

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA GESTIÓN Y COMUNICACIONES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

**EL IMPACTO DEL EMPRENDIMIENTO DIGITAL EN LA
ECONOMÍA PERUANA: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA
DESDE EL 2019 AL 2024**

Trabajo de investigación para obtener el grado académico de
Bachiller en Administración de empresas

Autores

ATANACIO VILLAFANI, Ganella Sheril (ORCID: 0000-0002-6863-4152)
LLANTERHUAY MENDEZ, Joselyn Daysi (ORCID: 0000-0001-5521-5621)
GERÓNIMO NARBASTA, Jorge Josue (ORCID: 0000-0002-9788-4943)

Asesor

MARCELO QUISPE, Luis Alberto (ORCID: 0000-0003-0128-0123)

Línea de investigación de programa

Administración comercial

Línea de acción de RSU

Desarrollo e innovación social

LIMA, PERÚ JULIO DEL 2024



CC BY-ND

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

Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.

Referencia bibliográfica

Atanacio Villafani, G. S., Llanterhuay Mendez, J. D., & Geronimo Narbasta, J. J. (2024). *El impacto del emprendimiento digital en la economía peruana: Una revisión de la literatura desde el 2019 al 2024* [Trabajo de investigación, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú.

HOJA DE METADATOS

Datos del autor	
Nombres y apellidos	Ganella Sheril Atanacio Villafani
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	74318037
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-6863-4152
Datos del autor	
Nombres y apellidos	Joselyn Daysi Llanterhuay Mendez
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	75678961
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0001-5521-5621
Datos del autor	
Nombres y apellidos	Jorge Josue Geronimo Narbasta
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	73034573
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-9788-4943
Datos del asesor	
Nombres y apellidos	Luis Alberto Marcelo Quispe
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	40612463
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-0128-0123
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Julio Brayan Saldaña Narro
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	76743585
Secretario del jurado	
Nombres y apellidos	Tamara Sheyla Reyes Carhuapoma
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	71023497

Vocal del jurado	
Nombres y apellidos	Victor Gerardo Gasparini Cañas
Tipo de documento	CE
Número de documento de identidad	003787403
Datos de la investigación	
Título de la investigación	El impacto del emprendimiento digital en la economía peruana: Una revisión de la literatura desde el 2019 al 2024
Línea de investigación Institucional	Ciencia, Tecnología e Innovación
Línea de investigación del Programa	Administración Comercial
Línea de acción RSU	Desarrollo e Innovación Social
URL de disciplinas OCDE	https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04

FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIONES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

En la ciudad de Lima, el jurado de sustentación de trabajo de investigación conformado por: el MAG. JULIO BRAYAN SALDAÑA NARRO como presidente, la MAG. TAMARA SHEYLA REYES CARHUAPOMA como secretaria y el MAG. VICTOR GERARDO GASPARRINI CAÑAS como vocal, reunidos en acto público para dictaminar el trabajo de investigación titulado:

**EL IMPACTO DEL EMPRENDIMIENTO DIGITAL EN LA ECONOMÍA PERUANA:
UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA DESDE EL 2019 AL 2024**

Presentado por la egresada:
GANELLA SHERIL ATANACIO VILLAFANI

Para obtener el **Grado académico de bachiller en Administración de Empresas;** luego de escuchar la sustentación de la misma y resueltas las preguntas del jurado se procedió a la calificación individual, obteniendo el dictamen de **Aprobado-Bueno** con una calificación de **CATORCE (14)**.

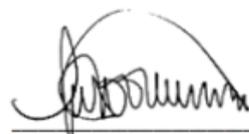
En fe de lo cual firman los miembros del jurado, el 12 de julio del 2024.



