC	61
Figura 13: La incidencia del conocimiento e implementación de las TIC en las tres dimensiones del desarrollo económico de los microempresarios	62
Figura 14: Prueba estadística de la hipótesis general	64
Figura 15: Prueba estadística de la hipótesis específica 1	65
Figura 16: Prueba estadística de la hipótesis específica 2	66
Figura 17: Prueba estadística de la hipótesis específica 3	67

I. **INTRODUCCION**

1.1 Formulación del problema

1.1.1 Realidad problemática

Actualmente en Perú los micro y pequeños emprendimientos han pasado a un cambio distinto debido a la pandemia del Covid-19. Según Herrera (2020), “La cual género que dichos emprendimientos colapsaran en su economía debido a la crisis que dejó la cuarentena, lo que conlleva a la aparición de permutas drásticas en los planes de estos micro y pequeños negocios incluyendo, el cambio radical del pensamiento tradicional en lo que corresponde vínculos laborales y la adhesión de tecnologías de la información y comunicación más utilizadas como las redes sociales. (pág. 1). En tal sentido, mediante la coyuntura que se vivió los empresarios tienen que empezar a innovar en la manera de vender sus servicios y productos aprovechando al máximo los medios y herramientas que brinda la internet.

La mayoría de los emprendimientos que surgieron ya están aplicando el funcionamiento remoto. Según Covi (2007) el 60% de emprendimientos, se han mantenido en funcionamiento, pero el 40% restante de ellos aplicó un formato remoto en el país, agregado a esto que uno de cuatro negocios ya ha cambiado su formato demostrando así la alta versatilidad y adaptación que muestran los negocios españoles, ello logra que existan nuevas oportunidades de emprendimiento y la mejora tanto tecnológica como económica para el futuro de los negocios. Comprendiéndose así que los negocios al utilizar las tecnologías de información y comunicación tienden adaptarse con facilidad y a su vez a contribuir en el desarrollo económico para el porvenir de estas.

En nuestro país predominan las pequeñas y micro entidades, aquellas que han sido impactadas en gran medida por la coyuntura de la crisis económica generada por la covid-19.

Según ComexPeru (2021), “La pandemia ha provocado de forma severa que aproximadamente 3.1 millones de micro y pequeñas empresas fueran afectadas económicamente, y se determinó que en el 2020 existió un 48.8% menos de micro y pequeñas empresas que en el 2019”. En tal efecto, nos dice que la pandemia provoco el decrecimiento de las micro y pequeñas empresas y como consecuencia que las personas fuesen suspendidas perfectamente en el ámbito laboral, lo que en su efecto permitió utilizar este antecedente como impulso para buscar otros mecanismos en la obtención de ingresos a las empresas.

En el Perú las microempresas constituyen la mayor parte de la economía de abastecimiento con los productos básicos de primera necesidad. En los barrios de Piura, las microempresas representan una de las vertientes de venta más preponderantes en las familias y mantienen una participación mayor al 70% que corresponde a las ventas minoristas. Ello predomina en la población de los sectores medio, bajo y muy bajo con una característica de capacidad limitada de compra, las bodegas tienen una costumbre arraigada pronunciada en los barrios de Piura, agregado a esto destacan en el abastecimiento de productos de la canasta básica familiar que fue vulnerada en la coyuntura de la pandemia por la carencia de ciertos productos de primera necesidad generando así que haya un incremento de precios que tengan por consecuencia un colapso económico para la región y el país.

Las tecnologías de información y comunicación al pasar los años innovaron y se mejoraron significativamente con el uso frecuente del internet, con el objetivo de saciar las necesidades de los usuarios que incluye a los microempresarios en su desarrollo económico, sin embargo, las tecnologías no eran aún reconocidas ni desarrolladas por estos microempresarios, ya que solamente un

grupo determinado de microempresarios (jóvenes) daban uso a estas potenciales herramientas, pero sin explotarla al máximo. La mayoría de las ventas se manejaban presencialmente y se publicitaban de manera tradicional.

A pesar de la crisis económica ocasionada por la pandemia el impacto que tuvo el covid-19 en el uso de las tecnologías de la información y comunicación fue positivo, puesto que el confinamiento impulso a empresa y consumidores a incursionar en el ámbito digital, acelerando el acercamiento del manejo de plataformas digitales, con ello permitiendo que la gran mayoría de las actividades de los microempresarios se digitalicen. Hoy en día el comercio electrónico tiene un manejo frecuente puesto que es una pieza indispensable del negocio principal de la mayoría de los microempresarios.

Esta investigación se llevó a cabo en la galería Sandoval, que se encuentra ubicada en la avenida Blas de Atienza Mz. 208 2001 distrito de Piura, la cual se viene desarrollando desde 2013, aquí se aborda la siguiente problemática, la coyuntura de la pandemia disminuyó las principales fuentes de ingresos de los microempresarios a consecuencia de la cuarentena en la cual se vieron inmersos todos los peruanos, ello condujo que se vean afectados en sus finanzas y economía para solventar sus gastos, producto a ello los microempresarios tuvieron que adaptarse a esta nueva coyuntura al incorporar herramientas de difusión y venta a través del internet como lo fueron las redes sociales, páginas web y aplicativos de celular entre otras tecnologías de información y comunicación para prosperar en la crisis que golpeó tan fuerte el desarrollo económico de estos negocios.

Debido a la pandemia los microempresarios empezaron a utilizar distintos tipos de métodos de venta. Según Galván, Hernández y López (2018) es preponderante indicar que

actualmente la gran mayoría de entidades o negocios han tomado la decisión de generar páginas web, aplicaciones o sus perfiles en redes sociales para mostrarse en el mercado y encontrar a posibles clientes, con el objetivo de tener una interacción y comunicación pronunciada con sus clientes y nuevos interesados, lo cual de cierta manera genera un público comprendido por conjuntos de personas que tienen los mismo intereses, ideales; conectadas entre sí y aportando lazos a la comunidad por ello la gran importancia de la incorporación de estas potenciales herramientas. Asimismo, esto demuestra que los microempresarios optaron por incluir estas herramientas como medio para mantener a su público interesado y mejorar sus ventas significativamente a las ventas tradicionales.

El propósito de esta tesis es explicar la incidencia que tienen estas herramientas (Tecnologías de la Información y la Comunicación) en el desarrollo económico de los microempresarios en la pandemia Covid-19.

1.1.2 Enunciado del problema o interrogante

¿De qué manera las tecnologías de la información y comunicación incide en el desarrollo económico de los microempresarios durante la pandemia COVID-19, galería Sandoval, distrito de Piura, periodo 2020-2021?

1.2 Justificación

Teórica

La presente investigación se justifica porque se profundizará en las teorías de las tecnologías de información y comunicación según hullanca (2019) y en las teorías del desarrollo económico a partir de los aspectos contables, las aristas burocráticas y las políticas empresariales según Aghón, Albuquerque, Cortés y Finot (2001).

Práctica

El propósito de nuestra investigación es dar a conocer la incidencia que existe en la implementación de las TIC y el desarrollo económico de los microempresarios de la galería Sandoval, puesto que la coyuntura de la pandemia los dejó fuertemente afectados en los ingresos y es ahí donde estas herramientas fueron implementadas para la optimización y mejora en la difusión de sus productos o servicios, sus operaciones y sus ingresos por venta.

Metodológica

La presente investigación se acredita por la aplicación de instrumentos para dar medición de las variables mismas que podrían ser empleadas en otras investigaciones posteriores, los cuales serán cuestionarios de preguntas cerradas y revisiones documentales, siendo un estudio correlacional, la que pretende demostrar la relación entre las TIC y el desarrollo de las microempresas en la provincia de Piura periodo 2020-2021.

Social

La presente investigación contribuirá en un aspecto informativo al involucrar las tecnologías de la información y la comunicación en los microempresarios para acontecer cambios positivos en el desarrollo del país, también marcará un punto de quiebre, ya que se pretende generar una nueva alternativa de método para llegar al público y satisfacer las necesidades de sus negocios y sus clientes.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Determinar la incidencia de las tecnologías de la información y comunicación en el desarrollo económico de los microempresarios durante la pandemia COVID-19, galería Sandoval, distrito de Piura, periodo 2020-2021

1.3.2 Objetivos específicos

1.3.2.1 Evaluar el conocimiento y la implementación de las TIC en el crecimiento económico de los microempresarios durante la pandemia COVID-19, galería Sandoval, distrito de Piura, periodo 2020-2021.

1.3.2.2 Evaluar el conocimiento y la implementación de las TIC en el nivel socio cultural de los microempresarios durante la pandemia COVID-19, galería Sandoval, distrito de Piura, periodo 2020-2021.

1.3.2.3 Evaluar el conocimiento y la implementación de las TIC en el nivel político y administrativo de los microempresarios durante la pandemia COVID-19, galería Sandoval, distrito de Piura, periodo 2020-2021.

II. MARCO DE REFERENCIA

2.1. Antecedentes

Debido a la escasas de investigaciones que presenta la variable desarrollo económico se busca investigaciones similares a la variable antes mencionada.

2.1.1. A nivel internacional

Peres y Hilbert (2009) en su investigación nombrada como *La sociedad de la información en América Latina y el Caribe, Santiago de Chile, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)*; la presente investigación tuvo como objetivo determinar el impacto de la digitalización de los procesos en las diversas áreas de la economía de América latina en la cual se aplicó un estudio con enfoque analítico donde se determinó que la contribución de la TIC se dio en aspectos como: Incremento económico, modernismo gubernamental y equidad. Su característica transversal admite su aplicación como una herramienta promotora del progreso y desarrollo en distintas áreas de las actividades sociales y económicas. Puesto que la utilización de ERP, SCM, CRM y la digitalización de los procesos se manifestó positivamente en diversas áreas de aplicación como educación, la administración pública y los negocios. Concluyéndose así que las estrategias de TIC son herramientas que impulsan la conectividad y el desarrollo, sin embargo, deben complementarse con otras condiciones para su desarrollo óptimo, eficaz y seguro.

Campos y Nauro (2007), en su investigación denominada *¿Cuál es el impacto relativo del marco regulatorio en ¿La difusión de las tecnologías de la información y las comunicaciones? Evidencia de América Latina, 1989-2004; Chile, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)* tiene como objetivo responder la interrogante de "la

relación entre las TIC y el desarrollo, ha tenido repercusiones positivas apreciables" en la cual se aplicó una metodología cualitativa y cuantitativa, la cual dispuso de datos para evaluar en qué medida los países han avanzado como sociedades de la información. El debate sobre las repercusiones de las TIC de acuerdo con el crecimiento económico. En la cual se encontraron que Jorgenson y VU junto a 7 economistas afirman que las TIC tienen una incidencia de gran alcance en especial en los países desarrollados según sus respectivas investigaciones, mientras que Levine y Renelt junto a 4 economistas mencionan lo contrario en sus respectivas investigaciones. Concluyéndose en que algunos economistas defienden que las tic tienen una repercusión positiva en cuanto al alcance general y mayormente en países desarrollados.

Quiroga, Torrent y Murcia (2017), En la presente investigación denominada como "Usos de las TIC en América Latina: una caracterización", Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables. Universidad Cooperativa de Colombia (UCC). Colombia. El objetivo de la investigación consiste en analizar estadísticamente el estado real y manejo de estas herramientas en américa latina evaluándolo en tres periodos del año dos mil. Se utilizó el método ANOVA con una variable medida y simple, manejada con una prueba F. las técnicas manejadas fueron de manera sistemática usando factoriales y clústeres, con un estudio transversal y variables proxis, la muestra fue de veintidós países de la población de treinta y dos países. Los resultados reflejaron en clústeres diferenciados el comportamiento de las TIC. Hallándose cooperaciones económicas de asociación fuerte en los 32 países de estudio. Concluyéndose que la aplicación de estas herramientas en américa latina es secundaria para la mayoría de América latina frente a investigaciones previas

concernientes a la estructura macroeconómica y microeconómica de los países desarrollados.

Gino Molin y Juan Gazzaneo (2020) En su tesis titulada *“Las Tecnologías de Información y el Crecimiento Económico: Un recorrido de 360 grados”*, Departamento Académico de Economía de la Universidad de San Andrés. Victoria, Buenos Aires, Argentina año 2020. El presente trabajo tuvo como objetivo estudiar las implicancias que tienen las tic en el incremento económico de un país y como se articula particularmente a través del emprendedurismo y la pobreza. Siguiendo una metodología cualitativa, revelando los resultados de investigación que en líneas generales las TIC tienen un impacto positivo en la economía, estimándose que el sector de las TIC aumento una tasa promedio anual del 43% durante los últimos 30 años indicándonos que la India logro desarrollarse exitosamente en este sector. Concluyéndose que para que exista un impacto notable en estos ámbitos se tienen que implementar diferentes formatos, dependiendo del contexto político, social, tecnológico e institucional del país, puesto que toda inversión en tic debe tener en consideración que tan preparada esta la demanda.

Baladrón (2020) en su investigación denominada *“La transformación digital de la docencia universitaria en comunicación durante la crisis de la COVID-19 en España: una aproximación desde la perspectiva de alumnado”*, se determinó como objetivo detallar desde la manera en cómo lo observa el alumnado, como es que se percibe a la vista del alumno el procedimiento de transformación de la presencialidad a la educación virtual o también llamada digital, utilizando una metodología descriptiva, aplicando el cuestionario de estructura cerrada, ello como instrumento de recolección de información. El

autor en sus resultados encontró que la institución universitaria optó idóneamente en gestionar los parámetros para la delimitación en la docencia digital o virtual, producto al COVID-19, situación que mostró las falencias, carencias y límites de la tecnología digital comunicativa en el rubro de instituciones educativas. Concluyéndose que la importancia radica en el profesor como vertiente al conocimiento y orientación que debe aportar a los alumnos, para que estas instituciones se adapten adecuadamente y mejoren en su proceso digital de la nueva coyuntura.

2.1.2. A nivel nacional

Cajo y Tineo (2016), en la presente tesis denominada como “Marketing online y la fidelización del cliente en la entidad corporación kyosan e E.I.R.L. 2016”, realizada en la Universidad Señor de Sipán – Chiclayo, Perú. Como objetivo se tuvo determinar la relación entre el marketing online y la fidelización del cliente de la entidad kyosan E.I.R.L. La metodología empleada fue el método mixto con una investigación descriptiva, correlacional y propositiva. Mostrándose como resultado una correlación positiva considerable de 0.806 según el coeficiente de Pearson que relación el marketing online y la fidelización del cliente. Concluyéndose así que los métodos de marketing vía internet o estrategias online planteadas y hechas en la entidad como alternativa para resguardar, optimizar la fidelidad de sus clientes, encontrándose que la elaboración de la página web dispuso de herramientas para la factibilidad en las compras de los consumidores, y el origen de un perfil en Whatsapp y en Facebook, para guardar interacción con los mismos logrando así una mejor posición en el mercado y un incremento significativo en sus ingresos.

José Jonathan Huallanca Carbajal (2019) En la presente tesis denominada “análisis del uso de tecnología de información y su influencia en el crecimiento económico en la mediana y pequeña empresa en la ciudad de Chíncha, 2019”. Siendo como objetivo de tesis investigar el manejo de la tecnología de información y su influencia en el incremento económico de la MYPE de la ciudad de Chíncha. Posee una metodología descriptiva no experimental. Obteniendo como resultados que el 70% de la población de Chíncha tiene un crecimiento muy alto, el 25% posee un crecimiento alto y el 5% un crecimiento medio. Concluyéndose que la aplicación de la TIC tiene una asociación pronunciada con respecto al crecimiento económico de la MYPE de la ciudad de Chíncha.

Gonzales y Pacheco (2016), en su tesis titulada Políticas públicas de tecnologías de la información y comunicación para la internacionalización de las empresas peruanas de software: estudio de caso del periodo 2003-2013, Universidad Católica del Perú. Siendo el objetivo de la tesis investigar las políticas públicas de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) elaboradas por las instituciones gubernamentales afines al sector, en el periodo 2003-2013. Utilizándose como metodología experimental y una metodología cuantitativa. Encontrándose como resultado las principales políticas públicas de TIC, sobre la base de los Factores Críticos de Éxito. Se concluye que el resultado del análisis del trabajo de campo, se presenta las bases sólidas de la industria peruana de un software consolidado, que se adapte al desarrollo de los demás sectores y se logre una internacionalización de sus empresas.

2.1.3. A nivel local

Quinde, M. (2011), En su tesis titulada como “las TIC en el Perú desde el desarrollo sostenible: una propuesta para las

zonas rurales” (cursiva) Universidad de Piura. Facultad de Ingeniería. Programa Académico de Ingeniería Industrial y de Sistemas. Piura, Perú. El objetivo de la tesis analizar el desenvolvimiento de la TIC en el Perú en cuanto al desarrollo sostenible, proponiendo un enfoque adecuado para trasladar los proyectos tic a las zonas rurales del Perú. Posee una metodología cuantitativa y cualitativa obteniéndose los siguientes resultados para convertirse en una sociedad de la información que garantice el desarrollo, el país tiene que afrontar tres fases (preparación, uso y habilidades). Encontrándose el Perú en la primera fase puesto que no ha logrado con éxito ampliar la infraestructura de las TIC en todo el Perú, particularmente en sus zonas rurales. Concluyéndose que se encuentra aún el País en fase de desarrollo de la TIC, teniendo así pendiente la expansión homogénea de infraestructura y aplicación de las herramientas tecnológicas dentro del Perú. También destacándose la problemática de difundirlas en zonas rurales.

Coronado (2019), en su tesis “Estrategia de marketing digital para posicionar el restaurante Cumpa en la Ciudad de Piura, 2018”, Escuela Académico profesional de Marketing y Dirección de Empresas, Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Cesar Vallejo (UCV), tiene por objetivo diseñar estrategias de marketing digital para posicionar el restaurante Cumpa en la ciudad de Piura, 2018. Empleándose una metodología cuantitativa para elaborar la tesis, aplicando la guía de análisis y el cuestionario como herramienta de recopilación de datos. Elaborándose con 180 colaboradores como población. Obteniéndose como resultado que las propuestas contienen mayores porcentajes respecto a estrategias de marketing uno a uno, atracción con marketing, retención con marketing y recomendación con marketing.

Concluyendo que se constituye a ser rudimentario el generar contenido relevante y constante para los clientes, originándose en las distintas plataformas que los clientes más consumen como son las redes sociales, siendo la finalidad de esta investigación el marcar la relevancia de generar contenido con respecto al valor agregado del producto y motivar a los consumidores a tener presente la marca y diferenciarla del mercado.

Pulache (2016), en su tesis denomina “Componentes del marketing en el proceso de decisión de compra en el restaurante Caracol Azul horario nocturno, Piura – 2016”, Escuela Académico Profesional de Marketing y Dirección de Empresas, Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Cesar Vallejo (UCV), teniendo como objetivo determinar las estrategias de marketing digital que influyen en las fases de determinación de compra en el restaurante, siguiendo con una metodología no experimental descriptiva, con lo que se obtuvo como resultado que los componentes del marketing que participan en el proceso de decisión de compra de los posibles clientes del restaurante Caracol Azul son el precio, la plaza y la promoción. Concluyendo que la finalidad fue enfocar la toma de decisiones con respecto la compra y selección del restaurante, ello va a depender del contenido que la entidad de a transmitir mediante las diversas plataformas digitales que existen.

2.2. Marco teórico

2.2.1. TIC

2.2.1.1. Teorías

Según Huallanca (2019) define a las tecnologías de la información y comunicación como grupo de tecnologías que proporcionan tratamiento, acceso, comunicación, producción e información

representada en múltiples códigos (texto, sonido y video) y que su relevancia dará resultados cuando exista un nivel de conocimiento de estas y una implementación canalizada de manera detallada, creativa e innovadora.

El conocimiento basado en la experiencia que un individuo absorbe tácitamente se denomina 'conocimiento tácito', y el conocimiento aprendido de forma lógica o externa se denomina 'conocimiento explícito'. Las pequeñas empresas buscan un equilibrio entre la I+D interna y la adquisición de conocimientos externos. Porque este es uno de los aspectos más fundamentales en materia de innovación. Desde un punto de vista estratégico, los recursos internos de una empresa cumplen una doble función en la innovación. Esto se debe a que determina la capacidad de usar y aprovechar el conocimiento externo. Indica que hay un cambio fundamental y sistémico en la forma en que se realizan las actividades

Hay evidencia de estudios de pequeñas empresas en el ámbito de la tecnología de que la gestión del conocimiento asistida por TI fomenta la innovación y mejora tanto la productividad como la rentabilidad de la organización. Un estudio reciente de las PYME en el sector industrial (manufactura) muestra que la gestión del conocimiento tiene un vínculo significativo con la innovación, lo que permite la creación de nuevos productos, la mejora de procesos y el impacto en el rendimiento operativo y financiero.

Según Casalet (2004), las funciones que realizan las TIC son:

- Información: brinda datos rápidos e información sobre la entidad.
- Transacción: Se realiza un acuerdo y se intercambia información entre dos o más partes participantes del mercado.
- Integración: Colaboración en línea entre Addendums de Negocios, clientes y/o proveedores de servicios o productos.

•Una forma más flexible de administración organizacional para implementar proceso de producción en menos tiempo. (pág. 22)

2.2.1.2. Definición

Se define como un grupo de tecnologías que proporcionan acceso, tratamiento, comunicación y producción e información, representada en distintas claves (texto, sonido y video) (pág. 27)

Las tic se refiere a un conjunto de herramientas múltiples tecnológicas aplicadas para procesar, almacenar, facilitar y transmitir información. (pág. 17)

El componente icono de las tecnologías de la información es el computador, en especial el internet. También los elementos que conforman estas tecnologías como tarjetas de memoria, discos versátiles digitales, televisión digital terrestre (TDT), etc. Son indispensables elementos para las personas y las empresas, ya que en todos los niveles de nuestra sociedad actualmente están presentes desde gobiernos, hegemonías empresariales, pymes, escuelas, instituciones de estudios superiores, asociaciones, grupos y familias. (pág. 27)

La implementación de las tic en la sociedad y la economía del mundo ha conllevado a que surjan nuevos términos como lo son el comercio electrónico, gobierno electrónico, salud electrónica, educación a distancia, inclusión social digital o el acceso a las tecnologías de los grupos excluidos socialmente, habilidades para el uso de las TIC, trabajo remoto, entre otros. (pág. 17)

En la actualidad donde la mayor parte de las empresas se han introducido a entornos virtuales, es fundamental que las juventudes emprendedoras apliquen las tecnologías de la información y la comunicación para aumentar la productividad y aprovecharse de la gama de beneficios.

Habilite la toma de decisiones: las TIC facilitan el acceso y el análisis de la información para que pueda identificar oportunidades de mejora comercial, recopilar ideas de clientes y tomar la mejor decisión para crecer mucho más fácil. El software de gestión comercial, la aplicación de las redes sociales y la administración de bases de data es importante.

Mejora de la comunicación: La comunicación dentro y fuera de la empresa es un activo fundamental del éxito. Para ello, se pueden utilizar llamadas telefónicas, correos electrónicos, SMS, redes sociales e incluso WhatsApp para un diálogo activo entre el equipo de trabajo y los clientes.

Genera que la empresa crezca. Tener un sitio web, comercio electrónico y redes sociales puede ayudar a las PYMES a aumentar los ingresos y globalizarse.

El marketing electrónico se convirtió en el instrumento esencial durante la pandemia, ya que puede generar oportunidades de ventas, ampliar su negocio y vender más productos. Simplifica los procesos: Las herramientas técnicas facilitan las funciones administrativas. Es por esto por lo que la aplicación de las TIC facilita mucho las actividades de planificación, contabilidad, organización y seguimiento. No solo ahorra tiempo y recursos, también mejora la productividad y los resultados.

Densidad de la información: reduce los procesos de almacenamiento y la comunicación de la data e información con mejor calidad.

Tecnología social: Los nuevos modelos sociales dan la oportunidad de que los usuarios creen y difundan su contenido comercial. Además de poder comprender lo que le interesa y anhela el cliente potencial. (pág. 1)

2.2.1.3. Conocimiento del desarrollo de las tic en el mundo

En la membrana social están profundamente arraigadas las tecnologías de la información y comunicación y constituyen a ser parte

de la forma en la que manejamos nuestros negocios, nos relacionamos, interactuamos, conocemos acerca del mundo e incluso nos nutrimos. Puesto que en el mundo se encuentran aproximadamente 5000 millones de celulares, es más global el alcance de las tic, pese a su ubicuidad casi total, las ventajas y aprovechamiento de estas tecnologías siguen teniendo diferentes igualdades, ya que el acceso del grupo mundial de la información no brinda inmediatamente la posición del integrante.

En el 2013, 2700 millones de usuarios usaban internet siendo el 40% del número de habitantes que conformaban el mundo. En el primer mundo en estas naciones el 77% de pobladores se conectaban a internet, siendo 826 millones damas y 980 millones hombres. Otras naciones como las de vía en desarrollo solo 31% de habitantes se conectaban a internet teniendo a 475 millones mujeres y 483 millones hombres. Presentándose un promedio que en las naciones del primer mundo se conectaban a internet un 75%, teniendo el segundo puesto tenemos a américa con un 61% y presentando a áfrica con 16% de usuarios conectados a internet. (pág. 18)

2.2.1.3.1. Situación de las tic en Perú

La Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU, por sus siglas en inglés) crea un Índice de Desarrollo de las TIC lo evalúa y determina para los diferentes países, entre uno de ellos Perú. Otra función es la de buscar representar diversas exterioridades del desarrollo social y económico para evaluar el progreso de las TIC entre naciones y encontrar huecos digitales.

En el Perú se manifestó un gran progreso en el índice de desarrollo de las TIC desde el año 2015, ello debido a las políticas del gobierno al implementar lo electrónico esto generó que se fomente el uso de las TIC, se identificó y ejecutó por parte de cada gobierno regional proyectos de conexión que permitieron que la cantidad de internautas sigan incrementando en cada región en particular.

2.2.1.3.2. Progreso del índice de desarrollo tic en el Perú



Fuente: International Telecommunication Union (ITU)

Con el informe del Índice de desarrollo de las TIC se pueden tomar decisiones sobre los aspectos que pueden mejorar los recursos en las TIC para incrementar la competencia, disminuyendo la distancia o grieta digital que existe aún en el país y progresa la oportunidad en el Perú de tener mayor presencia digital para más habitantes. Así el Perú tendrá una mejora en su índice de desarrollo de las TICs a un nivel internacional.

2.2.1.3.3. Desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (empresa)

Para las diligencias de la empresa las tic cada vez son aplicadas en el soporte y sistematización de funciones, ya que por ellas importantes beneficios han conseguido las empresas entre ellos tenemos llegada a más número de compradores, mejora de las operaciones, mejora de los recursos, la incursión a otros mercados y aperturas, un juicio preciso y significativo sobre la necesidad del cliente para brindar un mejor servicio y una relación más cercana, no solo con los trabajadores sino también con los clientes y sus proveedores. Las TIC aumentan notablemente la eficacia de los negocios.

La aplicación de la TIC en las distintas áreas de la empresa han dado como resultado un ahorro de costes como consecuencia una

mejoría en la administración de los flujos de la información, esto permitiendo conseguir un valor agregado a las actividades de operación y de administración empresarial, además de obtener ventajas en la competitividad, mantenerse en el mercado y enfocarse en el negocio.

Así mismo, la utilización de las TIC junto con el uso del internet, pagos electrónicos, tarjetas de crédito y entre otras operaciones cambiaron la manera habitual de realizar las formas, tanto para los que trabajan en el estado, en entidades privadas, que trabajan de manera independiente y de las que dirigen personal. Es por ello por lo que se han expandido los procesos empresariales como la manufactura y las ventas en función de las TIC.

El implementar tecnología en los procesos de las empresas no garantiza de beneficiarse de estas ventajas. Las TIC constituyen a ser fundamentales para la optimización de la producción de las entidades, el control, la calidad y la cercana comunicación entre otras ventajas, su integración tiene que llevarse a cabo de manera audaz e inteligente. Como tenemos:

- Apoyo a las PYMES en la creación de estrategias para vender los productos mediante la internet.
- Educación remota para la capacitación de empleados.
- Dar a conocer conocimientos para la empleabilidad (trabajo grupal, motivación, responsabilidad, etc.)
- Proponer nuevas maneras de trabajo como el trabajo desde casa.

Con la integración de las TIC se darán a conocer las empresas a un mercado con gran cantidad significativa de clientes potenciales accediendo a importantes beneficios sin que grandes inversiones se realicen y soportes publicitarios exitosos.

Constituyen a ser una excelente oportunidad de negocio y de contacto, así como las plataformas digitales. Tenemos a las redes

sociales que pueden conectar de una forma sencilla a las organizaciones, profesionales, proveedores y clientes que tengan un interés en las actividades del negocio, esto permitirá que interactúen en ese mismo momento con el cliente o dar a conocer novedades del negocio aportando valor agregado a la entidad.

En la 90% que competen a los planes de inserción de la tic no es por los software ni por los sistemas, sino más bien por el hecho en que las personas no tienen el conocimiento suficiente en cuanto a su propia entidad o sus procesos organizacionales.

Otra cuestión importante que detallar es que las entidades que suelen tener un gran abarcamiento para favorecerse de la tecnología son entidades que previo a sumar un elemento tecnológico, primero explican detalladamente cual será la consecuencia para la empresa, así también la finalidad es que toda toma de decisión sobre la tecnología aporte a optimizar la productividad de la entidad y el negocio de uno mismo. (pág. 50)

2.2.1.4. Implementación de las tic

Se sostiene que las tecnologías de la información y comunicación contribuyeron al desarrollo económico, la actualización gubernamental y el manejo de la equidad. Su multifunción permite que se utilice como instrumento impulsor del crecimiento en distintas áreas de la actividad social y económica.

La incidencia económica de las tic difiere en cada país también en los que no tienen problemas en el acceso a la semejante tecnología, una importante condición imprescindible para incrementarlo es el avance de iniciativas que complementan a las tic, como por ejemplo en áreas de la investigación, de la educación y el desarrollo. (pág. 37)

2.2.1.4.1. Implementación de las tic en la empresa

Hernández (2008) las TIC son necesarias para considerar puesto que están en cada fase de la generación de plusvalía. Transforman las

diligencias de plusvalía en dos vertientes, al principio, en la forma en la que se realizan y segundo en la manera en la que se asocian entre las diligencias.

Scheel (2005) describe que las empresas alcanzan una óptima competitividad cuando aplican las TIC para dirigirse a diferentes diligencias empresariales y brindar un apoyo a los niveles altos de la organización para el cumplimiento de metas.

En esta idea se tiene que reconocer la optimización generadas por las tic para enseñar sus atractivos y mostrar estrategias auténticas de aplicación en la macroeconomía nacional y regional.

2.2.1.4.2. Implementación en las tic en la pequeña empresa

El involucramiento de las tic, cada vez se ve más pronunciadas en las empresas, así pues es preponderante conocer las tic para mejorar sus competitividad realizaron una investigación para determinar los componente imprescindibles que generan el éxito e las soluciones que brinda la red así como e-busises y ecommerce en pequeñas y medianas empresas de corea y encontraron que el motivo mas importante del éxito eran la competitividad en las tic de los gerentes, administradores y directores.

El segundo componente es el soporte del estado en la aplicación de las TIC concluyéndose que los emprendedores de la totalidad de países han llegado a comprender el rol imprescindible que tienen las TIC y como transforman sus negocios como impulsando su incorporación y aumentando las capacidades tecnológicas (pág. 5)

2.2.1.4.3. Implementación de las redes sociales en la empresa

La popularidad creciente de las plataformas como por ejemplo Facebook, Instagram y tiktok en los negocios se han posicionado en una apuesta empresarial para manejarse como plataformas de software sociales para los negocios” (pág. 3).

Los distintos cambios tecnológicos han traído otro cambio cultural donde los negocios se adaptan y descubren como conseguir el mayor beneficio de una nueva manera de laborar, llegando a una nueva comprensión de la connotación misma del trabajo, en el caso puntual de las redes, estas ventajas y beneficios son reales, sin embargo, solo se dará regularizando de manera creativa su aplicación.

2.2.1.5. Social media

La comunicación entre empresa y cliente ha sido cambiada en la manera en que se concibe por las redes y medios sociales. Las herramientas revolucionaron las vertientes para la comunicación, agregando más canales y medios y llegando a sustituir uno que otro protocolo preexistente. La presencia de los negocios y el gobierno en las redes y planes de comunicación difundida mediante estas suelen ser más importantes que las acciones de comunicación rudimentarias.

2.2.1.6. Influencia de las redes sociales para las empresas.

Las PYMES y negocios que sepan las ventajas y beneficios que se pueden lograr obtener y que deciden incursionar en la web 2.0 no deben realizarlo de cualquier manera, creando una cuenta en Facebook, Instagram, tiktok, Twitter y actualizando una que otra vez sus perfiles con publicaciones sobre lo nuevo de sus productos o servicios. Este patrón de no tener interacción sino de data unilateral es antiguo, no contribuye una plusvalía de interés para el consumidor, para el que explora la participación, el que busca el comunicación o la plática. El nuevo consumidor ahora no solo adquiere productos, sino que se involucra con los productos y servicios y se vuelve un agente de viralización. Entre lo que más se utiliza se puede encontrar: los blocks, redes sociales, los medios sociales móviles y los servicios multimedia, estos canales se convierten en los protagonistas de la relaciones sociales digitales.

2.2.2. Desarrollo económico

2.2.2.1. Teorías

El sitio web del Banco Mundial afirma que el Desarrollo Económico ofrece oportunidades para que los gobiernos, el sector privado, las ONG y las comunidades trabajen juntos para mejorar sus economías. Ha impactado en el aumento de la competitividad, mejorandola sostenibilidad y asegurando la inclusión del crecimiento en muchas áreas, como la planificación física, la economía y el marketing.

También combina muchas funciones en los gobiernos de las localidades y el sector privado, como la preparación ambiental, el avance de negocios, el acopio de infraestructura, los bienes raíces y el desarrollo financiero. El DEL se define como un proceso de estructuración y crecimiento que maximiza el uso de los medios para que las personas que se encuentran en un área o regiones del país, experimenten una mayor conectividad. Hay tres dimensiones en este proceso: dimensión crecimiento económico (incluidos los medios de producción para que las empresas hagan un uso eficiente de los recursos y creen economías de escala; aumentar la productividad y la competencia en el mercado). La dimensión sociocultural (es decir, las redes económicas y sociales donde las instituciones y los valores apoyan el proceso de liderazgo) y la dimensión política y administrativa (relacionada con iniciativas que crean un entorno empresarial y local propicio para promover el desarrollo económico de la región).

2.2.2.2. Crecimiento económico

2.2.2.2.1. Margen comercial

El margen de beneficio comercial es el beneficio de los servicios de corretaje comercial de una empresa. Este es el resultado de comparar los ingresos menos el costo de comprar bienes(gastos, mercancías, transporte, seguros, derechos de aduana, impuestos, etc.) más antiguo independientemente de la

proporción, la ganancia que la empresa obtendrá de la venta será mayor.

2.2.2.2.2. Productividad del trabajo de las empresas

El índice de productividad laboral proporciona información valiosa.

Desempeño de la empresa en términos de contribución económica y social.

Crear empleos en el país. Mejorar la productividad laboral significa: Una mejor manera de utilizar la mano de obra, el capital físico y los recursos de manera más eficiente recursos de la empresa disponibles.

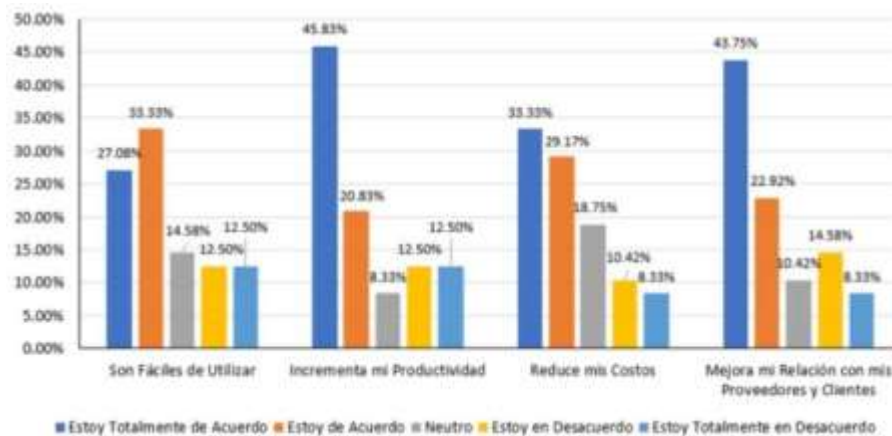
La productividad laboral mide la relación entre el valor agregado por persona ocupado. De igual forma, mide la capacidad de creación de los trabajadores de una empresa.

2.2.2.3. Incidencia de las TIC en la productividad de las microempresas

Como plantea Morales y Castellanos (2007) uno de los tantos beneficios a las empresas, cuando se aplican las TIC, es la reducción en sus costos tanto administrativos como operativos, la optimización de la comunicación de clientes y proveedores; y la oportunidad a mejores fuentes de información, así mismo menor riesgo de pérdida de información.

Según Villanueva y otros (2022), con su técnica de cuestionario se identificó la experiencia que tuvieron los microempresarios cuando emplearon las TIC. Los resultados señalaron que los encuestados concuerdan que el uso de las instrumentos tecnológicos incremento su productividad en 67% para el negocio, mejoro la relación con sus proveedores y clientes en 67%, así como también disminuyo los costos en 63%, dirigiendo a la mejora continua de la empresa.

Adicional, mas del 60% de los microempresarios encuestados en su experiencia consideraron que el uso de las TIC es sencillo.



2.2.2.4. Socio cultural

Según la Cepal, hay 3 niveles de capacitación digital: tenemos como primer lugar el básico el cual constituye hacer las habilidades para controlar programas de uso común, luego está el intermedio que es la habilidad para controlar programas de mayor complejidad y de uso general, como último tenemos el nivel avanzado donde están las habilidades de manejo de programas más desarrollados como software de administración y para actividades beneficiosas. Entre las tres no existen fronteras transparentes. Pará el desarrollo de estas se logran con tres vías posibles: autoaprendizaje, por instituciones gubernamentales o privadas.

2.2.2.5. Político y administrativo

Los instrumentos que emplean las instituciones gubernamentales para cumplir las metas de efectividad e igualdad en lo que compete la consignación de medios a una economía, que se dirige a brindar bienes y servicios estatales, así como de manera infraestructurada (puentes, vías y otros) y servicios sociales (educación, programas virtuales, salud, entre otros).

Los gobiernos buscan la eficiencia y la equidad en la asignación de recursos a la economía para proporcionar bienes y servicios públicos como infraestructura (carreteras, puentes, otros

servicios) y servicios sociales (educación, salud, etc.) Utilizan diferentes herramientas para lograrlo. (pág. 4)

2.2.2.6. Las tic como motor en el desarrollo económico

En un mundo globalizado, no hay duda de que el progreso tecnológico ha contribuido en gran medida a la formación y desarrollo de la sociedad moderna. Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son una poderosa herramienta para promover el crecimiento económico en los países en desarrollo. Por lo tanto, promover el progreso económico de las TI alienta a cada país a crear nuevas tecnologías de forma independiente para mantener un alto índice de desarrollo.

Las telecomunicaciones han experimentado un fuerte crecimiento tanto a nivel regional como mundial en los últimos años y Ecuador es sin duda parte de esta tendencia de crecimiento exponencial. Las TIC e Internet son fuerzas impulsoras de la economía digital, ya que impulsan la innovación, el crecimiento económico, la creación de empleo, el aumento de la productividad, la competitividad y más.

Deben desplegarse redes de alta velocidad para facilitar la conectividad digital. Como tal, contar con la infraestructura para impulsar nuevas tecnologías es una prioridad máxima, con especial atención a las redes ultrarrápidas. La promoción de redes de próxima generación es esencial para la prosperidad de otras industrias relacionadas con las TIC. (pág. 1)

2.3. Marco conceptual:

2.3.1. E-commerce: El comercio electrónico cubre todo el proceso de iniciar y aumentar las compras. Una tienda en línea sirve como una plataforma de ventas donde los interesados no solo navegan por catálogos, sino que también realizan pedidos y pagan a través de sistemas digitales. Un sistema de gestión de inventario electrónico registra los productos vendidos y actualiza el inventario. Las etiquetas RFID siguen las rutas de entrega y los sistemas de administración de conexión con los clientes (CRM) se mantienen en contacto con los clientes.

2.3.2. E-Business: El comercio electrónico es la introducción de tecnología de comunicación para llevar a cabo actividades comerciales. Una colección de nuevas tecnologías y estrategias comerciales para hacer crecer estos negocios en línea. Pero no se equivoque, el comercio electrónico no es un negocio de tecnología, sino cualquier tipo de negocio que utiliza nueva tecnología para mejorar sus operaciones.

2.3.3. E-Government: Participación de actores clave en la formulación de políticas públicas, adopción, gestión, implementación, evaluación y difusión en línea de resultados, macroeconómicos y micro (internacional, nacional, regional, local) a nivel macroeconómico y participación económica en las personas

2.3.4. E-mail: Él lo llama un tipo de comunicación electrónica asíncrona que une a las personas rápidamente y tiene una cualidad ingeniosa que asume relevancia.

- 2.3.5. E-commerce: El comercio electrónico cubre todo el proceso de iniciar y aumentar las compras. Una tienda en línea sirve como una plataforma de ventas donde los interesados no solo navegan por catálogos, sino que también realizan pedidos y pagan a través de sistemas digitales. Un sistema de gestión de inventario electrónico registra los productos vendidos y actualiza el inventario. Las etiquetas RFID siguen las rutas de entrega y los sistemas de gestión de relaciones con los clientes (CRM) se mantienen en contacto con los clientes.
- 2.3.6. E-Business: El comercio electrónico es la introducción de tecnología de comunicación para llevar a cabo actividades comerciales. Una colección de nuevas tecnologías y estrategias comerciales para hacer crecer estos negocios en línea. Pero no se equivoque, el comercio electrónico no es un negocio de tecnología, sino cualquier tipo de negocio que utiliza nueva tecnología para mejorar sus operaciones.
- 2.3.7. E-Government: Participación de actores clave en la formulación de políticas públicas, adopción, gestión, implementación, evaluación y difusión en línea de resultados, macroeconómicos y micro (internacional, nacional, regional, local) a nivel macroeconómico y participación económica en las personas
- 2.3.8. E-mail: Lo llama un tipo de comunicación electrónica asíncrona que une a las personas rápidamente y tiene una cualidad ingeniosa que asume relevancia.
- 2.3.9. E-learning: constituye a ser un método educativo que genera que el proceso de aprendizaje se maneje a través de cualquier dispositivo electrónico, esta formación se da de manera remota, lo que permite que los alumnos involucren su autogestión de conocimiento.

La modalidad involucra recursos didácticos sencillos como videos, artículos o pódcast además de otros recursos y materiales que están en el Internet, lo que genera que haya mayor alcance.

2.4. Hipótesis

2.4.1. Hipótesis general:

H0: Las tecnologías de la información y comunicación no incide significativamente en el desarrollo económico de los microempresarios durante la pandemia COVID-19, galería Sandoval, distrito de Piura, periodo 2020-2021.

H1: Las tecnologías de la información y comunicación incide significativamente en el desarrollo económico de los microempresarios durante la pandemia COVID-19, galería Sandoval, distrito de Piura, periodo 2020-2021.

2.4.2. Hipótesis específica:

H0: El conocimiento y la implementación de las tecnologías de la información y comunicación no incide en el crecimiento económico de los microempresarios durante la pandemia COVID-19, galería Sandoval, distrito de Piura, periodo 2020-2021.

H1: El conocimiento y la implementación de las tecnologías de la información y comunicación incide en el crecimiento económico de los microempresarios durante la pandemia COVID-19, galería Sandoval, distrito de Piura, periodo 2020-2021.