PRESIDENTE
MAG. JULIO BRAYAN
SALDAÑA NARRO



SECRETARIO
MAG. TAMARA SHEYLA
REYES CARHUAPOMA



VOCAL
MAG. VICTOR GERARDO
GASPARRINI CAÑAS

FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIONES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

En la ciudad de Lima, el jurado de sustentación de trabajo de investigación conformado por: el MAG. JULIO BRAYAN SALDAÑA NARRO como presidente, la MAG. TAMARA SHEYLA REYES CARHUAPOMA como secretaria y el MAG. VICTOR GERARDO GASPARRINI CAÑAS como vocal, reunidos en acto público para dictaminar el trabajo de investigación titulado:

EL IMPACTO DEL EMPRENDIMIENTO DIGITAL EN LA ECONOMÍA PERUANA:
UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA DESDE EL 2019 AL 2024

Presentado por la egresada:

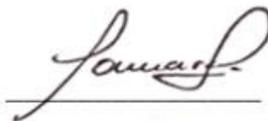
JOSELYN DAYSI LLANTERHUAY MENDEZ

Para obtener el **Grado académico de bachiller en Administración de Empresas**; luego de escuchar la sustentación de la misma y resueltas las preguntas del jurado se procedió a la calificación individual, obteniendo el dictamen de **Aprobado-Bueno** con una calificación de **CATORCE (14)**.

En fe de lo cual firman los miembros del jurado, el 12 de julio del 2024.



PRESIDENTE
MAG. JULIO BRAYAN
SALDAÑA NARRO



SECRETARIO
MAG. TAMARA SHEYLA
REYES CARHUAPOMA



VOCAL
MAG. VICTOR GERARDO
GASPARRINI CAÑAS

FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIONES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

En la ciudad de Lima, el jurado de sustentación de trabajo de investigación conformado por: el MAG. JULIO BRAYAN SALDAÑA NARRO como presidente, la MAG. TAMARA SHEYLA REYES CARHUAPOMA como secretaria y el MAG. VICTOR GERARDO GASPARRINI CAÑAS como vocal, reunidos en acto público para dictaminar el trabajo de investigación titulado:

**EL IMPACTO DEL EMPRENDIMIENTO DIGITAL EN LA ECONOMÍA PERUANA:
UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA DESDE EL 2019 AL 2024**

Presentado por el egresado:

JORGE JOSUE GERONIMO NARBASTA

Para obtener el **Grado académico de bachiller en Administración de Empresas**; luego de escuchar la sustentación de la misma y resueltas las preguntas del jurado se procedió a la calificación individual, obteniendo el dictamen de **Aprobado-Bueno** con una calificación de **CATORCE (14)**.

En fe de lo cual firman los miembros del jurado, el 12 de julio del 2024.



PRESIDENTE
MAG. JULIO BRAYAN
SALDAÑA NARRO



SECRETARIO
MAG. TAMARA SHEYLA
REYES CARHUAPOMA



VOCAL
MAG. VICTOR GERARDO
GASPARRINI CAÑAS

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD

Yo LUIS ALBERTO MARCELO QUISPE docente de la Facultad de Ciencias de Gestión y Comunicaciones de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, en mi condición de asesor del trabajo de investigación titulado:

EL IMPACTO DEL EMPRENDIMIENTO DIGITAL EN LA ECONOMÍA PERUANA: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA DESDE EL 2019 AL 2024

De los egresados GANELLA SHERIL ATANACIO VILLAFANI, JOSELYN DAYSI LLANTERHUAY MENDEZ Y JORGE JOSUE GERONIMO NARBASTA, certifico que el trabajo de investigación tiene un índice de similitud de 10% verificable en el reporte de similitud del software Turnitin que se adjunta.

El suscrito revisó y analizó dicho reporte a lo que concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender el trabajo de investigación cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Autónoma del Perú.

Lima, 9 de mayo de 2024



LUIS ALBERTO MARCELO QUISPE
DNI: 40612463

El impacto del emprendimiento digital en la economía peruana: Una revisión de la literatura desde el 2019 al 2024

The impact of digital entrepreneurship on the peruvian economy: A literature review from 2019 to 2024

Atanacio Villafani, Ganella Sheril ¹, Llanterhuay Mendez, Joselyn Daysi ², Gerónimo Narbasta, Jorge Josue ³