H0: El conocimiento y la implementación de las tecnologías de la información y comunicación no incide en el aspecto socio cultural de los microempresarios durante la pandemia COVID-19, galería Sandoval, distrito de Piura, periodo 2020-2021.

H1: El conocimiento y la implementación de las tecnologías de la información y comunicación incide en el aspecto socio cultural de los microempresarios durante la pandemia COVID-19, galería Sandoval, distrito de Piura, periodo 2020-2021.

H0: El conocimiento y la implementación de las tecnologías de la información y comunicación no incide en el aspecto político administrativo de los microempresarios durante la pandemia COVID-19, galería Sandoval, distrito de Piura, periodo 2020-2021.

H1: El conocimiento y la implementación de las tecnologías de la información y comunicación incide en el aspecto político administrativo de los microempresarios durante la pandemia COVID-19, galería Sandoval, distrito de Piura, periodo 2020-2021.

2.5. Variables

2.5.1. Operacionalización de las variables

Tabla 1

Cuadro de operacionalización

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
TIC	<p>Según Huallanca (2019) define a las tecnologías de la información y comunicación como un grupo de tecnologías que proporcionan acceso, tratamiento, producción, comunicación e información representada en distintos códigos (texto, sonido y video) y que su relevancia dará resultados cuando exista un nivel de conocimiento de estas y una implementación canalizada de manera detallada, creativa e innovadora.</p>	<p>Medición del impacto de las tic en el desarrollo de los microempresarios a través de su conocimiento e implementación de los microempresarios.</p>	<p>Conocimiento y acceso de los microempresarios sobre las TIC</p> <p>Implementación de las TIC en los microempresarios</p>	<p>Conocimiento y uso de las TIC por parte de los microempresarios</p> <hr/> <p>Habilidades y conocimientos de los empresarios acerca de las TIC</p> <hr/> <p>infraestructura tecnológica</p> <hr/> <p>aplicabilidad de las tic</p>
DESARROLLO ECONOMICO	<p>Según Tello (2010) el desarrollo económico se define como un proceso de</p>	<p>Procedimiento para la medición del desarrollo económico tomándose en</p>	<p>Crecimiento económico</p>	<p>Margen comercial</p> <p>Productividad del trabajo de las empresas</p>

estructuración y crecimiento que maximiza el uso de los recursos locales, las personas que viven en un área o regiones del país experimenten una mayor conectividad. cuenta el crecimiento económico, sociocultural y político y administrativo de los microempresarios.

Socio cultural

Político administrativo

Cultura digital

Acciones colectivas y acceso compartido

y Nivel de eficiencia y eficacia de los portales del estado e instituciones independientes.

Autores: Abad Zapata Renzo Gabriel y Bernabé Lazo Handry Adrián

III. MATERIAL Y METODOS:

3.1. Materiales

3.1.1. Población

La población estuvo constituida por 10 microempresarios que aplican las tecnologías de la información y comunicación en la galería Sandoval, distrito de Piura, periodo 2020-2021.

Criterios de inclusión y exclusión:

Se considerará aquellos microempresarios por el tiempo de vigencia, mayores ingresos, que son formales y que apliquen las TIC.

3.1.2. Marco Muestral

La relación total microempresarios de la galería Sandoval, distrito Piura.

3.1.3. Unidad de análisis

Los microempresarios que comercialicen a través de las tecnologías de la información y comunicación en la galería Sandoval, distrito de Piura, periodo 2020-2021.

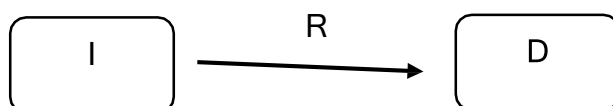
3.1.4. Muestra

Se trabajo con la totalidad de los microempresarios de la población de la galería Sandoval, distrito Piura, periodo 2020-2021.

3.2. Métodos

3.2.1. Diseño de contrastación

Se ha determinado que la investigación es no experimental, con un diseño transaccional correlacional-causal, ya que se determina el impacto que genera las TIC en el desarrollo económico de los microempresarios durante la pandemia COVID-19, galería Sandoval, distrito de Piura, periodo 2020-2021.



Leyenda:

I: Independiente

R: Relación

D: Dependiente

3.2.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Tabla 2

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Variable	Técnicas	Instrumentos
TIC	Encuesta	Cuestionario
Desarrollo económico	Análisis documental	Ficha de registro de datos

Nota: La siguiente Tabla sintetiza la aplicación de técnicas e instrumentos para lograr los objetivos planteados.

Técnicas:

Encuesta: orientado a la variable independiente las Tecnologías de la información y comunicación (TIC), se empleó una técnica cualitativa; permitiendo obtener información mediante una serie de preguntas con enfoque a los objetivos de la investigación, en la galería Sandoval del distrito de Piura.

Análisis de documental: Se analizó y evaluó los estados financieros de cada uno de los microempresarios de la galería Sandoval colocando la información de interés en una guía de análisis documental, la cual se elaboró por los autores.

Instrumentos:

Cuestionario: A través de este instrumento se recopiló la información brindada por los 10 microempresarios de la galería mediante una serie de preguntas que fueron planteadas de acuerdo con las variables de la investigación; cuestionario que fue validado por expertos que mencionaremos a continuación: El contador público colegiado José André Atoche Cruz, la contadora pública Gabriela Maribel Zapata Valdez y la contadora pública colegiada Jeanette Myriam pozo eche.

Ficha de registro de datos: Elaborado como instrumento para obtener los datos de conveniencia y realizándose así un análisis organizado de

la información correspondiente a la influencia que tuvo las Tic en el desarrollo económico de los microempresarios.

3.2.3. Procesamiento de análisis de datos

Una vez ordenada y seleccionada la data de información se procesó la data con la herramienta IBM SPSS statistics además se hizo uso de las herramientas de Microsoft Office para posteriormente realizar los gráficos pertinentes para nuestra investigación y realizarse un análisis.

- **Cuadros o tablas estadísticas:** permitió analizar y explicar la estructura de los resultados obtenidos de los cuestionarios y el reconocimiento de los estados financieros de los microempresarios de la galería la Sandoval de Piura.
- **Gráficos estadísticos:** Se utilizó para mostrar gráficamente los resultados de la revisión documental.
- **Análisis inferencial:** Para determinar la incidencia de la variable TIC y la variable desarrollo económico de los microempresarios, se aplicó la prueba estadística t-student para muestras relacionadas. Así mismo para la contratación de hipótesis se manejó un nivel de confianza del 95%.

IV. PRESENTACION Y DISCUSION DE RESULTADOS

4.1. Presentación de resultados

Con la finalidad de conocer la situación en que se encuentra el conocimiento, la implementación, los aspectos socio culturales y

políticos administrativos en tic de los microempresarios para su desarrollo económico se aplicó un cuestionario conformado por 26 preguntas a los 10 microempresarios de la galería. Cada una de las interrogantes planteadas fueron previamente sometidas a una evaluación de validez de contenido, las que se ejecutó por expertos. Como resultado de la aplicación del cuestionario validado por expertos y los estados financieros de los microempresarios, se logró obtener la información que está debidamente analizada y organizada por medio de gráficos que se mostraran a continuación.

Objetivo 1: Evaluar el conocimiento y la implementación de las TIC en el crecimiento económico de los microempresarios durante la pandemia COVID-19, galería Sandoval, distrito de Piura, periodo 2020-2021.

Para lograr cumplir con el objetivo se medirá el nivel de conocimiento que tienen los microempresarios con respecto las tic, los años que implementaron estas herramientas, el impacto que tuvo las tic en los ingresos y productividad de los microempresarios cuando fueron aplicadas; esto se demostró a través del cuestionario realizado a los microempresarios y las declaraciones juradas de sus ingresos de los años correspondientes.

Tabla 3

Respuestas de los microempresarios de las preguntas de conocimiento.

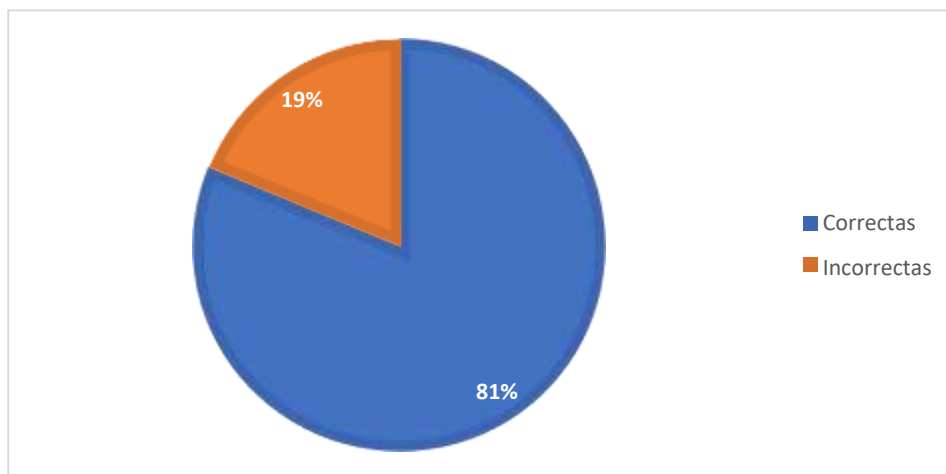
Microempresarios	¿Podemos añadir un documento a varias carpetas?	¿Si vaciamos la papelera podemos recuperar los documentos eliminados?	¿Es importante tener correo electrónico en nuestra vida social?	¿Es importante invertir en tic para su negocio?	¿Maneja tablas dinámicas en Excel?	¿Sabe elaborar documentos en Word?	¿Sabe publicitar sus producto o servicios mediante ppt, prezi o canvas?	¿Implementa la nube en su negocio?
CALDERON SANCHEZ	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
SONDA MARIANA	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
MONDRAGON MARTO	Sí	No	Sí	No lo sé	No	Sí	No	No
ANGEL GARCIA LA FUMIGACIONES ANGHELO E.I.R.L.	Sí	Sí	Sí	No lo sé	No	Sí	Sí	Sí
AVILA LUDEÑA	Sí	No lo sé	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
SANTOS JUJUEZ	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
LOZAN CEBALLO	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
MIRAL ELIZABETH	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí
SABALMANUEL JUEGOS	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
MAJAREZ CISRO	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí

BACILIO

Nota: respuesta de los microempresarios entorno a las preguntas de conocimiento de las tecnologías de la información y comunicación.

Figura 1

Nivel de conocimiento de los microempresarios con respecto a las tecnologías de la información y comunicación



Nota: el grafico nos muestra el nivel de conocimiento de los microempresarios con respecto a las tecnologías de la información y comunicación.

Como se observa en la tabla 3 y en la figura 1 nos revela el nivel de conocimiento de los microempresarios, equivalente a un 81% debido a que las personas respondieron correctamente.

Tabla 4

Año en que los microempresarios comenzaron a utilizar las TIC

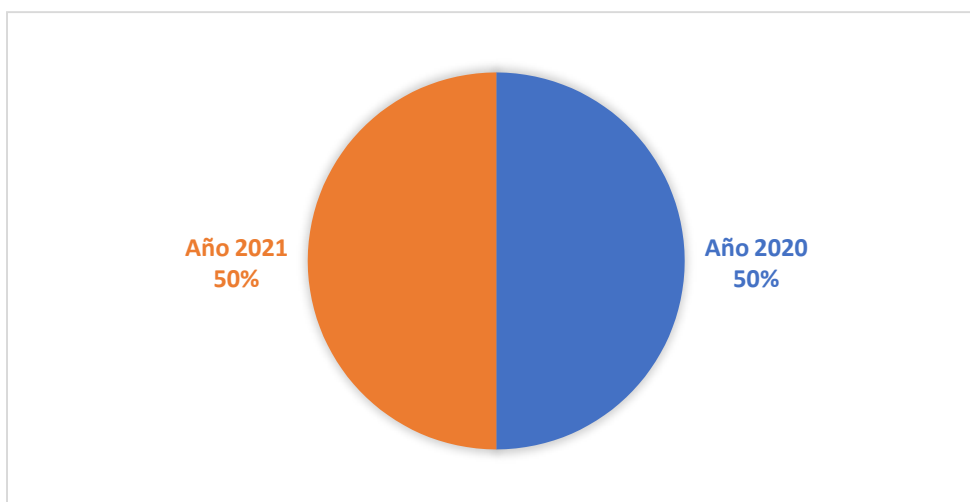
MICROEMPRESARIOS	AÑO QUE INICIARON CON LAS TIC
CALDERON SANCHEZ SONIA MARIBEL	2020
IRAZABAL HERRERA CRUZ MARIA	2020
MONDRAGON AGURTO ANGELA GRACIELA	2021
EXTINTORES Y FUMIGACIONES ANGHELO E.I.R.L.	2021
AVILA LUDEÑA SANTONS LOIMER	2020
JIMENEZ JIMENEZ JUANA ELENA	2021

LOZANO LLAMO MIRIAM ELIZABETH	2020
ROJEL PAZ JUAN MANUEL	2020
SABALU CIENFUEGOS MARIA ESTHER	2021
SUAREZ INCISO BACILIO	2021

Nota: nos muestra el año en el que los microempresarios comenzaron a utilizar las TIC

Figura 2

Año en que comenzaron a utilizar las TIC



Nota: nos muestra el año en que los microempresarios comenzaron a implementar las tic en sus negocios.

Como se puede observar en la figura 2 y tabla 4 se revela los años en los cuales los 10 microempresarios de la galería comenzaron a implementar las TIC en sus negocios mostrándonos que 5 microempresarios en el año 2020 las implementaron las TIC y los otro 5 microempresarios en el año 2021.

Tabla 5

Ingreso de los microempresarios de los años 2019, 2020 y 2021

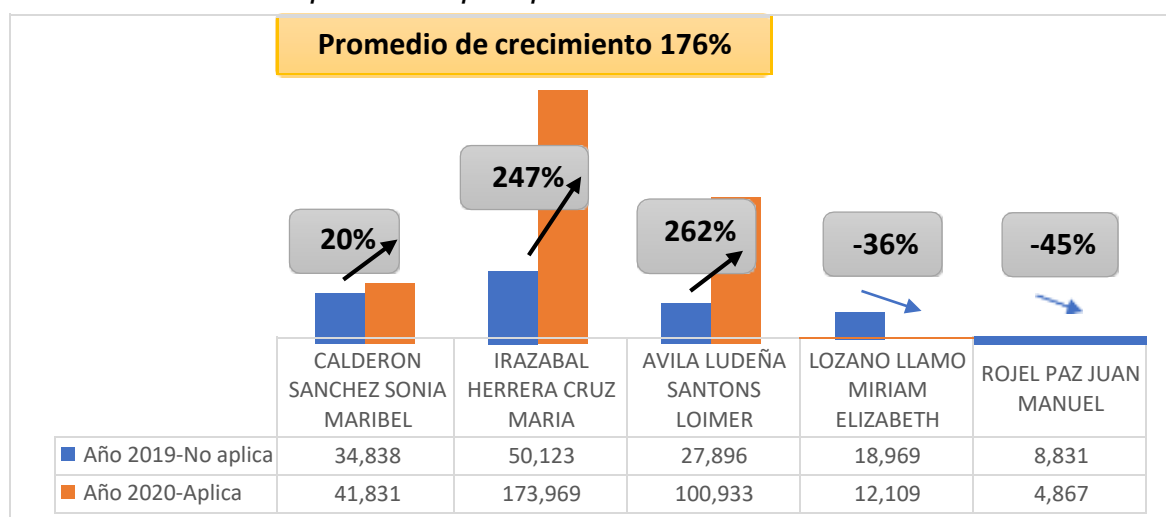
MICROEMPRESARIO	AÑO		
	2019	2020	2021
CALDERON SANCHEZ SONIA MARIBEL	34,838	41,831	41,702
IRAZABAL HERRERA CRUZ MARIA	50,123	173,969	168,719
MONDRAGON AGURTO ANGELA GRACIELA	209,399	87,735	117,017

EXTINTORES Y FUMIGACIONES ANGHELO E.I.R.L.	0	116,147	195,754
AVILA LUDEÑA SANTONS LOIMER	27,896	100,933	133,417
JIMENEZ JIMENEZ JUANA ELENA	0	0	28,246
LOZANO LLAMO MIRIAM ELIZABETH	18,969	12,109	395,212
ROJEL PAZ JUAN MANUEL	8,831	4,867	7,517
SABALU CIENFUEGOS MARIA ESTHER	303,642	121,740	131,157
SUAREZ INCISO BACILIO	0	99,729	103,970
PROMEDIO	65,370	75,906	132,271

Nota: Ventas netas obtenidas de los microempresarios en los años 2019, 2020 y 2021.

Figura 3

Microempresarios que aplicaron las TIC en el año 2020

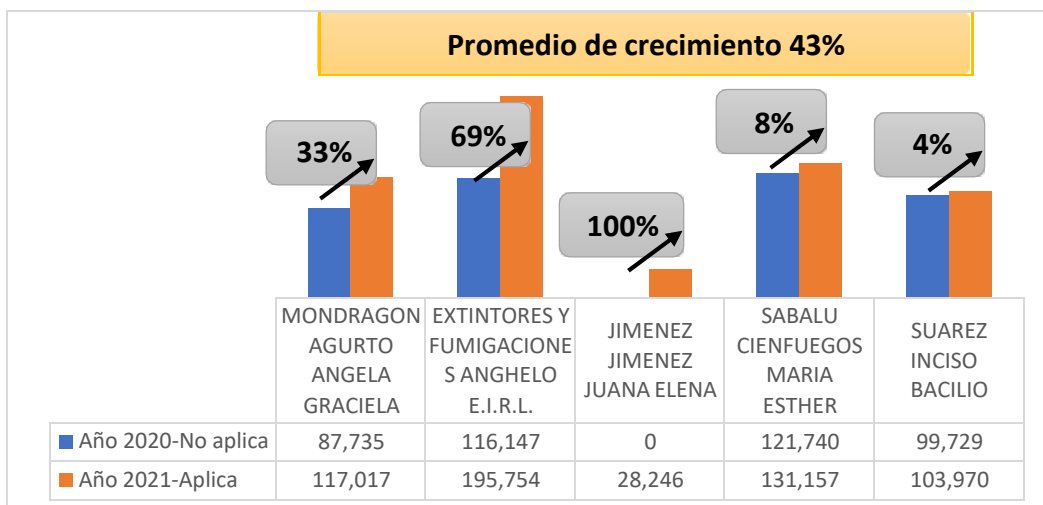


Nota: nos muestra los 5 microempresarios que aplicaron las TIC en el año 2020

Como se puede observar en la figura 3, cuyos datos se extraen de la tabla 5, en el año 2020 aplicaron 5 microempresarios las herramientas, los cuales solo 3 microempresarios tuvieron un incremento en sus ventas promedio de 176%; mientras que los dos microempresarios restantes no tuvieron un incremento alguno (Lozano y Rojel).

Figura 4

Microempresarios que aplicaron los TIC en el año 2021

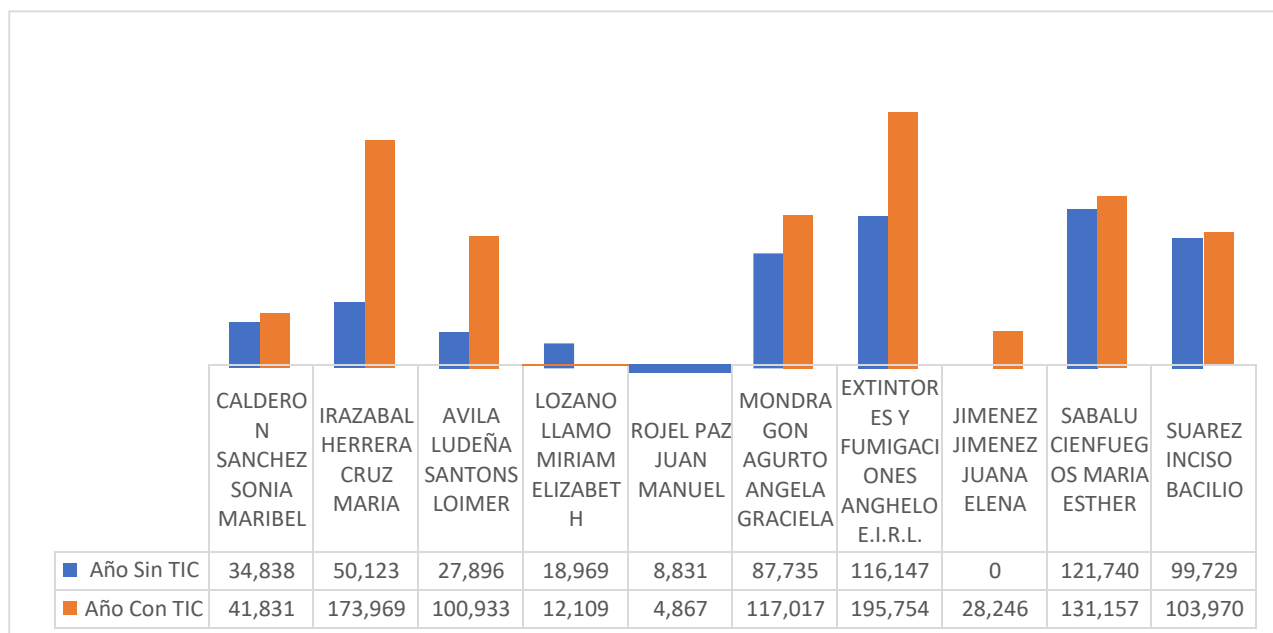


Nota: nos muestras los 5 microempresarios que aplicaron las TIC en el año 2021

Como se puede observar en la figura 4, cuyos datos se extraen de la tabla 5, en el periodo 2021 aplicaron 5 microempresarios las TIC, obteniendo un incremento promedio del 43% en sus ventas.

Figura 5

Ingresos de los microempresarios cuando utilizaron TIC y cuando no utilizaron TIC



Nota: nos muestras los ingresos que tuvieron los microempresarios cuando utilizaron TIC y cuando no utilizaron TIC

Como se puede observar en la figura 5, nos muestra la diferencia de ingresos que tuvieron en los años antes y después que aplicaran las TIC los microempresarios.

Tabla 6

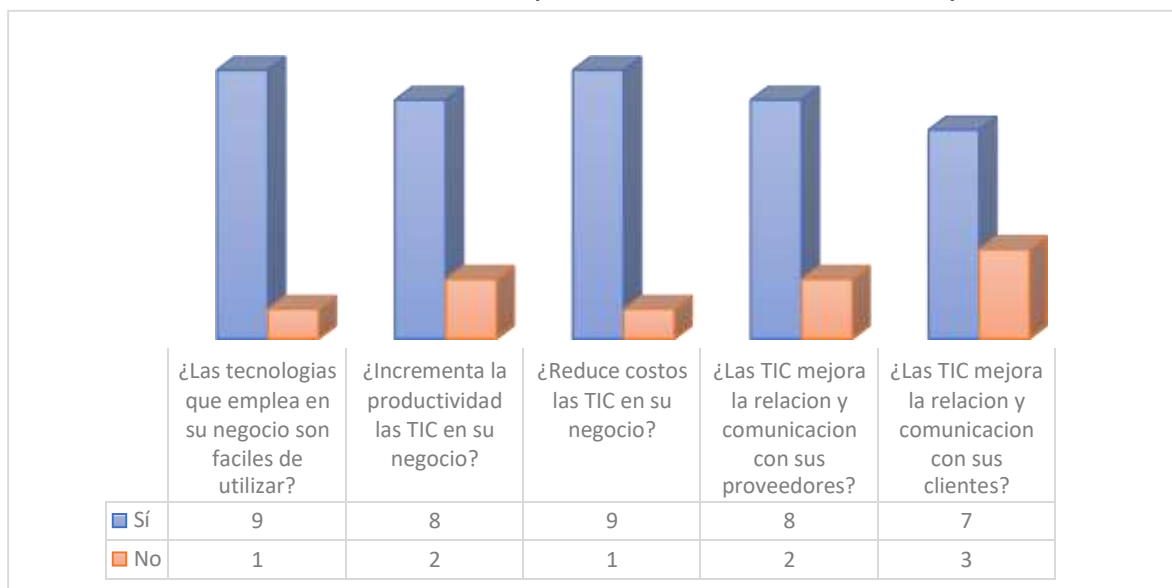
Respuesta de los microempresarios sobre la incidencia de las TIC en la productividad

Microempresarios	¿Las tecnologías que emplea en su negocio son fáciles de utilizar?	¿Incrementa la productividad las TIC en su negocio?	¿Reduce costos las TIC en su negocio?	¿Las TIC mejora la relación y comunicación con sus proveedores?	¿Las TIC mejora la relación y comunicación con sus clientes?
CALDERON SANCHEZ SONIA MARIBEL	Sí	Sí	Sí	Sí	No
IRAZABAL HERRERA CRUZ MARIA	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
MONDRAGON AGURTO ANGELA GRACIELA	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
EXTINTORES Y FUMIGACIONES ANGHELO E.I.R.L.	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
AVILA LUDEÑA SANTONS LOIMER	No	No	Sí	Sí	No
JIMENEZ JIMENEZ JUANA ELENA	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
LOZANO LLAMO MIRIAM ELIZABETH	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
ROJEL PAZ JUAN MANUEL	Sí	No	No	No	Sí
SABALU CIENFUEGOS MARIA ESTHER	Sí	Sí	Sí	No	No
SUAREZ INCISO BACILIO	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí

Nota: respuesta de los microempresarios sobre la incidencia de las TIC en la productividad

Figura 6

Incidencia de las TIC en la productividad de las microempresas



Nota: Nos muestra la incidencia que tienen las TIC en la productividad de los 10 microempresarios de la galería

En la tabla 6 y en la figura 6, nos muestra el nivel de incidencia de las TIC en la productividad, observándose que 9 de cada 10 microempresarios tienen una facilidad de manejo de las tecnologías; 8 de cada 10 nota un incremento en la productividad de su negocio; 9 de cada 10 microempresarios redujeron sus costos al aplicarla; 8 de 10 microempresarios optimizaron la comunicación y relación con sus proveedores así mismo sucedió con la comunicación y relación a sus clientes viéndose una mejora para 7 de 10 microempresarios.

Objetivo 2: Evaluar el conocimiento y la implementación de las TIC en el nivel socio cultural de los microempresarios durante la pandemia COVID-19, galería Sandoval, distrito de Piura, periodo 2020-2021. Para lograr cumplir con el objetivo se medirá el nivel de sociocultural que tienen los microempresarios con respecto las tic, antes y después de haber conocido e implementado las TIC en sus negocios; para ello se realizó una encuesta en la que se asumió como era su nivel de conocimiento sociocultural antes que aplicaran las TIC, y otra donde se refleje su nivel sociocultural después de haber aplicado las TIC.

Tabla 7

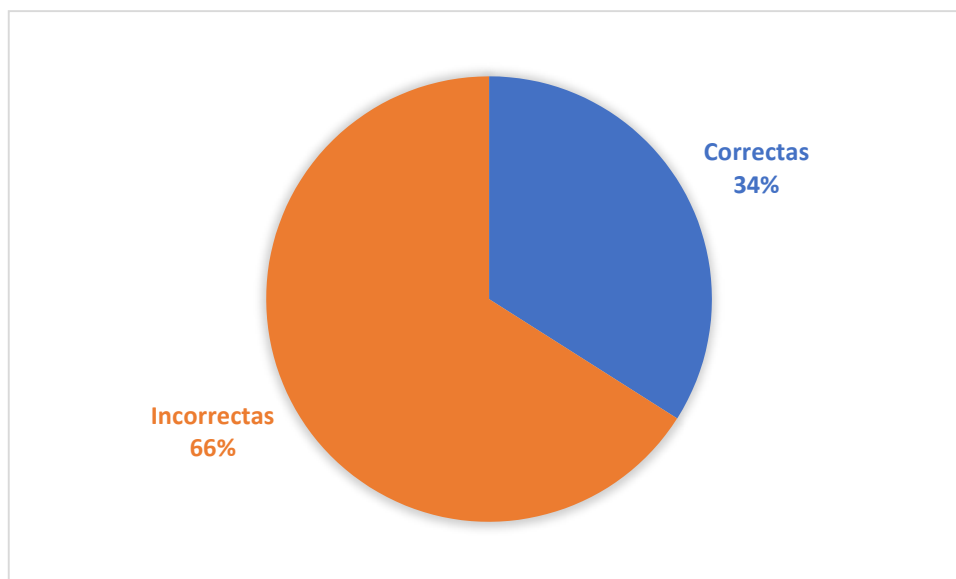
Respuesta para evaluar el nivel sociocultural de los microempresarios antes de aplicar las TIC

Microempresarios	¿Conoce las herramientas de ofimática (Word, Excel o ppt)?	¿Sabe que significa e-commerce?	¿Sabe que es una página web?	¿Para usted las redes sociales nos genera vida social?	¿Sabe para qué sirve el Google analítica?
CALDERON SANCHEZ SONIA MARIBEL	Sí	No	No	Sí	No
IRAZABAL HERRERA CRUZ MARIA	Sí	No	No	Sí	No
MONDRAGON AGURTO ANGELA GRACIELA	Sí	No	No	Sí	No
EXTINTORES Y FUMIGACIONES ANGHELO E.I.R.L.	Sí	No	No	No	No
AVILA LUDEÑA SANTONS LOIMER	Sí	Sí	No	No	No
JIMENEZ JIMENEZ JUANA ELENA	Sí	No	No	No	No
LOZANO LLAMO MIRIAM ELIZABETH	Sí	No	No	No	No
ROJEL PAZ JUAN MANUEL	Sí	No	No	Sí	No
SABALU CIENFUEGOS MARIA ESTHER	Sí	No	No	Sí	No
SUAREZ INCISO BACILIO	Sí	No	No	Sí	No

Nota: nos muestra el nivel sociocultural de los microempresarios antes de aplicar las TIC.

Figura 7

Nivel sociocultural de los microempresarios antes de aplicar las tic



Nota: nos muestra el nivel sociocultural antes de aplicar las TIC.

En la tabla 7 y en la figura 7, podemos observar el nivel sociocultural que poseen los microempresarios correspondiente a un 34%, esto antes de haber conocido y aplicado las TIC en sus respectivos negocios.

Tabla 8

Respuesta para evaluar el nivel sociocultural de los microempresarios después de aplicar las TIC

Microempresarios	¿Conoce las herramientas de ofimática (Word, Excel o ppt)?	¿Sabe que significa e-commerce ?	¿Sabe que es una página web?	¿Para usted las redes sociales nos genera vida social?	¿Sabe para qué sirve el Google analítica ?
CALDERON SANCHEZ SONIA MARIBEL	Sí	No	Sí	Sí	No
IRAZABAL HERRERA CRUZ MARIA	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
MONDRAGON AGURTO ANGELA GRACIELA	Sí	No	Sí	Sí	Sí
EXTINTORES Y FUMIGACIONES ANGHELO E.I.R.L.	Sí	No	Sí	Sí	Sí

AVILA LUDEÑA SANTONS LOIMER	Sí	No	Sí	Sí	No
JIMENEZ JIMENEZ JUANA ELENA	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
LOZANO LLAMO MIRIAM ELIZABETH	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
ROJEL PAZ JUAN MANUEL	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
SABALU CIENFUEGOS MARIA ESTHER	Sí	No	Sí	Sí	No
SUAREZ INCISO BACILIO	Sí	No	Sí	Sí	Sí

Nota: respuesta de los microempresarios en base a su conocimiento sociocultural.

Figura 8

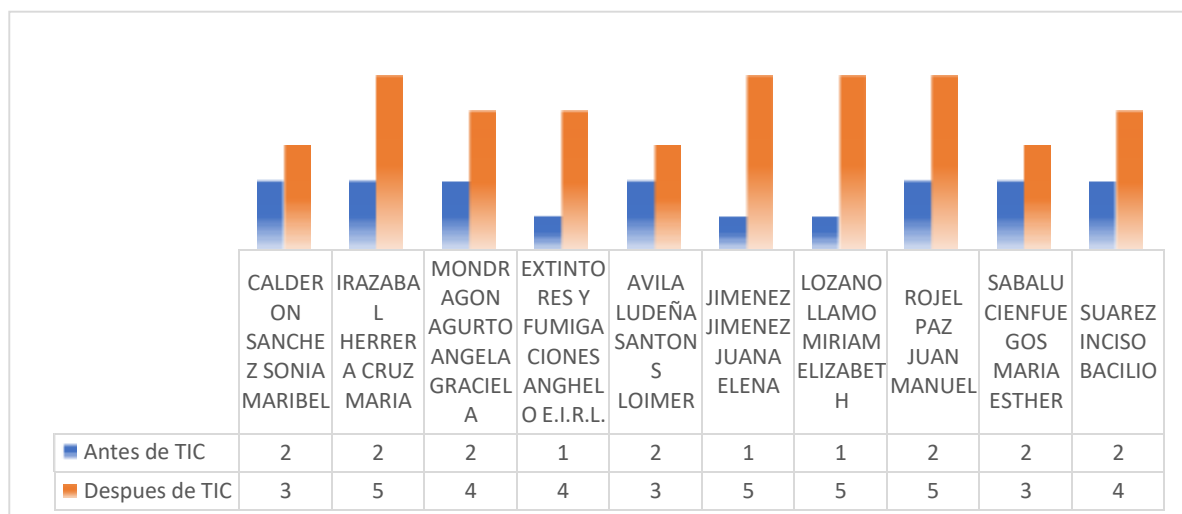
Nivel sociocultural de los microempresarios después de aplicar las tic



Nota: nos muestra el nivel sociocultural después de aplicar las TIC. Tal como nos muestras la tabla 8 y la figura 8; los microempresarios poseen un nivel sociocultural del 82% después de haber aplicado las TIC; puesto que en la mayoría de las respuestas afirman conocer lo relacionado a las TIC.

Figura 9

Nivel sociocultural de los microempresarios antes y después de conocer e implementar las TIC



Nota: nos muestra el nivel sociocultural antes y después que utilizaran las TIC los microempresarios.

En la figura 9, podemos observar la diferencia de los niveles socioculturales de cada uno de los microempresarios antes y después de haber conocido e implementado las TIC en sus negocios.

Objetivo 3: Evaluar el conocimiento y la implementación de las TIC en el nivel político y administrativo de los microempresarios durante la pandemia COVID-19, galería Sandoval, distrito de Piura, periodo 2020-2021.

Para lograr cumplir con el objetivo se medirá el nivel político y administrativo que tienen los microempresarios con respecto a las tic, antes y después de haber conocido e implementado las TIC en sus negocios; para ello se realizó una encuesta en la que se asumió como era su nivel de conocimiento político y administrativo antes que aplicaran las TIC, y otra donde se refleje su nivel político y administrativo después de haber aplicado las TIC.

Tabla 9

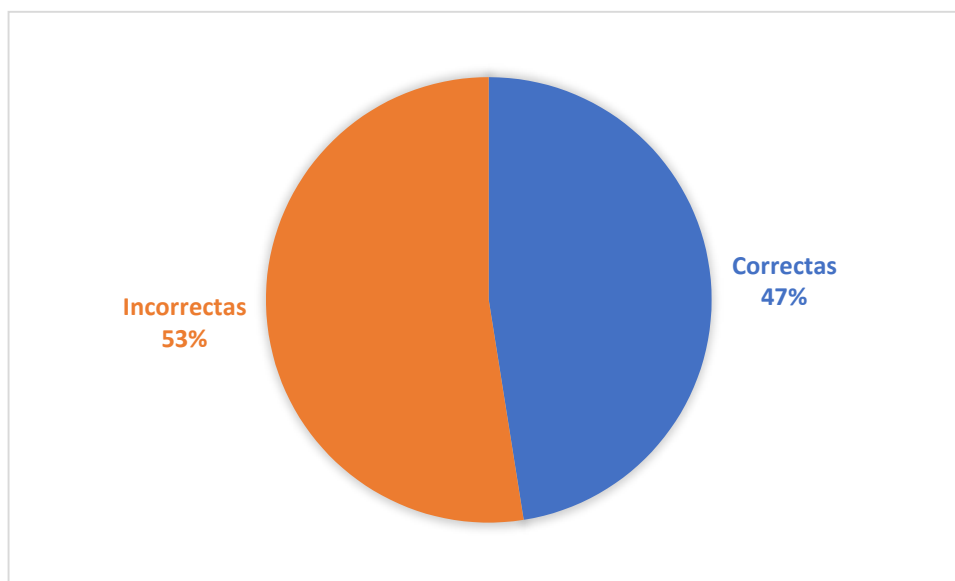
Respuestas de los microempresarios sobre el conocimiento de los portales del estado y/o instituciones independientes antes de conocer e implementar las TIC

Microempresarios	¿Sabe buscar información en el portal Sunat?	¿Sabe buscar información en el portal Reniec?	¿Sabe buscar información en el portal Sunafil?	¿Sabe buscar información en el portal Essalud?
CALDERON SANCHEZ SONIA MARIBEL	No	No	Sí	Sí
IRAZABAL HERRERA CRUZ MARIA	No	Sí	No	Sí
MONDRAGON AGURTO ANGELA GRACIELA	Sí	Sí	No	No
EXTINTORES Y FUMIGACIONES ANGHELO E.I.R.L.	Sí	No	No	Sí
AVILA LUDEÑA SANTONS LOIMER	Sí	No	No	No
JIMENEZ JIMENEZ JUANA ELENA	Sí	Sí	No	No
LOZANO LLAMO MIRIAM ELIZABETH	Sí	No	Sí	No
ROJEL PAZ JUAN MANUEL	Sí	No	Sí	No
SABALU CIENFUEGOS MARIA ESTHER	Sí	No	No	Sí
SUAREZ INCISO BACILIO	Sí	No	Sí	No

Nota: nos muestra las respuestas de los microempresarios sobre su conocimiento en los portales del estado y/o instituciones independientes antes de conocer las TIC

Figural 10

Nivel de alcance de los portales del estado y/o organizaciones independientes antes de conocer e implementar las TIC



Nota: nos muestra el nivel de alcance de los microempresarios antes de haber implementado las TIC.

En la tabla 10 y figura 10 nos muestra que el nivel de alcance por parte del estado y las instituciones independientes es de 47% antes de conocer e implementar las TIC; puesto que fueron las respuestas correctas.

Tabla 10

Respuestas de los microempresarios sobre el conocimiento de los portales del estado y/o instituciones independientes después de conocer e implementar las TIC

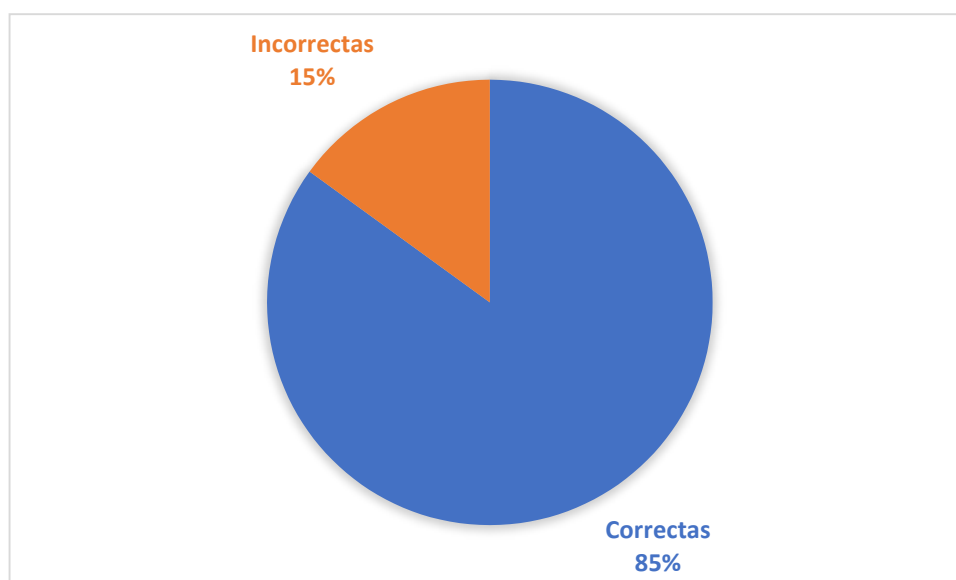
Microempresarios	¿Sabe buscar información en el portal Sunat?	¿Sabe buscar información en el portal Reniec?	¿Sabe buscar información en el portal Sunafil?	¿Sabe buscar información en el portal Essalud?
CALDERON SANCHEZ SONIA MARIBEL	Sí	Sí	Sí	Sí
IRAZABAL HERRERA CRUZ MARIA	Sí	Sí	Sí	Sí
MONDRAGON AGURTO ANGELA GRACIELA	Sí	Sí	No	No
EXTINTORES Y FUMIGACIONES ANGHELO E.I.R.L.	Sí	Sí	Sí	Sí

AVILA LUDEÑA SANTONS LOIMER	Sí	Sí	Sí	No
JIMENEZ JIMENEZ JUANA ELENA	Sí	Sí	Sí	Sí
LOZANO LLAMO MIRIAM ELIZABETH	Sí	Sí	Sí	Sí
ROJEL PAZ JUAN MANUEL	Sí	Sí	Sí	Sí
SABALU CIENFUEGOS MARIA ESTHER	Sí	Sí	No	Sí
SUAREZ INCISO BACILIO	Sí	Sí	Sí	Sí

Nota: nos muestra las respuestas de los microempresarios sobre su conocimiento en los portales del estado y/o instituciones independientes después de conocer e implementar las TIC.

Figura 11

Nivel de alcance de los portales del estado y/o organizaciones después de conocer e implementar las TIC

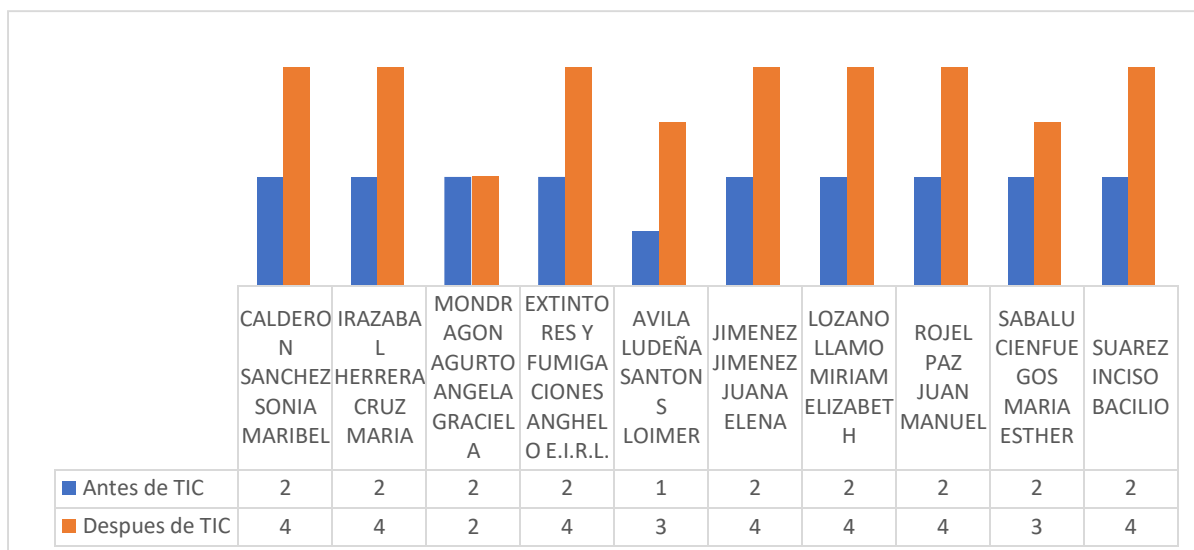


Nota: nos muestra el alcance de los microempresarios luego de haber conocido e implementado las TIC.

En la tabla 8 y figura 9 nos muestra que el nivel de alcance por parte del estado y las instituciones independientes es de 85%; puesto que fueron las respuestas correctas.

Figura 12

Nivel político y administrativo de los microempresarios antes y después de conocer e implementar las TIC



Nota: nos muestra el nivel político y administrativo de los microempresarios antes y después de conocer e implementar las TIC. En la figura 12, podemos observar la diferencia de los niveles políticos y administrativos de cada uno de los microempresarios antes y después de haber conocido e implementado las TIC en sus negocios.