RESUMEN

El artículo explora el impacto del emprendimiento digital en la economía peruana y destacando cómo la tecnología digital ha transformado profundamente las dinámicas económicas del país. A partir de una revisión exhaustiva de estudios primarios publicados entre 2019 y 2024 en bases de datos como ProQuest, SciElo, Alicia Concytec, Dialnet y Scopus, se identificaron 30 artículos relevantes. Estos estudios de naturaleza teórico-descriptiva y documental, aborda el siguiente tema en cuestión ¿Cuáles son los principales impactos del emprendimiento digital en la economía del Perú, considerando factores como crecimiento económico, generación de empleo, innovación empresarial y reducción de la brecha digital? La investigación subraya la importancia del emprendimiento digital como motor clave para la diversificación económica y la adaptación a nuevos desafíos. Se discuten estrategias y políticas efectivas para fomentar un ecosistema digital inclusivo y sostenible en el contexto peruano. El artículo abordará la cuestión de cómo las iniciativas de emprendimiento digital pueden mitigar las disparidades económicas y sociales del País.

Palabras clave: emprendimiento digital, economía, innovación, empleo

¹ Universidad Autónoma del Perú. Orcid: 0000-0002-6863-4152. gatanaciov@autonoma.edu.pe

² Universidad Autónoma del Perú. Orcid: 0000-0001-5521-5621. jllanterhuay@autonoma.edu.pe

³Universidad Autónoma del Perú. Orcid: 0000-0002-9788-4943. jgeronimon@autonoma.edu.pe

ABSTRACT

The article explores the impact of digital entrepreneurship on the Peruvian economy and highlights how digital technology has profoundly transformed the country's economic dynamics. Based on an exhaustive review of primary studies published between 2019 and 2024 in databases such as ProQuest, SciELO, Alicia Concytec, Dialnet and Scopus, 30 relevant articles were identified. These studies, of a theoretical-descriptive and documentary nature, address the following topic in question: What are the main impacts of digital entrepreneurship on the Peruvian economy, considering factors such as economic growth, job creation, business innovation and reduction of the digital divide? The research highlights the importance of digital entrepreneurship as a key driver for economic diversification and adaptation to new challenges. Effective strategies and policies are discussed to promote an inclusive and sustainable digital ecosystem in the Peruvian context. The article will address the question of how digital entrepreneurship initiatives can mitigate the economic and social disparities in the Country.

Keywords: digital entrepreneurship, economy, innovation, employment

I. Introducción

A nivel mundial, hoy en día se presenta un escenario en el que la tecnología digital está remodelando el proceso de participación humana (Rojas & Macias, 2019). El COVID-19 ocasionó una situación política intensamente agitada en el Perú y resultó en la pérdida de miles de vidas. Además, tanto trabajadores formales como informales quedaron vulnerables durante los confinamientos, llevándolos a recurrir a plataformas digitales para promover sus negocios (Suárez, 2023).

En 2019, las principales economías globales cerraron con un crecimiento económico positivo y se esperaba que esta tendencia continuara en el año siguiente. Sin embargo, la llegada de la pandemia hizo que estas expectativas se desmoronaran abruptamente (Morales, 2020). El cual hizo que cambie la perspectiva de ver el mundo y la adaptación a nuevos cambios. El emprendimiento es una habilidad que va más allá de iniciar un negocio. En el mundo digital, surgirá la llamada competencia digital (Román & Gonzales, 2024).

La irrupción de la crisis pandémica en 2020 generó perturbaciones de gran alcance en diversas esferas, promoviendo un renovado interés y crecimiento significativo en el emprendimiento digital de acuerdo (Altamirano et al., 2022). Por ello el emprendimiento digital es fundamental para el desarrollo económico y social de cualquier comunidad, región y país, dado que introduce alternativas innovadoras en la creación de productos, procesos y servicios en el entorno digital (Chiatchoua & Ávila, 2023).

En un informe de Ecuador del 2020 indica que el 17.3% de la población realiza actividades empresariales, el COVID-19 tuvo un gran impacto en la economía, en este contexto las estrategias importantes son la digitalización, la colaboración y el apoyo del gobierno (Carvajal, 2023). El impacto económico del COVID-19 ha revelado una serie de efectos significativos en diversas economías globales. Además de estas

repercusiones, ha surgido un interés creciente en el impacto del emprendimiento digital como una respuesta innovadora y adaptativa a la crisis (Cayla et al., 2024).