Objetivo general: Determinar la incidencia de las tecnologías de la información y comunicación en el desarrollo económico de los microempresarios durante la pandemia COVID-19, galería Sandoval, distrito de Piura, periodo 2020-2021

Para lograr cumplir con el objetivo general se midió el conocimiento e implementación de las TIC en las tres dimensiones que conforman el desarrollo económico de los microempresarios (Crecimiento económico, aspecto sociocultural y aspecto político administrativo) de nuestra investigación.

Tabla 11

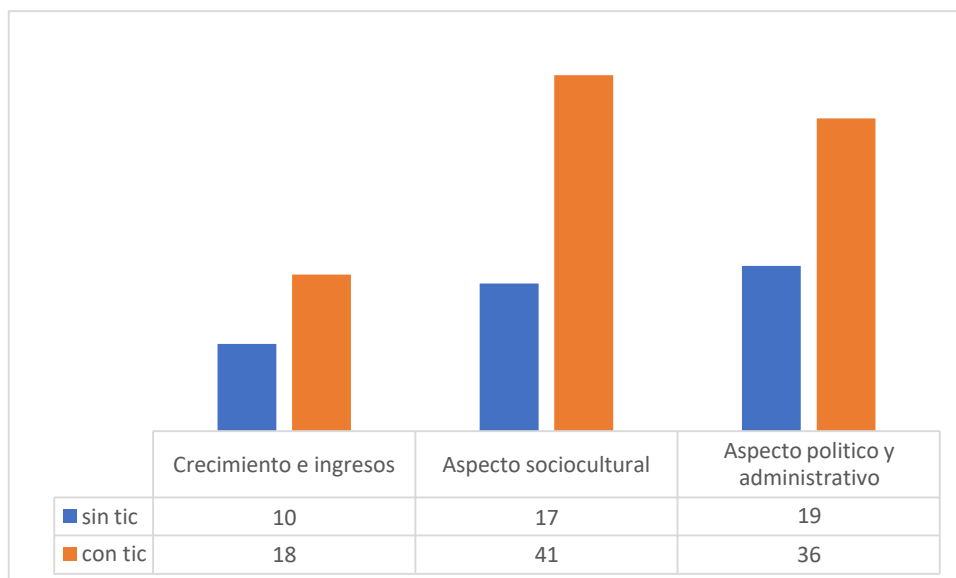
Resultados de la microempresarios sobre las incidencia de las TIC en el desarrollo económico de los microempresarios

	Sin tic	Con tic
Crecimiento e ingresos	10	18
Aspecto sociocultural	17	41
Aspecto político y administrativo	19	36

Nota: se muestra las tres dimensiones que conforman el desarrollo económico de los microempresarios y su incidencia cuando se aplicaron y cuando no se aplicaron las TIC.

Figura 13

La incidencia del conocimiento e implementación de las tic en las tres dimensiones del desarrollo económico de los microempresarios



Nota: no muestra la incidencia del conocimiento e implementación de las tic en las tres dimensiones del desarrollo económico de los microempresarios

En la tabla 11 y la figura 13, nos muestra la información que está respaldada en el anexo 34, en la cual nos indica la incidencia que tienen las dimensiones cuando se utilizan y cuando no se utilizan las TIC.

Contrastación de hipótesis

Para determinar la hipótesis planteada de acuerdo a los datos obtenidos, se utilizó la prueba estadística T-student para muestras relacionadas con la finalidad de determinar la incidencia que existe entre la variable Tecnologías de la información y comunicación y la variable desarrollo económico de los microempresarios durante la pandemia Covid-19, galería Sandoval, Distrito Piura, periodo 2020-2021, la prueba estadística permitió observar la incidencia que existe entre la variable TIC y la variable desarrollo económico de los microempresarios, con un porcentaje de significancia del 95%.

Los valores resultantes de la prueba estadística t-student para muestra relacionadas tiene una interpretación, la cual se especifica a continuación:

Tabla 12

Valores resultantes para la prueba de estadística t-student

Si la probabilidad obtenida P-Valor $\leq \alpha$, rechace H0 (Se acepta H1)

Si la probabilidad obtenida P-Valor $> \alpha$, rechace H1 (Se acepta H0)

Nota: nos muestra los valor en la cual se acepten o se rechacen los valores de la prueba estadística.

Prueba de hipótesis general

H0: Las tecnologías de la información y comunicación no incide significativamente en el desarrollo económico de los microempresarios durante la pandemia COVID-19, galería Sandoval, distrito de Piura, periodo 2020-2021.

H1: Las tecnologías de la información y comunicación incide significativamente en el desarrollo económico de los microempresarios durante la pandemia COVID-19, galería Sandoval, distrito de Piura, periodo 2020-2021.

Figura 14

Prueba estadística de la hipótesis general

Estadísticas de muestras emparejadas					
Part		Media	N	Desv. estándar	Medio de error estándar
Part 1	SinTic	12.0003	3	10.44031	6.02771
	ConTic	31.0003	3	13.22876	7.83763

Correlaciones de muestras emparejadas					
Part	SinTic & ConTic	N	Correlación	Significación	
				P de un factor	P de dos factores
Part 1	SinTic & ConTic	3	.959	.001	.192

Prueba de muestras emparejadas										
		Diferencias emparejadas					Significación			
Part	SinTic - ConTic	Media	Desv. estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia		t	df	P de un factor	P de dos factores	
				Medio de error estándar	Infremo					Superior
Part 1	SinTic - ConTic	-18.00000	4.35990	2.51661	-26.82811	-8.17160	7.553	2	.009	.017

Tamaños de efecto de muestras emparejadas						
Part	SinTic - ConTic	d de Cohen	Efecto	Intervalo de confianza al 95%		
				Infremo	Superior	
Part 1	SinTic - ConTic	d de Cohen	4.35990	-4.359	-3.493	-4.48
			corrección de Hedges	7.72595	-2.458	-4.794

a El denominador utilizado en la estimación de tamaños del efecto. La d de Cohen utiliza la desviación estándar de muestra de la diferencia de medias. La corrección de Hedges utiliza la desviación estándar de muestra de la diferencia de medias, más un factor de corrección.

Nota: nos muestra los resultados de la pruebas estadística para la hipótesis general.

Se evaluó las tres dimensiones que conforman el desarrollo económico de los microempresarios donde la media en el año que no aplicaron TIC fue de 12; a diferencia del año que aplicaron su media correspondió a 31, con un intervalo de confianza del 95%. Obteniéndose así una significancia de P-Valor=0.017 < α =0.05.

Por lo cual hay una diferencia significativa en el desarrollo económico de los microempresarios antes y después de la aplicación de las TIC. Por lo cual se determina que la aplicación de las TIC incide significativamente en el desarrollo económico de los microempresarios.

Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

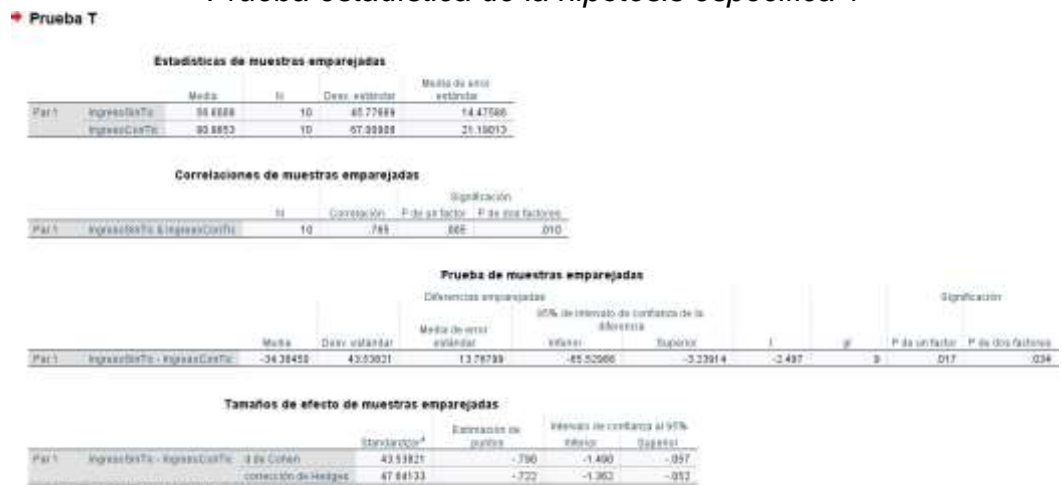
Prueba de hipótesis específica

H0: El conocimiento y la implementación de las tecnologías de la información y comunicación no incide en el crecimiento económico de los microempresarios durante la pandemia COVID-19, galería Sandoval, distrito de Piura, periodo 2020-2021.

H1: El conocimiento y la implementación de las tecnologías de la información y comunicación incide en el crecimiento económico de los microempresarios durante la pandemia COVID-19, galería Sandoval, distrito de Piura, periodo 2020-2021.

Figura 15

Prueba estadística de la hipótesis específica 1



Nota: nos muestra los resultados de la pruebas estadística para la hipótesis específica 1.

Se evaluó a los 10 microempresarios de la galería donde la media del año en el que no conocían e implementaban las TIC fue de 56.60 de su crecimiento económico; mientras que en el año que conocieron e implementaron las TIC su media correspondió a 90.98 de su crecimiento económico, con un intervalo de confianza del 95%. Obteniéndose así una significancia de P-Valor=0.034 < α =0.05.

Por lo cual hay una diferencia significativa en el crecimiento económico de los microempresarios antes y después del conocimiento e implementación de las TIC. Por lo cual se determinó que el conocimiento y la implementación de las TIC incide significativamente en el crecimiento económico de los microempresarios.

Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

H0: El conocimiento y la implementación de las tecnologías de la información y comunicación no incide en el aspecto socio cultural de los microempresarios durante la pandemia COVID-19, galería Sandoval, distrito de Piura, periodo 2020-2021.

H1: El conocimiento y la implementación de las tecnologías de la información y comunicación incide en el aspecto socio cultural de los microempresarios durante la pandemia COVID-19, galería Sandoval, distrito de Piura, periodo 2020-2021.

Figura 16

Prueba estadística de la hipótesis específica 2

Estadísticas de muestras emparejadas					
Par F	Medida	N	Desv. estándar	Medida de error estándar	
	SocioculturalAntesTi	10	40200	.10278	
	SocioculturalDespuésTi	10	87940	.27888	

Correlaciones de muestras emparejadas					
Par F	N	Correlación	P de un factor	P de dos factores	
	10	-.447	.000	.000	

Prueba de muestras emparejadas										
Par F	Medida	Desv. estándar	Medida de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia			t	df	P de un factor	P de dos factores
				inferior	superior					
	SocioculturalAntesTi - SocioculturalDespuésTi	-2.40000	1.57378	-.37118	-3.23808	-1.56032	-6.466	9	.000	.000

Tamaños de efecto de muestras emparejadas						
Par F	E de Cohen	Mandarinas ^a	Estración de puntos		Intervalo de confianza al 95%	
			inferior	superior	inferior	superior
	1.17378	1.20441	-3.045	-3.148	-.912	-.833

a. El coeficiente utilizado en la estración de tamaño de efecto.
La E de Cohen utiliza la desviación estándar de muestra de la diferencia de medias.
La estración de Hedges utiliza la desviación estándar de muestra de la diferencia de medias, más un factor de corrección.

Nota: nos muestra los resultados de la pruebas estadística para la hipótesis específica 2

Se evaluó a los 10 microempresarios de la galería donde la media del año en el que no conocían e implementaban las TIC fue de 1.70 de su aspecto sociocultural; mientras que en el año que conocieron e implementaron las TIC su media correspondió a 4.10 de su aspecto sociocultural, con un intervalo de confianza del 95%. Obteniéndose así una significancia de P-Valor=0.000 < α =0.05.

Por lo cual hay una diferencia significativa en el aspecto sociocultural de los microempresarios antes y después del conocimiento e implementación de las TIC. Por lo cual se determinó que el conocimiento

y la implementación de las TIC incide significativamente en el aspecto sociocultural de los microempresarios.

Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

H0: El conocimiento y la implementación de las tecnologías de la información y comunicación no incide en el aspecto político administrativo de los microempresarios durante la pandemia COVID-19, galería Sandoval, distrito de Piura, periodo 2020-2021.

H1: El conocimiento y la implementación de las tecnologías de la información y comunicación incide en el aspecto político administrativo de los microempresarios durante la pandemia COVID-19, galería Sandoval, distrito de Piura, periodo 2020-2021.

Figura 17

Prueba estadística de la hipótesis específica 3

Prueba T

Estadísticas de muestras emparejadas					
	Media	N	Desv. estándar	Media de error estándar	
Por 1	AntesDeTic	10	31629	10000	
	DespuesDeTic	10	66621	20111	

Correlaciones de muestras emparejadas				
	N	Correlación	P de un factor	P de dos factores
Por 1	AntesDeTic & DespuesDeTic	10	.332	.100

Prueba de muestras emparejadas										
Diferencias emparejadas										
	Media	Desv. estándar	Media de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia	Significancia					
				inferior	superior	t	gl	P de un factor	P de dos factores	
Por 1	AntesDeTic - DespuesDeTic	-170000	67485	-21344	-218293	-121717	7.885	9	.000	.000

Tamaños de efecto de muestras emparejadas						
	Standardize ^a	Estimación de puntos	Intervalo de confianza al 95%	inferior	superior	
Por 1	AntesDeTic - DespuesDeTic	3 de Cohen	67495	-2,618	-3,833	-1,204
	Correlación de Hedges	73856	-2,302	-3,477	-1,100	

Nota: nos muestra los resultados de la prueba estadística para la hipótesis específica 3

Se evaluó a los 10 microempresarios de la galería donde la media del año en el que no conocían e implementaban las TIC fue de 1.90 de su aspecto político y administrativo; mientras que en el año que conocieron e implementaron las TIC su media correspondió a 3.60 de su aspecto

político y administrativo, con un intervalo de confianza del 95%. Obteniéndose así una significancia de $P\text{-Valor}=0.000 < \alpha=0.05$.

Por lo cual hay una diferencia significativa en el aspecto político y administrativo de los microempresarios antes y después del conocimiento e implementación de las TIC. Por lo cual se determinó que el conocimiento y la implementación de las TIC incide significativamente en el aspecto político y administrativo de los microempresarios.

Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

4.2. Discusión de resultados

Respecto al primer objetivo específico se observa que el conocimiento y la implementación de las TIC inciden significativamente en el crecimiento económico de los microempresarios de la galería Sandoval, lo que concuerda con Ayala y González (2015) en su libro titulado “Tecnologías de la información y comunicación”; en su teoría menciona que las tic son cada vez más frecuentadas en el apoyo y automatización de funciones por lo que brinda importantes beneficios como lo son optimización de las operaciones, mejora de los recursos y un conocimiento preciso y significativo acerca de las necesidades del cliente y un servicio de mayor calidad. También concuerda con Chen y Huang (2012) de la mano con Schiuma, Andreeva y Kianto (2012) menciona que el conocimiento asistido por las Tecnologías de la información conlleva a la productividad y rentabilidad de la organización; es decir que mientras los microempresarios obtengan más conocimiento acerca de las tecnologías de la información y comunicación; que poseen un 81% después de haberlas conocido e implementado, ello genera una mejora en la productividad y rentabilidad mayor a la antes lograda.

También concuerda con la investigación de José Jonathan Huallanca Carbajal denominada “Análisis del uso de tecnología de información y

su influencia en el crecimiento económico en la mediana y pequeña empresa en la ciudad de chincha, 2019” desarrollada en la Universidad Autónoma de Ica el cual concluye que el uso de la tecnologías de la información y comunicación influyen en el conocimiento y acceso de las Pyme sobre las TIC considerando que inciden de forma positiva en el crecimiento económico de la mediana y pequeña empresa de la ciudad de chincha. Así mismo Hernández (2008) en sus investigación menciona que las TIC son necesarias para utilizar puesto que están en cada una de las etapas de generación de valor dándose de dos maneras, la primera en la forma en la que se efectúan y la segunda en la que se relacionan con las actividades; por lo tanto en cada etapa juegan un papel importante las TIC ya que existen, dos maneras de relacionarse la primera es la forma en cómo se van a desarrollar y la segunda es como vas a relacionarla con tu mismo giro de negocio ya que no todos los negocios utilizan las mismas TIC.

Respecto al segundo objetivo específico se observa que el conocimiento y la implementación de las TIC inciden significativamente en el aspecto sociocultural de los microempresarios de la galería Sandoval, debido a que se encontró en un 82% el nivel sociocultural después de haber conocido e implementado las TIC. Entendiéndose así que los microempresarios comprenden que es importante manejar una cultura digital ya que lo concuerda con Manager Magazine (2010) menciona los diferentes cambios tecnologías han traído otro cambio cultural donde los negocios se adaptan y descubren como obtener el mayor beneficio de una nueva manera de trabajar llegando a una comprensión de la connotación misma del trabajo. Además, esto coincide con Gino Molin y Juan Gazzaneo en su tesis titulada “Las tecnologías de la información y el crecimiento: un recorrido de 360 grados” del año 2020, manifiesta que las TIC tienen un gran potencial para estimular el confort social y el crecimiento económico, no obstante para que exista un impacto

notable, en estos ámbitos se tiene que implementar diferentes formatos, dependiendo del contexto político, social y tecnológico del país.

Prosiguiendo con el tercer objetivo específico se observa que el conocimiento y la implementación de las TIC inciden significativamente en el aspecto político y administrativo de los microempresarios de la galería Sandoval, debido a que se encontró en un 85% del nivel político y administrativo después de haber conocido e implementado las TIC. Esto concuerda con lo escrito por Mario Tello en la revista de CEPAL en la que resaltan que los gobiernos emplean una serie de instrumentos para lograr la equidad y la eficiencia en la asignación de recursos para proporcionar bienes y servicios públicos, los cuales los microempresarios lo tiene en un nivel de manejo y conocimiento elevado facilitándole cumplir con sus objetivos.

Finalizando con el objetivo general en la cual nos refleja que las tecnologías de la información y comunicación inciden significativamente en el desarrollo económico de los microempresarios. Puesto que se encontró que en el periodo 2020 aquellos microempresarios que dieron uso de la TIC tuvieron un incremento en sus ventas promedio de 176%, además en el periodo 2021 los microempresarios que emplearon las TIC para ese año incrementaron sus ventas en un promedio de 43%, dando con esto una relación significativa de las TIC con el desarrollo económico de los 10 microempresarios de la galería. Encontrándose también una incidencia positiva en la productividad de los microempresarios cuando aplicaron las TIC, hallándose que 8 de cada 10 tuvieron un incremento en su productividad, 9 de 10 un fácil manejo de las tecnologías, 9 de 10 un reducción en sus ingresos y 8 de 10 una mejor comunicación con sus clientes y proveedores. Lo cual se llega a concordar que en el año 2021 en el blog del Plan internacional alude

que para que los microempresarios obtengan más ventas tanto nacionales como extranjeras deben de tener un sitio web, comercio electrónico y redes sociales; ya que acompañados con. El conocimiento de estas misma se simplificaría las procesos y fueran más eficientes y eficaces en su desarrollo económico. Así mismo también concuerda con Villanueva y otros en el 2022; encontraron que los microempresarios investigados en su estudio concuerdan que el uso de las TIC incrementa su productividad en un 67%, mejora su relación con proveedores y clientes, disminuye los costos de su negocio en un 63% y en un 60% de microempresarios menciona una experiencia sencilla para trabajar con las TIC.

Por lo expuesto y por nuestra contrastación de hipótesis se demuestra que las tecnologías de la información y comunicación incide significativamente en el desarrollo económico de los microempresarios de la galería, viéndose mostrado en la tablas y figuras elaboradas por los autores, observando que los microempresarios manejan un conocimiento optimo después de haberlas implementado, con la finalidad de utilizarlas como herramientas para sus operaciones, optimización de manejo de procesos, incremento en su nivel sociocultura, político administrativo y sus respectivas ventas.

Conclusiones

1. Las tecnologías de la información y comunicación inciden significativamente en el desarrollo económico de los microempresarios, puesto que la media del desarrollo económico de los microempresarios en el año en el que no aplicaron TIC fue de 12 y el año que aplicaron las TIC su media correspondió a 31, viéndose una diferencia significativa en el desarrollo económico de los microempresarios. Tal como nos muestra la prueba estadística t-student para muestras relacionadas.
2. El conocimiento y la implementación de las tecnologías de la información y comunicación incide en el crecimiento económico de los microempresarios, puesto que los resultados demuestran un incremento porcentual en las ventas con porcentajes de 176% y del 43% en los años empleados. Así mismo, también que 9 de cada 10 microempresarios tuvieron un incremento en su productividad, relación y comunicación con clientes y una reducción en sus costos.
3. El conocimiento y la implementación de las tecnologías de la información y comunicación incide en el aspecto socio cultural de los microempresarios, puesto que su nivel sociocultural en el año en el que se aplicó las TIC fue de 82%.
4. El conocimiento y la implementación de las tecnologías de la información y comunicación incide en el aspecto político administrativo de los microempresarios, puesto que su nivel político y administrativo en el año en el que se aplicó las TIC fue de 85%.

Recomendaciones

Fomentar la difusión por parte de cada uno de los microempresarios de la galería Sandoval. Los resultados de la investigación al personal involucrado a la toma de decisiones enfatizando la importancia del conocimiento y aplicación de las tecnologías de la información y comunicación para el desarrollo económico del negocio.

Realizar un seguimiento semanal a los portales del estado y de las instituciones independientes puesto que publican novedades e información importante de la cual podría beneficiarse, con la finalidad de aumentar su nivel político y administrativo del negocio.

Implementar y frecuentar en aquellos sistemas que los microempresarios han prescindido de utilizar como los son el meta business y programa de gestión y toma de decisiones con la finalidad de potenciar sus redes sociales.

Se recomienda, para que exista una capacidad de beneficiarse con las tecnologías primero se describan detalladamente que repercusión generara para la empresa, así como también la finalidad de aporte que tenga para el negocio. Ya que los beneficios se darán canalizando de manera creativa e innovadora en su aplicación.