El emprendimiento digital implica la innovación en productos y servicios que se desarrollan en plataformas online, haciendo uso específico de tecnologías como la computación en la nube, el análisis de grandes datos. Por lo cual la tecnología es importante para las empresas que buscan un crecimiento (Tejeiro et al., 2021). Esta transformación no solo está impulsando la innovación y la competitividad, sino que también está creando nuevas oportunidades de empleo y fomentando el desarrollo económico inclusivo. La tecnología se está integrando a través de la automatización, aplicaciones móviles, inteligencia artificial, dispositivos portátiles y otras herramientas avanzadas. Estas innovaciones están generando nuevas y significativas oportunidades en el campo del emprendimiento digital (Useche et al., 2021).

El emprendimiento es la capacidad de iniciar y desarrollar un negocio aprovechando oportunidades con el objetivo de lograr resultados satisfactorios en diferentes aspectos como lo económico, político, social o personal. Implica enfrentar la incertidumbre y requiere cambios constantes para perdurar en el tiempo, siendo esencialmente una mezcla de oportunidad, creatividad y determinación que genera valor (Caldera et al., 2022). El emprendimiento requiere de un enfoque innovador que resuelva problemas rápidamente utilizando digitalización para mayor eficiencia y experiencia del servicio. El emprendedor desempeña un papel crucial como catalizador de soluciones innovadoras (Yog-Chung et al., 2023).

Los desafíos que los modelos de negocio enfrentan en el entorno tecnológico actual impulsado por el emprendimiento digital. Se destaca la oportunidad de trasladar operaciones de negocios tradicionales a plataformas en línea, lo cual representa una forma innovadora de actividad empresarial. Este cambio no sólo redefine cómo se

realizan los negocios, sino que también introduce una modalidad empresarial dinámica e innovadora (Pareja et al., 2024).

El Perú ha mostrado un notable crecimiento en el sector digital durante la última década. Además, iniciativas gubernamentales de algunos emprendimientos digitales tiene un rol importante en el fomento del ecosistema del emprendedor. La introducción de este enfoque relacional ha permitido a las instituciones financieras mejorar tanto la eficiencia operativa como la percepción de la calidad del servicio que ofrecen a sus clientes (Uribe et al., 2023). Durante el período comprendido entre 2019 y 2024, la historia económica mundial experimentó transformaciones significativas, acentuadas por la irrupción de la pandemia de COVID-19. Esta crisis global no solo desencadenó una profunda recesión en muchos sectores económicos, sino que también aceleró la digitalización en diversas esferas de la actividad económica (Wiley, 2024).

Ante la crisis del COVID-19, se pueden adoptar cuatro estrategias clave los cuales son: Reducir costos a corto plazo, mantener el estado del negocio, innovar con nuevas formas de operar para asegurar la viabilidad durante la crisis, y cerrar operaciones para evitar pérdidas financieras (Acuña, 2021). En ese contexto, la apertura comercial del Perú dentro del marco de la globalización económica ha sido caracterizada por la adopción de tecnologías modernas para la predicción de indicadores económicos, lo cual ha sentado las bases para una integración plena de la economía peruana (Marañón, 2024).

El emprendimiento digital en la economía peruana es multifacético, en primer lugar, los emprendimientos digitales contribuyen a la diversificación de la economía introduciendo sectores y modelos nuevos de negocio. La pandemia, oficialmente reconocida por la OMS en marzo de 2020, ha sido uno de los desafíos más significativos en términos económicos. Este evento perturbador alteró drásticamente la actividad

económica global, destacando la vulnerabilidad de las economías y las empresas frente a crisis inesperadas (Bennett et al., 2024).

El rápido desarrollo de una sociedad de la información y la comunicación cambiante requiere que sus miembros cuenten con habilidades que les permitan abordar y adaptarse a las diferentes situaciones que puedan encontrar (Díaz et al., 2024). La gestión del conocimiento en las empresas es un elemento clave que impulsa la innovación y la diferenciación, sustenta el aprendizaje permanente, mejora la toma de decisiones, desarrolla el talento y facilita la adaptación a la tecnología (González et al., 2024).