Referencias bibliográficas

- Andrade Pinelo, A. M. (2012). analisis de los ratios de rentabilidad. 60-61.
- Banco del Desarrollo de America Latina*. (2013). Obtenido de <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/168>
- Blumer, H. (1969). interaccionismo simbolico. 17.
- Cardozo, E. D. (2006). La conceptualizacion de microempresa,. 28.
- Cepal. (02 de Julio de 2020). *Sectores y empresas frente al COVID-19: emergencia y reactivación*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45734/4/S2000438_es.pdf
- ComexPerú. (2019). *reporte_mype*. Obtenido de [reporte_mype: https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reportes-reportes-mype-001.pdf](https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reportes-reportes-mype-001.pdf)
- Comexperu*. (18 de Junio de 2021). Obtenido de <https://www.comexperu.org.pe/articulo/el-numero-de-mypes-peruanas-se-redujo-un-488-en-2020-y-la-informalidad-paso-al-85-como-consecuencia-de-la-pandemia>
- Conduce tu empresa*. (20 de Febrero de 2019). Obtenido de <https://blog.conducetuempresa.com/2012/06/formalizacion-de-mi-negocio-ventajas-y.html>
- Cumpa LLontop, A. (2020). *Formalización y cultura tributaria para los comerciantes del centro poblado de Sipán, Zaña*. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/54888>
- Cuya Lazaro, K. (2020). *Negocios digitales y su incidencia en la evasión tributaria en las empresas que comercializan productos y servicios por internet en Lima Metropolitana, año 2020*. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/62064>
- De la rosa, P. I. (2011). *Los retos del uso de las tics en la enseñanza*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7320918>
- De los Santos , D. (2021). *Comercio electrónico y género en Uruguay: transformaciones recientes y la mirada hacia la post-pandemia*. Obtenido de <https://ciedur.org.uy/site/wp-content/uploads/2021/10/Estudio-de-caso-Uruguay-A4-FINAL.pdf>
- Editorial Etecé. (16 de Julio de 2021). *CONCEPTO*. Obtenido de Desarrollo económico: <https://concepto.de/desarrollo-economico/>

- Empresa Institutua*. (27 de MAYO de 2020). Obtenido de <https://www.ehu.eus/ehusfera/enpresa-institutua/2020/05/27/efectos-de-la-crisis-covid-19-sobre-el-emprendimiento/>
- Escobedo, T. (2017). *La publicidad y su influencia en el incremento de las ventas en la empresa van llantas, los olivos 2017*. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/14282/Escobedo_STS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Fonseca, A. (2016). *Marketing Digital en Redes Sociales*. España: Anaya Multimedia.
- Garcia Gomez , O. D. (mayo de 2019). ETAPAS DEL DESARROLLO EMPRESARIAL Y CAPACIDADES DE INNOVACIÓN EN EMPRESARIOS DEL SECTOR CALZADO EN BOGOTÁ. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/32680/GarciaGomezOscarDaniel2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gobierno del Peru. (22 de Octubre de 2019). *Regímenes tributarios*. Obtenido de <https://www.gob.pe/280-regimenes-tributarios>
- Grupo Verona . (22 de Enero de 2020). *Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)*. Obtenido de <https://grupoverona.pe/nuevo-regimen-unico-simplificado-nrus/>
- Herrera, P. N. (31 de Diciembre de 2020). *El Peruano*. Obtenido de <https://elperuano.pe/noticia/112671-la-pandemia-genero-nuevos-modelos-de-emprendimiento>
- Idrogo Nieto , W. (2020). *Cultura tributaria y su relación con la informalidad en los comerciantes del mercado central de Chota*. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/46719>
- Informatica, I. N. (07 de MAYO de 2021). *COMEXPERU*. Obtenido de <https://www.comexperu.org.pe/articulo/la-tasa-de-informalidad-laboral-solo-disminuyo-del-771-al-734-durante-la-ultima-decada>
- Kuczynski, P. (21 de Julio de 2004). *Decreto Legislativo N° 937*. Obtenido de <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/rus/regla/>
- Lanza, H. (2018 de Septiembre de 2018). *Grupo Marti*. Obtenido de <https://marticontadores.com/regimen-unico-simplificado/>
- Lanza, H. (21 de Septiembre de 2018). *Qué es el Régimen único Simplificado*. Obtenido de <https://marticontadores.com/regimen-unico-simplificado/>
- Marino Adrianzen, M. (2016). *Análisis de los factores causantes de la informalidad y evasión tributaria de las mype comercializadoras de ropa en Piura*. Obtenido de <http://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/869>

- Mead, G. (1934). *espiritu, personas y sociedad*. 14.
- Mejias, A. (2019). Definición de desarrollo empresarial. *Cuida tu dinero*, 1. Obtenido de <https://www.cuidatudinero.com/13098633/definicion-de-desarrollo-empresarial>
- Mesen, V. (2011). *Fidelización de los clientes: concepto y perspectiva contable*.
- Ministerio De Trabajo y Promoción del Empleo. (9 de Agosto de 2006). *La Microempresa: Una propuesta tipológica*. Obtenido de https://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/estadisticas/peel/bel/BEL_34.pdf
- Muzio Mongrut, L. (2020). *Villamuzio estudio contable*. Obtenido de <https://estudiocontablevmc.pe/nuevo-rus-nuevas-categorias/>
- Nielsen, O. (2010). *Estudio de Nielsen Online y Facebook: Advertising Effectiveness*. Obtenido de http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/nielsenfacebook-ad-report/
- O'Donnell, K. &. (2004). *EL PROCESO ADMINISTRATIVO: FACTOR*. Obtenido de EL PROCESO ADMINISTRATIVO: FACTOR: <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xix/docs/1.16.pdf>
- Organización Internacional del Trabajo. (Enero de 2017). *La formalización de las empresas*. Obtenido de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_549523.pdf
- Ortí, C. B. (2011). *LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y*. Obtenido de LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y: <http://pregrado.udg.mx/sites/default/files/formatosControlEscolar/pwtic1.pdf>
- Plan Internacional. (29 de Abril de 2021). Obtenido de <https://www.planinternational.org.pe/blog/impacto-de-las-tic-en-las-pymes-asi-se-benefician-las-y-los-jovenes-emprendedores-de-nuestro-pais>
- Plata Digital Única del Estado Peruano. (09 de abril de 2021). Obtenido de <https://www.gob.pe/6988-nuevo-regimen-unico-simplificado-nrus>
- Plataforma Única Digital del Estado Peruano. (25 de Noviembre de 2020). Obtenido de <https://www.gob.pe/8112-nuevo-regimen-unico-simplificado-nrus-actividades-no-comprendidas-en-el-nuevo-rus>
- RED GEM ESPAÑA. (27 de MAYO de 2020). Obtenido de <https://www.ehu.eus/ehusfera/enpresa-institutua/2020/05/27/efectos-de-la-crisis-covid-19-sobre-el-emprendimiento/>
- Ritzer, G. (1934). EL INTERACCIONISMO SIMBÓLICO . 213-259.
- Romaní, J. C. (2009). El concepto de tecnologías de la información. *El concepto de tecnologías de la información.*, 295-318.

- Rovira, S. (2013). TIC, políticas públicas y desarrollo. *Cepal*, 21-24.
- Sánchez, A. D. (11 de Mayo de 2017). *Base imponible*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/base-imponible.html>
- Selman, H. (2017). *Marketing Digital*.
- Sillo, E. L. (Junio de 2021). *Emprendimiento y resiliencia: caso de las bodegas de barrio en el Perú durante la pandemia de covid-19*. Obtenido de [sciELO.org.pe](http://www.scielo.org.pe):
http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2415-09592021000100007
- Tpc Group. (22 de Abri de 2021). *Los regimenes tributarios*. Obtenido de <https://tpcgroup-int.com/blog/impuestos/los-regimenes-tributarios-en-el-peru/>
- VILLACORTA, J. R. (2018). *INFLUENCIA DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y*. Obtenido de INFLUENCIA DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y:
https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/4051/1/REP_MAEST.EDU_JORGE.NARVAEZ_INFLUENCIA.TECNOLOG%c3%8dAS.INFORMACI%c3%93N.COMUNICACI%c3%93N.PROCESO.ENSE%c3%91ANZA.APRENDIZAJE.CURSO.DISE%c3%91O.PRODUCCI%c3%93N.DIGITAL.CARRERA.PROFESIONAL.CIENC
- Davila L., A. P., Sanabria G., D., & Canastero C., M. (2021). *Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá: un estudio de caso*. Bogota. Recuperado el 15 de Mayo de 2022
- Galvan Guardiola, Y. Y., Hernández Moreno, L. A., & López Solórzano, J. G. (2018). *Redes sociales y tendencias de marketing digital en los negocios. Universidad Autonoma de Nuevo Leon*, 702. Obtenido de file:///C:/Users/Adrian/Downloads/75.%20Galvan_Guardiola_Yeli_Yecenia-Hernandez_Moreno_Laura_Alicia-Lopez_Solorzano_Juan_Gabriel.pdf
- Garzon , M. (2019). *Componentes organizacionales que explican la rentabilidad en las pymes colombianas*. Celaya.
- Gonzalez Esteban, E. (2007). *La teoria de los estakeholders*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2471547.pdf>
- Llanes M., D. (2012). *Inmovilizado: El punto de partida de la liquidez*. *Revista Universo*.
- Davila L., A. P., Sanabria G., D., & Canastero C., M. (2021). *Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes*

sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá: un estudio de caso. Bogota. Recuperado el 15 de Mayo de 2022

- Galvan Guardiola, Y. Y., Hernández Moreno, L. A., & López Solórzano, J. G. (2018). Redes sociales y tendencias de marketing digital en los negocios. *Universidad Autonoma de Nuevo Leon*, 702. Obtenido de file:///C:/Users/Adrian/Downloads/75.%20Galvan_Guardiola_Yeli_Yecenia-Hernandez_Moreno_Laura_Alicia-Lopez_Solorzano_Juan_Gabriel.pdf
- Garzon , M. (2019). *Componentes organizacionales que explican la rentabilidad en las pymes colombianas.* Celaya.
- Gonzalez Esteban, E. (2007). *La teoria de los estakeholders.* Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2471547.pdf>
- Llanes M., D. (2012). Inmovilizado: El punto de partida de la liquidez. *Revista Universo.*
- Acuña, E. L. (25 de Enero de 2021). *SciELO.* Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2415-09592021000100007
- Ayala Ñiquen, E., & Gonzales Sanchez, S. (2015). *TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION Y COMUNICACION.* LIMA: FONDO EDITORIAL DE LA UIGV. Obtenido de <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1189/Libro%20TIC%20%282%29-1-76%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed>
- Banco del Desarrollo de America Latina.* (2013). Obtenido de <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/168>
- Campos, N. (2007). *¿Cuál es el impacto relativo del marco regulatorio en La difusión de las tecnologías de la información y las comunicaciones? Evidencia de América Latina, 1989-2004.* Santiago de Chile: CEPAL. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2537/1/S0900902_es.pdf
- CASTAÑO, G. (15 de ABRIL de 2016). *TOKY.* Obtenido de <https://blog.toky.co/es/3-razones-por-las-que-un-buen-mensaje-de-bienvenida-es-mejor-que-una-llamada-perdida/>
- Cebreiro, B. (2007). Las nuevas tecnologías como instrumentos didácticos.
- Comexperu.* (18 de Junio de 2021). Obtenido de <https://www.comexperu.org.pe/articulo/el-numero-de-mypes-peruanas-se-redujo-un-488-en-2020-y-la-informalidad-paso-al-85-como-consecuencia-de-la-pandemia>

- Conduce tu empresa.* (20 de Febrero de 2019). Obtenido de <https://blog.conducetuempresa.com/2012/06/formalizacion-de-mi-negocio-ventajas-y.html>
- Crovi Drueta, D. (2007). *Dimensión social del acceso, uso y apropiación de las TIC**. Mexico. Obtenido de <https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/download/784/756/>.
- Cutrell, E. (2020). *Naciones Unidas*. Obtenido de <https://www.un.org/es/chronicle/article/el-contexto-y-el-diseno-de-tic-para-el-desarrollo-mundial>
- Davila L., A. P., Sanabria G., D., & Canastero C., M. (2021). *Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá: un estudio de caso*. Bogota. Recuperado el 15 de Mayo de 2022
- Duarte, A. (1998). *Navegando a través de la información: diseño y evaluación*.
- Empresa Institutua.* (27 de MAYO de 2020). Obtenido de <https://www.ehu.eus/ehusfera/enpresa-institutua/2020/05/27/efectos-de-la-crisis-covid-19-sobre-el-emprendimiento/>
- FERNANDEZ, L. (10 de OCTUBRE de 2017). *HABLEMOS DE EMPRESAS*. Obtenido de <https://hablemosdeempresas.com/empresa/whatsapp-en-la-empresa/>
- Garcia Gomez , O. D. (mayo de 2019). *ETAPAS DEL DESARROLLO EMPRESARIAL Y CAPACIDADES DE INNOVACIÓN EN EMPRESARIOS DEL SECTOR CALZADO EN BOGOTÁ*. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/32680/GarciaGomezOscarDaniel2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Garzon , M. (2019). *Componentes organizacionales que explican la rentabilidad en las pymes colombianas*. Celaya.
- Gobierno del ecuador. (2017). *Gobierno del ecuador*. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/las-tic-como-motor-de-la-economia-digital/>
- Gonzales, C., & Pacheco, F. (2016). *POLÍTICAS PÚBLICAS DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS PERUANAS DE SOFTWARE: ESTUDIO DE CASO DEL PERIODO 2003-2013*. Lima. Obtenido de <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/8442>

- Gonzalez Esteban, E. (2007). *La teoria de los estakeholders*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2471547.pdf>
- Gros, B. (1999). Constructivismo y diseño de entornos virtuales de aprendizaje.
- Herrera, P. N. (31 de Diciembre de 2020). *El Peruano*. Obtenido de <https://elperuano.pe/noticia/112671-la-pandemia-genero-nuevos-modelos-de-emprendimiento>
- Huallanca Carbajal, J. (2019). *ANALISIS DEL USO DE LA TECNOLOGIA DE INFORMACION Y SU INFLUENCIA EN EL CRECIMIENTO ECONOMICO EN LA MEDIANA Y PEQUEÑA EMPRESA EN LA CIUDAD DE CHINCHA, 2019*. CHINCHA: UNIVERSIDAD AUTONOMA DE ICA. Obtenido de <https://autonomadeica.edu.pe/wp-content/uploads/2021/10/ANALISIS-DEL-USO-DE-TECNOLOGIA-DE-INFORMACION-Y-SU-INFLUENCIA-EN-EL-CRECIMIENTO-ECONOMICO-EN-LA-MEDIANA-Y-PEQUENA-EMPRESA-EN-LA-CIUDAD-DE-CHINCHA-2019.pdf>
- Huallanca, J. (2019). *ANÁLISIS DEL USO DE TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN Y SU INFLUENCIA EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO EN LA MEDIANA Y PEQUEÑA EMPRESA EN LA CIUDAD DE CHINCHA, 2019*. CHINCHA. Obtenido de <https://autonomadeica.edu.pe/wp-content/uploads/2021/10/ANALISIS-DEL-USO-DE-TECNOLOGIA-DE-INFORMACION-Y-SU-INFLUENCIA-EN-EL-CRECIMIENTO-ECONOMICO-EN-LA-MEDIANA-Y-PEQUENA-EMPRESA-EN-LA-CIUDAD-DE-CHINCHA-2019.pdf>
- Jimenez, R. (s.f.). *Introduccion a la microelectronica*. 0-20. Obtenido de <http://www.uhu.es/raul.jimenez/MICROELECTRONICA/introduccion.pdf>
- Joyanes, L. (1997). *Cybersociedad: Los retos sociales ante un nuevo mundo*. Madrid: McGraw- Hill. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/993/99318557010.pdf>
- Kuczynski, P. (21 de Julio de 2004). *Decreto Legislativo N° 937*. Obtenido de <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/rus/regla/>
- Lanza, H. (2018 de Septiembre de 2018). *Grupo Marti*. Obtenido de <https://marticontadores.com/regimen-unico-simplificado/>
- Llanes M., D. (2012). Inmovilizado: El punto de partida de la liquidez. *Revista Universo*.
- MARKETING ECOMMERCE*. (15 de FEBRERO de 2021). Obtenido de <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-whatsapp/>
- Mejias, A. (2019). Definicion de desarrollo empresarial. *Cuida tu dinero*, 1. Obtenido de <https://www.cuidatudinero.com/13098633/definicion-de-desarrollo-empresarial>

- Molin, G., & Gazzaneo, J. (2020). *Las Tecnologías de Información y el Crecimiento Económico: Un recorrido de 360 grados*. Buenos Aires, Argentina. Obtenido de <https://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/18728/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.%20L.%20Eco.%20Gazzaneo%2C%20Juan%20y%20Molin%2C%20Gino.pdf>
- Muzio Mongrut, L. (2020). *Villamuzio estudio contable*. Obtenido de <https://estudiocontablevmc.pe/nuevo-rus-nuevas-categorias/>
- Peres, W., & Hilbert, M. (2009). *La sociedad de la información en América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: Cepal. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2537/1/S0900902_es.pdf
- PLAN INTERNATIONAL. (29 de ABRIL de 2021). IMPACTO DE LAS TIC EN LAS PYMES: ASI SE BENEFICIAN LAS Y LOS JOVENES EMPRENDEDORES DE NUESTRO PAIS. Obtenido de <https://www.planinternational.org.pe/blog/impacto-de-las-tic-en-las-pymes-asi-se-benefician-las-y-los-jovenes-emprendedores-de-nuestro-pais#:~:text=Lo%20cierto%20es%20que%20la,vez%20a%20m%C3%A1s%20clientes%20potenciales>
- Plata Digital Unica del Estado Peruano*. (09 de abril de 2021). Obtenido de <https://www.gob.pe/6988-nuevo-regimen-unico-simplificado-nrus>
- Plataforma Unica Digital del Estado Peruano*. (25 de Noviembre de 2020). Obtenido de <https://www.gob.pe/8112-nuevo-regimen-unico-simplificado-nrus-actividades-no-comprendidas-en-el-nuevo-rus>
- Quinde-li, M. (2011). *LAS TIC EN EL PERÚ DESDE EL DESARROLLO SOSTENIBLE: UNA PROPUESTA PARA LAS ZONAS RURALES*. PIURA. Obtenido de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2418/ING_504.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Quiroga Parra, D., Torrent Sellens, J., & Murcia Zorilla, C. (JUNIO de 2017). Usos de las TIC en América Latina: una caracterización. CHILE: INGENIARE. Obtenido de https://www.ingeniare.cl/index.php?lang=es&option=com_ingeniare&view=va&aid=565&vid=92
- RAMIREZ, I. (23 de ENERO de 2018). *ANDROID*. Obtenido de <https://www.xatakandroid.com/comunicacion-y-mensajeria/probamos-whatsapp-business-el-whatsapp-para-negocios-con-algun-que-otro-as-en-la-manga>
- Tello, M. (2010). *Del desarrollo económico nacional al desarrollo local*. Lima: Cepal. Obtenido de

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11416/102051067_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Valdez Juarez, L. (2017). *LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y LAS TIC, SU EFECTO EN LA INNOVACIÓN Y EN EL RENDIMIENTO DE LA PYME: UN ESTUDIO EMPÍRICO*. Cartagena. Obtenido de <https://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/7009/levj.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

WHATSAPP. (15 de ENERO de 2020). Obtenido de https://faq.whatsapp.com/general/verification/about-two-step-verification/?lang=es_pe

10. Anexos

Anexo 1: Carta de aceptación de uso de información de la galería Sandoval.



NEGOCIACIONES E INVERSIONES "SANDOVAL AQUINO"

Pedro Pablo Sandoval Inga - Maria Carmen Aquino de Sandoval : Fundadores

Tiendas "Sandoval"

Sombrerería "Fanny"

Hostal Amanecer Wanka

Galerías "Sandoval"

Plaza Wanka

Salón de Recepciones "Pedregal"

Tecnología Electrónica "Loreto" Centro Comercial

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

Huancayo, 03 de marzo del 2022.

Carta Nº 015 – 2022 – GRUPOSAAQ/HYO

SEÑOR:

Reyes Contreras Marco Antonio

Docente - Asesor de la Universidad Privada Antenor Orrego - Piura

Presente. -

ASUNTO: AUTORIZACION PARA REALIZAR TRABAJO DE INVESTIGACION DEL NIVEL DE PRE – GRADO

Es grato dirigimos a Usted para saludarlo a nombre de la empresa Negociaciones e Inversiones "Sandoval Aquino" - Unidad estratégica de Negocios "GALERIA SANDOVAL" - Piura. **AUTORIZO** la realización del trabajo de investigación a los alumnos del IX semestre de la facultad de ciencias económicas de la escuela de contabilidad de la Universidad Privada Antenor Orrego.

Esta Autorización es válida para la realización del trabajo de investigación.

Sin otro particular propicia la ocasión para expresar las muestras de mi especial consideración y deferencia personal.

Atentamente.

.....
Dr. LEO DANTE SANDOVAL AQUINO
ADMINISTRADOR GRUPO SAAQ

Anexo 2: Cuestionario:



Cuestionario

I. Preguntas sobre el conocimiento de los microempresarios

1. ¿Cuál es su nivel de manejo de la Tecnologías? (Celular; computadoras, tabletas)
2. ¿Podemos añadir un documento a varias carpetas?
3. ¿Si vaciamos la papelera podemos recuperar los documentos eliminados?
4. ¿Es importante tener correo electrónico en nuestra vida social?
5. ¿Es importante invertir en tic para su negocio?
6. ¿Maneja tablas dinámicas en Excel?
7. ¿Sabe elaborar documentos en Word?
8. ¿Sabe publicitar sus producto o servicios mediante ppt, prezi o canvas?
9. ¿Conoce que es la nube?

II. Preguntas sobre la implementación de las tic a los microempresarios

1. ¿Año en el que comenzaron a utilizar TIC?
2. ¿Su negocio usa las redes sociales?
3. ¿En su negocio dispone de computadora?
4. ¿En su negocio se manejan programas o sistemas para las operaciones?
5. ¿En su negocio se maneja Meta-business?
6. ¿Maneja Google Analytics para su negocio?
7. ¿Maneja Google Ads para su negocio?
8. ¿Maneja Facebook Ads para sus negocios?

III. Preguntas sobre el conocimiento Socio cultural de los microempresarios

1. ¿Conoce las herramientas de ofimática (Word, Excel o ppt)?
2. ¿Conoce que significa e-commerce?
3. ¿Conoce que es una página web?
4. ¿Para usted las redes sociales no genera vida social?
5. ¿Sabe para qué serviría el Google analítica en su negocio?

IV. Preguntas sobre el conocimiento de los portales web (instituciones independientes y estado) a los microempresarios

1. ¿Sabe buscar información en el portal Sunat?
2. ¿Sabe buscar información en el portal Reniec?



3. ¿Sabe buscar información en el portal Sunafil?
4. ¿Sabe buscar información en el portal Essalud?

Anexo 3: Evaluación primer especialista: Gabriel Maribel Zapata Valdez



INFORME DE OPINION DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

I. DATOS GENERALES

1. Apellidos y nombres del validador
Zapata Valdez Gabriel Maribel
2. Especialidad del validador
Contador Público
3. Cargo o institución donde trabaja
Interspacianos SAC
4. Nombre del instrumento a evaluar
Encuesta
5. Título de la investigación: Las tecnologías de la información y comunicación y su incidencia en el desarrollo económico de los microempresarios durante la pandemia Covid-19. galería Sandoval, Distrito Piura, periodo 2020-2021.
6. Autores del instrumento ... Abad Zapata, Renzo Gabriel y Bernabé Lazo, Handry Adrián.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME

INDICADOR	CRITERIOS	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-40%	BUENO 41-60%	MUY BUENO 61-80%	EXCELENTE 81-100%
CALIDAD	Se elaboró con lenguaje apropiado				75%	
OBJETIVIDAD	Se formuló de manera lógica				70%	
ORGANIZACION	Comprende los aspectos a tratar con claridad				70%	
SUFICIENCIA	Cada pregunta planteada guarda relación con cada dimensión					85%
CONSISTENCIA	Considera que los instrumentos empleados en este instrumento son todos propios del campo que se investiga					85%
COHERENCIA	Considera la estructura del instrumento apropiada				80%	
PROMEDIO DE VALORACION						



III. OPINION DE APLICACIÓN

¿Que aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

IV. PROMEDIO DE VALIDACION

77.5%

A handwritten signature in blue ink is written above a horizontal line.

FIRMA DEL EXPERTO

DNI: 75610950.....

Anexo 4: Evaluación segundo especialista: José André Atoche Cruz



INFORME DE OPINION DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

I. DATOS GENERALES

1. Apellidos y nombres del validador:
...*José André Atoche Cruz*.....
2. Especialidad del validador:
...*Contador Público Colegiado*.....
3. Cargo o institución donde labora:
...*Farmacias Peruanas*.....
4. Nombre del instrumento a evaluar:
...*Encuesta*.....
5. Título de la investigación: Las tecnologías de la información y comunicación y su incidencia en el desarrollo económico de los microempresarios durante la pandemia Covid-19, galería Sandoval, Distrito Piura, periodo 2020-2021.
6. Autores del instrumento:Abad Zapata, Renzo Gabriel y Bernabé Lazo, Handry Adrián.....

II. ASPECTOS DE VALIDACION E INFORME

INDICADOR	CRITERIOS	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-40%	BUENO 41-60%	MUY BUENO 61-80%	EXCELENTE 81-100%
CALIDAD	Se elaboró con lenguaje apropiado				75%	
OBJETIVIDAD	Se formuló de manera lógica					82%
ORGANIZACION	Comprende los aspectos a tratar con claridad				70%	
SUFICIENCIA	Cada pregunta planteada guarda relación con cada dimensión				72%	
CONSISTENCIA	Considera que los instrumentos empleados en este instrumento son todos propios del campo que se investiga					81%
COHERENCIA	Considera la estructura del instrumento apropiada				79%	
PROMEDIO DE VALORACION						



UPAO

III. **OPINION DE APLICACIÓN**

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. **PROMEDIO DE VALIDACION**

76.5%

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized letters and a flourish, written over a horizontal line.

FIRMA DEL EXPERTO

DNI: 71477862

Anexo 5: Evaluación del tercer especialista: Pozo Eche Jeanette Myrian



INFORME DE OPINION DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

I. DATOS GENERALES

1. Apellidos y nombres del validador: POZO ECHE JEANETTE MYRIAN
2. Especialidad del validador: CONTADOR PUBLICO COLEGIADO
3. Cargo o institución donde labora: CONTADOR
4. Nombre del instrumento a evaluar: Cuestionario
5. Título de la investigación: Las tecnologías de la información y comunicación y su incidencia en el desarrollo económico de los microempresarios durante la pandemia Covid-19, galería Sandoval, Distrito Piura, periodo 2020-2021.
6. Autores del instrumento: Abad Zapata, Renzo Gabriel y Bernabé Lazo, Handry Adrián.

II. ASPECTOS DE VALIDACION E INFORME

INDICADOR	CRITERIOS	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-40%	BUENO 41-60%	MUY BUENO 61-80%	EXCELENTE 81-100%
CALIDAD	Se elaboró con lenguaje apropiado				70	
OBJETIVIDAD	Se formuló de manera lógica				75	
ORGANIZACION	Comprende los aspectos a tratar con claridad				65	
SUFICIENCIA	Cada pregunta planteada guarda relación con cada dimensión			60		
CONSISTENCIA	Considera que los instrumentos empleados en este instrumento son todos propios del campo que se investiga			60		
COHERENCIA	Considera la estructura del instrumento apropiada				75	
PROMEDIO DE VALORACION				60	71.25	

III. OPINION DE APLICACIÓN

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

IV. PROMEDIO DE VALIDACION

67.5

FIRMA DEL EXPERTO

Anexo 6: Balance de Calderón Sánchez Sonia Maribel del 2019



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2019
TERCERA CATEGORIA E ITF**

IDENTIFICACIÓN

Número de RUC:	10036886191	Razón Social:	CALDERON SANCHEZ SONIA MARIBEL
Periodo Tributario:	201913		
Número de Formulario:	710	Número de Orden:	1000052383
Fecha Presentación:	02/03/2020		



Detalle en archivo excel



Detalle en archivo PDF

La presente declaración rectifica o sustituye a otra	NO
Régimen tributario	MYPE

Exoneración

Exoneración	
Exoneración	
¿Está exonerado totalmente del Impuesto a la Renta por alguna norma legal?	NO
Base legal	210 <input type="text"/>
Otros - Especifique	216 <input type="text"/>



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2019
TERCERA CATEGORIA E ITF**

Estados Financieros

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 de 2019		
Ventas netas o ing. por servicios	461	34838
Desc., rebajas y bonif. concedidas	462	
Ventas netas	463	34838
Costo de ventas	464	
Resultado bruto Utilidad	466	34838
Resultado bruto Pérdida	467	(0)
Gastos de ventas	468	(28530)
Gastos de administración	469	
Resultado de operación utilidad	470	6308

Anexo 7: Balance de Calderón Sánchez Sonia Maribel del 2020



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2020
TERCERA CATEGORIA E ITF**

IDENTIFICACIÓN

Número de RUC:	10036886191	Razón Social:	CALDERON SANCHEZ SONIA MARIBEL
Periodo Tributario:	202013	Número de Orden:	1000848240
Número de Formulario:	710		
Fecha Presentación:	18/03/2021		



Detalle en archivo excel



Detalle en archivo PDF

La presente declaración rectifica o sustituye a otra	NO
Régimen tributario	MYPE

Exoneración

Exoneración	
Exoneración	
¿Está exonerado totalmente del Impuesto a la Renta por alguna norma legal?	NO
Base legal	210



REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2020
TERCERA CATEGORIA E ITF

Estados Financieros

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 de 2020		
Ventas netas o ing. por servicios	461	41831
Desc., rebajas y bonif. concedidas	462	
Ventas netas	463	41831
Costo de ventas	464	
Resultado bruto Utilidad	466	41831
Resultado bruto Pérdida	467	(0)
Gastos de ventas	468	(11557)
Gastos de administración	469	(24758)
Resultado de operación utilidad	470	5516
Resultado de operación pérdida	471	(0)


Anexo 8: Balance de Calderón Sánchez Sonia Maribel del 2021




**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2021
TERCERA CATEGORIA E ITF**

IDENTIFICACIÓN

Número de RUC:	10036886191	Razón Social:	CALDERON SANCHEZ SONIA MARIBEL
Periodo Tributario:	202113	Número de Orden:	1001845382
Número de Formulario:	710	Fecha Presentación:	25/03/2022

 [Detalle en archivo excel](#)

 [Detalle en archivo PDF](#)

Declaración	Original
Régimen tributario	MYPE

Exoneración

Exoneración	
Exoneración	
¿Está exonerado totalmente del Impuesto a la Renta por alguna norma legal?	NO



REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2021
TERCERA CATEGORIA E ITF

Estados Financieros

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 de 2021		
Ventas netas o ing. por servicios	461	41702
Desc., rebajas y bonif. concedidas	462	
Ventas netas	463	41702
Costo de ventas	464	(31764)
Resultado bruto Utilidad	466	9938
Resultado bruto Pérdida	467	(0)
Gastos de ventas	468	(6000)
Gastos de administración	469	(6000)
Resultado de operación utilidad	470	0

Anexo 9: Balance de Irazabal Herrera Cruz María del 2019



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2019
TERCERA CATEGORIA E ITF**

IDENTIFICACIÓN

Número de RUC:	10036799710	Razón Social:	IRAZABAL HERRERA CRUZ MARIA
Periodo Tributario:	201913		
Número de Formulario:	710	Número de Orden:	1000343989
Fecha Presentación:	21/07/2020		



Detalle en archivo excel



Detalle en archivo PDF

La presente declaración rectifica o sustituye a otra	NO
Régimen tributario	MYPE

Exoneración

Exoneración	
Exoneración	
¿Está exonerado totalmente del Impuesto a la Renta por alguna norma legal?	NO
Base legal	<input type="text" value="210"/>



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2019
TERCERA CATEGORIA E ITF**

Estados Financieros

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 de 2019		
Ventas netas o ing. por servicios	461	50123
Desc., rebajas y bonif. concedidas	462	
Ventas netas	463	50123
Costo de ventas	464	(35256)
Resultado bruto Utilidad	466	14867
Resultado bruto Pérdida	467	(0)
Gastos de ventas	468	
Gastos de administración	469	
Resultado de operación utilidad	470	14867
Resultado de operación pérdida	471	(0)

Anexo 10: Balance de Irazábal Herrera Cruz María del 2020



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2020
TERCERA CATEGORIA E ITF**

IDENTIFICACIÓN

Número de RUC:	10036799710	Razón Social:	IRAZABAL HERRERA CRUZ MARIA
Periodo Tributario:	202013		
Número de Formulario:	710	Número de Orden:	1001849525
Fecha Presentación:	25/03/2022		



Detalle en archivo excel



Detalle en archivo PDF

La presente declaración rectifica o sustituye a otra	SI
--	----

Régimen tributario	MYPE
--------------------	------

Exoneración

Exoneración	
Exoneración	
¿Está exonerado totalmente del Impuesto a la Renta por alguna norma legal?	NO



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2020
TERCERA CATEGORIA E ITF**

Estados Financieros

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 de 2020		
Ventas netas o ing. por servicios	461	173969
Desc., rebajas y bonif. concedidas	462	
Ventas netas	463	173969
Costo de ventas	464	(170000)
Resultado bruto Utilidad	466	3969
Resultado bruto Pérdida	467	(0)
Gastos de ventas	468	
Gastos de administración	469	(1083)
Resultado de operación utilidad	470	2886
Resultado de operación pérdida	471	(0)
Gastos financieros	472	

Anexo 11: Balance de Irazábal Herrera Cruz María del 2021



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2021
TERCERA CATEGORIA E ITF**

IDENTIFICACIÓN

Número de RUC:	10036799710	Razón Social:	IRAZABAL HERRERA CRUZ MARIA
Periodo Tributario:	202113		
Número de Formulario:	710	Número de Orden:	1001849880
Fecha Presentación:	25/03/2022		



Detalle en archivo excel



Detalle en archivo PDF

Declaración	Original
Régimen tributario	MYPE

Exoneración

Exoneración	
Exoneración	
¿Está exonerado totalmente del Impuesto a la Renta por alguna norma legal?	NO



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2021
TERCERA CATEGORIA E ITF**

Estados Financieros

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 de 2021		
Ventas netas o ing. por servicios	461	168719
Desc., rebajas y bonif. concedidas	462	
Ventas netas	463	168719
Costo de ventas	464	(160000)
Resultado bruto Utilidad	466	8719
Resultado bruto Pérdida	467	(0)
Gastos de ventas	468	
Gastos de administración	469	(296)
Resultado de operación utilidad	470	8423
Resultado de operación pérdida	471	(0)
Gastos financieros	472	

Anexo 12: Balance de Mondragon Agurto Angela Graciela del 2019



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2019
TERCERA CATEGORIA E ITF**

IDENTIFICACIÓN

Número de RUC:	10036325360	Razón Social:	MONDRAGON AGURTO ANGELA GRACIELA
Periodo Tributario:	201913		
Número de Formulario:	710	Número de Orden:	1000051871
Fecha Presentación:	02/03/2020		



Detalle en archivo excel



Detalle en archivo PDF

La presente declaración rectifica o sustituye a otra	NO
Régimen tributario	MYPE

Exoneración

Exoneración	
Exoneración	
¿Está exonerado totalmente del Impuesto a la Renta por alguna norma legal?	NO



REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2019
TERCERA CATEGORIA E ITF

Estados Financieros

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 de 2019		
Ventas netas o ing. por servicios	461	209399
Desc., rebajas y bonif. concedidas	462	
Ventas netas	463	209399
Costo de ventas	464	(194677)
Resultado bruto Utilidad	466	14722
Resultado bruto Pérdida	467	(0)
Gastos de ventas	468	
Gastos de administración	469	(2682)
Resultado de operación utilidad	470	12040
Resultado de operación pérdida	471	(0)

Anexo 13: Balance de Mondragon Agurto Angela Graciela del 2020



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2020
TERCERA CATEGORIA E ITF**

IDENTIFICACIÓN

Número de RUC:	10036325360	Razón Social:	MONDRAGON AGURTO ANGELA GRACIELA
Periodo Tributario:	202013		
Número de Formulario:	710	Número de Orden:	1000822684
Fecha Presentación:	12/03/2021		



Detalle en archivo excel



Detalle en archivo PDF

La presente declaración rectifica o sustituye a otra	NO
Régimen tributario	MYPE

Exoneración

Exoneración	
Exoneración	
¿Está exonerado totalmente del Impuesto a la Renta por alguna norma legal?	NO



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2020
TERCERA CATEGORIA E ITF**

Estados Financieros

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 de 2020		
Ventas netas o ing. por servicios	461	87735
Desc., rebajas y bonif. concedidas	462	
Ventas netas	463	87735
Costo de ventas	464	(95220)
Resultado bruto Utilidad	466	0
Resultado bruto Pérdida	467	(7485)
Gastos de ventas	468	
Gastos de administración	469	(992)
Resultado de operación utilidad	470	0
Resultado de operación pérdida	471	(8477)
Gastos financieros	472	

Anexo 14: Balance de Mondragon Agurto Angela Graciela del 2021



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2021
TERCERA CATEGORIA E ITF
IDENTIFICACIÓN**

Número de RUC:	10036325360	Razón Social:	MONDRAGON AGURTO ANGELA GRACIELA
Periodo Tributario:	202113		
Número de Formulario:	710	Número de Orden:	1001619748
Fecha Presentación:	10/02/2022		

 [Detalle en archivo excel](#)

 [Detalle en archivo PDF](#)

Declaración	Original
-------------	----------

Régimen tributario	MYPE
--------------------	------

Exoneración

Exoneración	
Exoneración	
¿Está exonerado totalmente del Impuesto a la Renta por alguna norma legal?	NO



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2021
TERCERA CATEGORIA E ITF**

Estados Financieros

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 de 2021		
Ventas netas o ing. por servicios	461	117017
Desc., rebajas y bonif. concedidas	462	
Ventas netas	463	117017
Costo de ventas	464	(107200)
Resultado bruto Utilidad	466	9817
Resultado bruto Pérdida	467	(0)
Gastos de ventas	468	
Gastos de administración	469	
Resultado de operación utilidad	470	9817
Resultado de operación pérdida	471	(0)
Gastos financieros	472	

Anexo 15: Balance de Extintores y Fumigaciones Anhele EIRL del 2019



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2019
TERCERA CATEGORIA E ITF**

IDENTIFICACIÓN

Número de RUC:	20603082444	Razón Social:	EXTINTORES Y FUMIGACIONES ANHELO E.I.R.L.
Periodo Tributario:	201913		
Número de Formulario:	710	Número de Orden:	1000040232
Fecha Presentación:	27/02/2020		



Detalle en archivo excel



Detalle en archivo PDF

La presente declaración rectifica o sustituye a otra	NO
---	----

Régimen tributario	MYPE
---------------------------	------

Exoneración

Exoneración	
Exoneración	
¿Está exonerado totalmente del Impuesto a la Renta por alguna norma legal?	NO



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2019
TERCERA CATEGORIA E ITF**

Estados Financieros

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 de 2019		
Ventas netas o ing. por servicios	481	
Desc., rebajas y bonif. concedidas	482	
Ventas netas	483	
Costo de ventas	484	
Resultado bruto Utilidad	486	
Resultado bruto Pérdida	467	
Gastos de ventas	468	
Gastos de administración	469	
Resultado de operación utilidad	470	
Resultado de operación pérdida	471	
Gastos financieros	472	
Ingresos financieros gravados	473	
Otros ingresos gravados	475	
Otros ingresos no gravados	476	
Enajen. de val. y bienes del act. F	477	
Costo enajen. de val. y bienes a.f.	478	
Gastos diversos	480	
Resultado antes de part. - Utilidad	484	
Resultado antes de part. - Pérdida	485	
Distribución legal de la renta	486	

Anexo 16: Balance de Extintores y Fumigaciones Anhele EIRL del 2020



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2020
TERCERA CATEGORIA E ITF**

IDENTIFICACIÓN

Número de RUC:	20603082444	Razón Social:	EXTINTORES Y FUMIGACIONES ANHELO E.I.R.L.
Periodo Tributario:	202013		
Número de Formulario:	710	Número de Orden:	1001088268
Fecha Presentación:	28/03/2021		



Detalle en archivo excel



Detalle en archivo PDF

La presente declaración rectifica o sustituye a otra	NO
Régimen tributario	MYPE

Exoneración

Exoneración	
Exoneración	
¿Está exonerado totalmente del Impuesto a la Renta por alguna norma legal?	NO



REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2020
TERCERA CATEGORIA E ITF

Estados Financieros

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 de 2020		
Ventas netas o ing. por servicios	461	116147
Desc., rebajas y bonif. concedidas	462	
Ventas netas	463	116147
Costo de ventas	464	(79610)
Resultado bruto Utilidad	466	36537
Resultado bruto Pérdida	467	(0)
Gastos de ventas	468	(12266)
Gastos de administración	469	(12266)
Resultado de operación utilidad	470	12005
Resultado de operación pérdida	471	(0)
Gastos financieros	472	
Ingresos financieros gravados	473	0

Anexo 17: Balance de Extintores y Fumigaciones Anhele EIRL del 2021



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2021
TERCERA CATEGORIA E ITF**

IDENTIFICACIÓN

Número de RUC:	20603082444	Razón Social:	EXTINTORES Y FUMIGACIONES ANHELO E.I.R.L.
Periodo Tributario:	202113		
Número de Formulario:	710	Número de Orden:	1001712481
Fecha Presentación:	11/03/2022		

 [Detalle en archivo excel](#)

 [Detalle en archivo PDF](#)

Declaración	Original
--------------------	----------

Régimen tributario	MYPE
---------------------------	------

Exoneración

Exoneración	
Exoneración	
¿Está exonerado totalmente del Impuesto a la Renta por alguna norma legal?	NO



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2021
TERCERA CATEGORIA E ITF**

Estados Financieros

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 de 2021		
Ventas netas o ing. por servicios	461	195754
Desc., rebajas y bonif. concedidas	462	
Ventas netas	463	195754
Costo de ventas	464	(150000)
Resultado bruto Utilidad	466	45754
Resultado bruto Pérdida	467	(0)
Gastos de ventas	468	(21078)
Gastos de administración	469	(21078)
Resultado de operación utilidad	470	3598
Resultado de operación pérdida	471	(0)
Gastos financieros	472	
Ingresos financieros gravados	473	0
Otros ingresos gravados	475	



Anexo 18: Balance de Ávila Ludeña Santos Loimer del 2019



REPORTE FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2019 TERCERA CATEGORIA E ITF

IDENTIFICACIÓN

Número de RUC:	10036891322	Razón Social:	AVILA LUDEÑA SANTOS LOIMER
Periodo Tributario:	201913		
Número de Formulario:	710	Número de Orden:	1000031951
Fecha Presentación:	24/02/2020		

 Detalle en archivo excel  Detalle en archivo PDF

La presente declaración rectifica o sustituye a otra	NO
Régimen tributario	MYPE
Exoneración	
Exoneración	
¿Está exonerado totalmente del Impuesto a la Renta por alguna norma legal?	NO



REPORTE FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2019 TERCERA CATEGORIA E ITF

Estados Financieros

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 de 2019		
Ventas netas o ing. por servicios	461	27896
Desc., rebajas y bonif. concedidas	462	
Ventas netas	463	27896
Costo de ventas	464	
Resultado bruto Utilidad	466	27896
Resultado bruto Pérdida	467	(0)
Gastos de ventas	468	(11842)
Gastos de administración	469	(11842)
Resultado de operación utilidad	470	4212
Resultado de operación pérdida	471	(0)
Gastos financieros	472	

Anexo 19: Balance de Ávila Ludeña Santos Loimer del 2020



REPORTE FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2020 TERCERA CATEGORIA E ITF

IDENTIFICACIÓN

Número de RUC:	10036891322	Razón Social:	AVILA LUDEÑA SANTOS LOIMER
Periodo Tributario:	202013		
Número de Formulario:	710	Número de Orden:	1000848645
Fecha Presentación:	19/03/2021		

Detalle en archivo excel Detalle en archivo PDF

La presente declaración rectifica o sustituye a otra	NO
Régimen tributario	MYPE

Exoneración

Exoneración	
Exoneración	
¿Está exonerado totalmente del Impuesto a la Renta por alguna norma legal?	NO



REPORTE FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2020 TERCERA CATEGORIA E ITF

Estados Financieros

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 de 2020		
Ventas netas o ing. por servicios	461	100933
Desc., rebajas y bonif. concedidas	462	
Ventas netas	463	100933
Costo de ventas	464	
Resultado bruto Utilidad	466	100933
Resultado bruto Pérdida	467	(0)
Gastos de ventas	468	(85797)
Gastos de administración	469	
Resultado de operación utilidad	470	15136
Resultado de operación pérdida	471	(0)
Gastos financieros	472	
Ingresos financieros gravados	473	0


Anexo 20: Balance de Ávila Ludeña Santos Loimer del 2021




REPORTE FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2021 TERCERA CATEGORIA E ITF

IDENTIFICACIÓN

Número de RUC:	10036891322	Razón Social:	AVILA LUDEÑA SANTOS LOIMER
Periodo Tributario:	202113		
Número de Formulario:	710	Número de Orden:	1001638669
Fecha Presentación:	21/02/2022		

 Detalle en archivo excel

 Detalle en archivo PDF

Declaración	Original
-------------	----------

Régimen tributario	MYPE
--------------------	------

Exoneración

Exoneración	
Exoneración	
¿Está exonerado totalmente del Impuesto a la Renta por alguna norma legal?	NO



REPORTE FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2021 TERCERA CATEGORIA E ITF

Estados Financieros

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 de 2021		
Ventas netas o ing. por servicios	461	133417
Desc., rebajas y bonif. concedidas	462	
Ventas netas	463	133417
Costo de ventas	464	
Resultado bruto Utilidad	466	133417
Resultado bruto Pérdida	467	(0)
Gastos de ventas	468	(60304)
Gastos de administración	469	(60818)
Resultado de operación utilidad	470	12295
Resultado de operación pérdida	471	(0)
Gastos financieros	472	
Ingresos financieros gravados	473	0

Anexo 21: Balance de Jimenez Jimenez Juana Elena del 2019



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2019
TERCERA CATEGORIA E ITF**

IDENTIFICACIÓN

Número de RUC:	10036602070	Razón Social:	JIMENEZ JIMENEZ JUANA ELENA
Periodo Tributario:	201913		
Número de Formulario:	710	Número de Orden:	1000347722
Fecha Presentación:	21/07/2020		



Detalle en archivo excel



Detalle en archivo PDF

La presente declaración rectifica o sustituye a otra	NO
Régimen tributario	MYPE
Exoneración	
Exoneración	
¿Está exonerado totalmente del Impuesto a la Renta por alguna norma legal?	NO



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2019
TERCERA CATEGORIA E ITF**

Estados Financieros

Estado de Resultados	
Del 01/01 al 31/12 de 2019	
Ventas netas o ing. por servicios	461
Desc., rebajas y bonif. concedidas	462
Ventas netas	463
Costo de ventas	464
Resultado bruto Utilidad	466
Resultado bruto Pérdida	467
Gastos de ventas	468
Gastos de administración	469
Resultado de operación utilidad	470
Resultado de operación pérdida	471
Gastos financieros	472
Ingresos financieros gravados	473

Anexo 22: Balance de Jimenez Jimenez Juana Elena del 2020



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2020
TERCERA CATEGORIA E ITF**

IDENTIFICACIÓN

Número de RUC:	10036602070	Razón Social:	JIMENEZ JIMENEZ JUANA ELENA
Periodo Tributario:	202013	Número de Orden:	1000936318
Número de Formulario:	710	Fecha Presentación:	25/03/2021

 Detalle en archivo excel  Detalle en archivo PDF

La presente declaración rectifica o sustituye a otra	NO
Régimen tributario	MYPE

Exoneración

Exoneración	
Exoneración	
¿Está exonerado totalmente del Impuesto a la Renta por alguna norma legal?	NO



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2020
TERCERA CATEGORIA E ITF**

Estados Financieros

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 de 2020		
Ventas netas o ing. por servicios	461	0
Desc., rebajas y bonif. concedidas	462	
Ventas netas	463	0
Costo de ventas	464	
Resultado bruto Utilidad	466	0
Resultado bruto Pérdida	467	(0)
Gastos de ventas	468	
Gastos de administración	469	
Resultado de operación utilidad	470	0
Resultado de operación pérdida	471	(0)
Gastos financieros	472	
Ingresos financieros gravados	473	0
<small>Resultados financieros gravados</small>	474	

Anexo 23: Balance de Jimenez Jimenez Juana Elena del 2021



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2021
TERCERA CATEGORIA E ITF**

IDENTIFICACIÓN

Número de RUC:	10036602070	Razón Social:	JIMENEZ JIMENEZ JUANA ELENA
Periodo Tributario:	202113	Número de Orden:	1002511099
Número de Formulario:	710	Fecha Presentación:	28/09/2022

 Detalle en archivo excel  Detalle en archivo PDF

Declaración	Sustitutoria/Rectificatoria
Régimen tributario	MYPE
Exoneración	
Exoneración	
Exoneración	
¿Está exonerado totalmente del Impuesto a la Renta por alguna norma legal?	NO



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2021
TERCERA CATEGORIA E ITF**

Estados Financieros

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 de 2021		
Ventas netas o ing. por servicios	461	28246
Desc., rebajas y bonif. concedidas	462	
Ventas netas	463	28246
Costo de ventas	464	(27700)
Resultado bruto Utilidad	466	546
Resultado bruto Pérdida	467	(0)
Gastos de ventas	468	
Gastos de administración	469	
Resultado de operación utilidad	470	546
Resultado de operación pérdida	471	(0)
Gastos financieros	472	
Ingresos financieros gravados	473	0
etc		



Anexo 24: Balance de Lozano Llamo Miriam Elizabeth del 2019



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2019
TERCERA CATEGORIA E ITF**

IDENTIFICACIÓN

Número de RUC:	10455543181	Razón Social:	LOZANO LLAMO MIRIAM ELIZABETH
Periodo Tributario:	201913	Número de Orden:	1000890357
Número de Formulario:	710	Fecha Presentación:	23/03/2021

 Detalle en archivo excel  Detalle en archivo PDF

La presente declaración rectifica o sustituye a otra	SI
Régimen tributario	MYPE

Exoneración

Exoneración	
Exoneración	
¿Está exonerado totalmente del Impuesto a la Renta por alguna norma legal?	NO



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2019
TERCERA CATEGORIA E ITF**

Estados Financieros

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 de 2019		
Ventas netas o ing. por servicios	461	18969
Desc., rebajas y bonif. concedidas	462	
Ventas netas	463	18969
Costo de ventas	464	
Resultado bruto Utilidad	466	18969
Resultado bruto Pérdida	467	(0)
Gastos de ventas	468	(6060)
Gastos de administración	469	(6061)
Resultado de operación utilidad	470	6848
Resultado de operación pérdida	471	(0)
Gastos financieros	472	(16603)
Ingresos financieros gravados	473	0

Anexo 25: Balance de Lozano Llamo Miriam Elizabeth del 2020



REPORTE FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2020 TERCERA CATEGORIA E ITF

IDENTIFICACIÓN

Número de RUC:	10455543181	Razón Social:	LOZANO LLAMO MIRIAM ELIZABETH
Periodo Tributario:	202013	Número de Orden:	1001551597
Número de Formulario:	710		
Fecha Presentación:	06/07/2021		

 Detalle en archivo excel  Detalle en archivo PDF

La presente declaración rectifica o sustituye a otra	SI
Régimen tributario	MYPE
Exoneración	
Exoneración	
Exoneración	
¿Está exonerado totalmente del Impuesto a la Renta por alguna norma legal?	NO



REPORTE FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2020 TERCERA CATEGORIA E ITF

Estados Financieros

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 de 2020		
Ventas netas o ing. por servicios	461	12109
Desc., rebajas y bonif. concedidas	462	
Ventas netas	463	12109
Costo de ventas	464	
Resultado bruto Utilidad	466	12109
Resultado bruto Pérdida	467	(0)
Gastos de ventas	468	(7401)
Gastos de administración	469	(7401)
Resultado de operación utilidad	470	0
Resultado de operación pérdida	471	(2693)
Gastos financieros	472	(9571)
Ingresos financieros gravados	473	0

Anexo 26: Balance de Lozano Llamo Miriam Elizabeth del 2021



REPORTE FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2021 TERCERA CATEGORIA E ITF

IDENTIFICACIÓN

Número de RUC:	10455543181	Razón Social:	LOZANO LLAMO MIRIAM ELIZABETH
Periodo Tributario:	202113		
Número de Formulario:	710	Número de Orden:	1001609937
Fecha Presentación:	02/02/2022		

 Detalle en archivo excel  Detalle en archivo PDF

Declaración	Original
Régimen tributario	MYPE
Exoneración	
Exoneración	
Exoneración	
¿Está exonerado totalmente del Impuesto a la Renta por alguna norma legal?	NO



REPORTE FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2021 TERCERA CATEGORIA E ITF

Estados Financieros

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 de 2021		
Ventas netas o ing. por servicios	461	395212
Desc., rebajas y bonif. concedidas	462	
Ventas netas	463	395212
Costo de ventas	464	(230000)
Resultado bruto Utilidad	466	165212
Resultado bruto Pérdida	467	(0)
Gastos de ventas	468	(36805)
Gastos de administración	469	(29280)
Resultado de operación utilidad	470	99127
Resultado de operación pérdida	471	(0)
Gastos financieros	472	(20271)
Ingresos financieros gravados	473	0



Anexo 27: Balance de Rojel Paz Joan Manuel del 2019



REPORTE FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2019 TERCERA CATEGORIA E ITF

IDENTIFICACIÓN

Número de RUC:	10412886190	Razón Social:	ROJEL PAZ JOAN MANUEL
Periodo Tributario:	201913		
Número de Formulario:	710	Número de Orden:	1000033872
Fecha Presentación:	24/02/2020		

 Detalle en archivo excel  Detalle en archivo PDF

La presente declaración rectifica o sustituye a otra	NO
Régimen tributario	MYPE

Exoneración

Exoneración	
Exoneración	
¿Está exonerado totalmente del Impuesto a la Renta por alguna norma legal?	NO



REPORTE FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2019 TERCERA CATEGORIA E ITF

Estados Financieros

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 de 2019		
Ventas netas o ing. por servicios	461	8831
Desc., rebajas y bonif. concedidas	462	
Ventas netas	463	8831
Costo de ventas	464	(6503)
Resultado bruto Utilidad	466	2328
Resultado bruto Pérdida	467	(0)
Gastos de ventas	468	(740)
Gastos de administración	469	(741)
Resultado de operación utilidad	470	847
Resultado de operación pérdida	471	(0)
Gastos financieros	472	
Ingresos financieros gravados	473	
Otros ingresos gravados	475	

Anexo 28: Balance de Rojel Paz Joan Manuel del 2020



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2020
TERCERA CATEGORIA E ITF**

IDENTIFICACIÓN

Número de RUC:	10412886190	Razón Social:	ROJEL PAZ JOAN MANUEL
Periodo Tributario:	202013		
Número de Formulario:	710	Número de Orden:	1000811019
Fecha Presentación:	09/03/2021		



Detalle en archivo excel



Detalle en archivo PDF

La presente declaración rectifica o sustituye a otra	NO
Régimen tributario	MYPE

Exoneración

Exoneración	
Exoneración	
¿Está exonerado totalmente del Impuesto a la Renta por alguna norma legal?	NO



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2020
TERCERA CATEGORIA E ITF**

Estados Financieros

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 de 2020		
Ventas netas o ing. por servicios	461	4867
Desc., rebajas y bonif. concedidas	462	
Ventas netas:	463	4867
Costo de ventas	464	(3020)
Resultado bruto Utilidad	466	1847
Resultado bruto Pérdida	467	(0)
Gastos de ventas:	468	(178)
Gastos de administración	469	
Resultado de operación utilidad	470	1669
Resultado de operación pérdida	471	(0)
Gastos financieros	472	
Ingresos financieros gravados	473	0
Otros ingresos gravados	475	

Anexo 29: Balance de Rojel Paz Joan Manuel del 2021



REPORTE FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2021 TERCERA CATEGORIA E ITF

IDENTIFICACIÓN

Número de RUC:	10412886190	Razón Social:	ROJEL PAZ JOAN MANUEL
Período Tributario:	202113		
Número de Formulario:	710	Número de Orden:	1001808215
Fecha Presentación:	24/03/2022		

 Detalle en archivo excel  Detalle en archivo PDF

Declaración	Sustitutoria/Rectificatoria
Régimen tributario	MYPE
Exoneración	
Exoneración	
Exoneración	
¿Está exonerado totalmente del Impuesto a la Renta por alguna norma legal?	NO



REPORTE FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2021 TERCERA CATEGORIA E ITF

Estados Financieros

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 de 2021		
Ventas netas o ing. por servicios	461	7517
Desc., rebajas y bonif. concedidas	462	
Ventas netas	463	7517
Costo de ventas	464	
Resultado bruto Utilidad	466	7517
Resultado bruto Pérdida	467	(0)
Gastos de ventas	468	(5207)
Gastos de administración	469	(1741)
Resultado de operación utilidad	470	569
Resultado de operación pérdida	471	(0)
Gastos financieros	472	
Ingresos financieros gravados	473	0

Anexo 30: Balance de Sabalu Cienfuegos María Esther del 2019



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2019
TERCERA CATEGORIA E ITF
IDENTIFICACIÓN**

Número de RUC:	10036526021	Razón Social:	SABALU CIENFUEGOS MARIA ESTHER
Período Tributario:	201913	Número de Orden:	1000911662
Número de Formulario:	710	Fecha Presentación:	24/03/2021

 Detalle en archivo excel  Detalle en archivo PDF

La presente declaración rectifica o sustituye a otra	SI
Régimen tributario	MYPE
Exoneración	
Exoneración	
Exoneración	
¿Está exonerado totalmente del Impuesto a la Renta por alguna norma legal?	NO



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2019
TERCERA CATEGORIA E ITF**

Estados Financieros

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 de 2019		
Ventas netas o ing. por servicios	461	303642
Desc., rebajas y bonif. concedidas	462	
Ventas netas	463	303642
Costo de ventas	464	(212549)
Resultado bruto Utilidad	466	91093
Resultado bruto Pérdida	467	(0)
Gastos de ventas	468	(25742)
Gastos de administración	469	(25742)
Resultado de operación utilidad	470	39609
Resultado de operación pérdida	471	(0)
Gastos financieros	472	(1850)
Ingresos financieros gravados	473	0


Anexo 31: Balance de Sabalu Cienfuegos María Esther del 2020



REPORTE FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2020 TERCERA CATEGORIA E ITF

IDENTIFICACIÓN

Número de RUC:	10036526021	Razón Social:	SABALU CIENFUEGOS MARIA ESTHER
Periodo Tributario:	202013		
Número de Formulario:	710	Número de Orden:	1001953916
Fecha Presentación:	28/03/2022		

 Detalle en archivo excel

 Detalle en archivo PDF

La presente declaración rectifica o sustituye a otra	SI
Régimen tributario	MYPE

Exoneración

Exoneración	
Exoneración	
¿Está exonerado totalmente del Impuesto a la Renta por alguna norma legal?	NO



REPORTE FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2020 TERCERA CATEGORIA E ITF

Estados Financieros

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 de 2020		
Ventas netas o ing. por servicios	461	121740
Desc., rebajas y bonif. concedidas	462	
Ventas netas	463	121740
Costo de ventas	464	(114000)
Resultado bruto Utilidad	466	7740
Resultado bruto Pérdida	467	(0)
Gastos de ventas	468	
Gastos de administración	469	(16)
Resultado de operación utilidad	470	7724
Resultado de operación pérdida	471	(0)
Gastos financieros	472	(5688)
Ingresos financieros gravados	473	0

Anexo 32: Balance de Sabalu Cienfuegos María Esther del 2021



REPORTE FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2021 TERCERA CATEGORIA E ITF

IDENTIFICACIÓN

Número de RUC:	10036526021	Razón Social:	SABALU CIENFUEGOS MARIA ESTHER
Periodo Tributario:	202113		
Número de Formulario:	710	Número de Orden:	1001954860
Fecha Presentación:	28/03/2022		

 Detalle en archivo excel  Detalle en archivo PDF

Declaración	Original
Régimen tributario	MYPE
Exoneración	
Exoneración	
¿Está exonerado totalmente del Impuesto a la Renta por alguna norma legal?	NO



REPORTE FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2021 TERCERA CATEGORIA E ITF

Estados Financieros

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 de 2021		
Ventas netas o ing. por servicios	461	131157
Desc., rebajas y bonif. concedidas	462	
Ventas netas	463	131157
Costo de ventas	464	(127000)
Resultado bruto Utilidad	466	4157
Resultado bruto Pérdida	467	(0)
Gastos de ventas	468	
Gastos de administración	469	(204)
Resultado de operación utilidad	470	3953
Resultado de operación pérdida	471	(0)
Gastos financieros	472	(1895)
Ingresos financieros gravados	473	0
Otros ingresos gravados	475	

Anexo 33: Balance de Suarez Inciso Bacilio del 2020



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2020
TERCERA CATEGORIA E ITF**

IDENTIFICACIÓN

Número de RUC:	10230071531	Razón Social:	SUAREZ INCISO BACILIO
Periodo Tributario:	202013		
Número de Formulario:	710	Número de Orden:	1000818415
Fecha Presentación:	11/03/2021		

 Detalle en archivo excel  Detalle en archivo PDF

La presente declaración rectifica o sustituye a otra	NO
Régimen tributario	MYPE

Exoneración

Exoneración	
Exoneración	
¿Está exonerado totalmente del Impuesto a la Renta por alguna norma legal?	NO



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2020
TERCERA CATEGORIA E ITF**

Estados Financieros

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 de 2020		
Ventas netas o ing. por servicios	461	99729
Desc., rebajas y bonif. concedidas	462	
Ventas netas	463	99729
Costo de ventas	464	(93608)
Resultado bruto Utilidad	466	6121
Resultado bruto Pérdida	467	(0)
Gastos de ventas	468	
Gastos de administración	469	
Resultado de operación utilidad	470	6121
Resultado de operación pérdida	471	(0)
Gastos financieros	472	
Ingresos financieros gravados	473	0
Otros ingresos gravados	474	

Anexo 34: Balance de Suarez Inciso Bacilio del 2021



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2021
TERCERA CATEGORIA E ITF**

IDENTIFICACIÓN

Número de RUC:	10230071531	Razón Social:	SUAREZ INCISO BACILIO
Periodo Tributario:	202113		
Número de Formulario:	710	Número de Orden:	1001650027
Fecha Presentación:	24/02/2022		

 Detalle en archivo excel  Detalle en archivo PDF

Declaración	Original
-------------	----------

Régimen tributario	MYPE
--------------------	------

Exoneración

Exoneración	
Exoneración	
¿Está exonerado totalmente del Impuesto a la Renta por alguna norma legal?	NO



**REPORTE
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2021
TERCERA CATEGORIA E ITF**

Estados Financieros

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 de 2021		
Ventas netas o ing. por servicios	461	103970
Desc., rebajas y bonif. concedidas	462	
Ventas netas	463	103970
Costo de ventas	464	(92200)
Resultado bruto Utilidad	466	11770
Resultado bruto Pérdida	467	(0)
Gastos de ventas	468	
Gastos de administración	469	(6081)
Resultado de operación utilidad	470	5689
Resultado de operación pérdida	471	(0)
Gastos financieros	472	(3149)
Ingresos financieros gravados	473	0
Resultados financieros gravados	474	
Resultados financieros gravados	475	

Anexo 35: Datos utilizados para la presentación de resultados del objetivo general

Microempresarios que no utilizaron TIC	Crecimiento e ingresos	Aspecto sociocultural	Aspecto político y administrativo
CALDERON SANCHEZ SONIA MARIBEL	0	2	2
IRAZABAL HERRERA CRUZ MARIA	0	2	2
MONDRAGON AGURTO ANGELA GRACIELA	0	2	2
EXTINTORES Y FUMIGACIONES ANGHELO E.I.R.L.	0	1	2
AVILA LUDEÑA SANTONS LOIMER	0	2	1
JIMENEZ JIMENEZ JUANA ELENA	0	1	2
LOZANO LLAMO MIRIAM ELIZABETH	0	1	2
ROJEL PAZ JUAN MANUEL	0	2	2
SABALU CIENFUEGOS MARIA ESTHER	0	2	2
SUAREZ INCISO BACILIO	0	2	2
Total	0	17	19

Microempresarios que utilizaron TIC	Crecimiento e ingresos	Aspecto sociocultural	Aspecto político y administrativo
CALDERON SANCHEZ SONIA MARIBEL	2	3	4
IRAZABAL HERRERA CRUZ MARIA	2	5	4
MONDRAGON AGURTO ANGELA GRACIELA	2	4	2
EXTINTORES Y FUMIGACIONES ANGHELO E.I.R.L.	2	4	4
AVILA LUDEÑA SANTONS LOIMER	2	3	3
JIMENEZ JIMENEZ JUANA ELENA	2	5	4
LOZANO LLAMO MIRIAM ELIZABETH	0	5	4
ROJEL PAZ JUAN MANUEL	0	5	4
SABALU CIENFUEGOS MARIA ESTHER	2	3	3
SUAREZ INCISO BACILIO	2	4	4
Total	16	41	36

Leyenda para crecimiento e ingresos
NO=0
SE MANTUVO=1
SI=2