El aumento en el emprendimiento se vio impulsado por la mayor participación de mujeres. Estudios indican que las emprendedoras no solo promueven el incremento de la económico y el descubrimiento de nuevos empleos con sus ahorros personales, sino que también mejoran la calidad de vida familiar mediante inversiones en salud, educación y nutrición. En el ámbito del emprendimiento digital, estas mujeres están innovando con productos y servicios digitales, aprovechando plataformas tecnológicas para expandir sus negocios a nivel global (Saavedra et al., 2023).

El marketing digital se ha convertido en un motor clave para el emprendimiento digital, impulsando a los consumidores jóvenes a utilizar dispositivos inteligentes para realizar compras en línea de manera preferencial (Navarro, 2022). Además, el marketing digital no solo promueve productos y servicios, sino que también transforma proyectos escolares en negocios viables al proporcionar una plataforma para convertir ideas en oportunidades comerciales exitosas, este enfoque destaca la conexión con el mercado objetivo y cataliza la innovación en el crecimiento en el emprendimiento digital (Romo & Navarro, 2022).

El emprendimiento digital se basa en el uso de tecnologías digitales para innovar, crear y comercializar productos y servicios de manera eficiente en el entorno digital (Flores, 2023). En la actualidad socioeconómica, es crucial que el Estado promueva la creación de empleos dignos, especialmente para los trabajadores informales, quienes carecen de derechos y perspectivas. Formalizar estas empresas no solo beneficia al sector formal, sino que también abre oportunidades para el emprendimiento digital, contribuyendo así al desarrollo económico con nuevos empleos sostenibles (Villafuerte et al., 2023).

Un desafío crucial es la capacitación en habilidades digitales, aún es insuficiente en la educación como en programas de formación continua. No obstante, en América Latina, muchos jóvenes emprenden por falta de empleo, niveles educativos bajos y trabajando de forma independiente, lo que limita la productividad, aumenta los riesgos de fracaso y restringe las oportunidades de crecimiento empresarial (Jiménez, 2022).

A pesar de los numerosos desafíos y preguntas pendientes en el ámbito del emprendimiento, es importante concientizar desde una edad temprana la educación en el emprendimiento y la educación de la tecnología. Esto facilitará un enfoque más organizado para abordar los temas asociados con el emprendimiento digital (Fernández, 2023). Por otro lado, las redes sociales juegan un papel y una herramienta imprescindible para que se pueda promover los emprendimientos, principalmente en el proceso de comunicación con el mercado, y las empresas, por pequeñas que sean, no son ajenas a esta tendencia (Dueñas et al., 2020).

La pregunta de investigación utilizada es ¿Cuáles son los principales impactos del emprendimiento digital en la economía del Perú, considerando factores como crecimiento económico, generación de empleo, innovación empresarial y reducción de la brecha digital?

II. Método

Se consultaron las bases de datos ProQuest, Scielo, Alicia Concytec, Dialnet y Scopus para recuperar artículos publicados entre 2019 y 2024. Se llevó a cabo una búsqueda exhaustiva de documentos indexados que abordaran el tema en mención utilizando algoritmos como *or*, *and*, y la variable emprendimiento digital.

Además, con la finalidad de evaluar la veracidad de los artículos seleccionados que reforzaron la información, se muestran los siguientes puntos:

- Veracidad. Los artículos seleccionados fueron encontrados de las siguientes bases de datos que otorgan la confiabilidad y fidelidad: Scielo, Alicia Concytec, Dialnet, ProQuest Y Scopus.
- Utilidad. La relevancia de los artículos es importante para responder a las preguntas de investigación o los objetivos del estudio.
- Análisis. Para el análisis se fundamenta en principios sólidos y para interpretar los resultados obtenidos mediante la metodología utilizada.

La revisión integral es de naturaleza teórica y descriptiva de tipo documental donde el contenido se centró en estudios primarios publicados en los últimos cinco años, con el objetivo de asegurar la obtención de información actualizada y relevante sobre el tema del emprendimiento digital. Se revisaron todos los artículos disponibles en español, inglés y portugués que abordaran el tema principal.

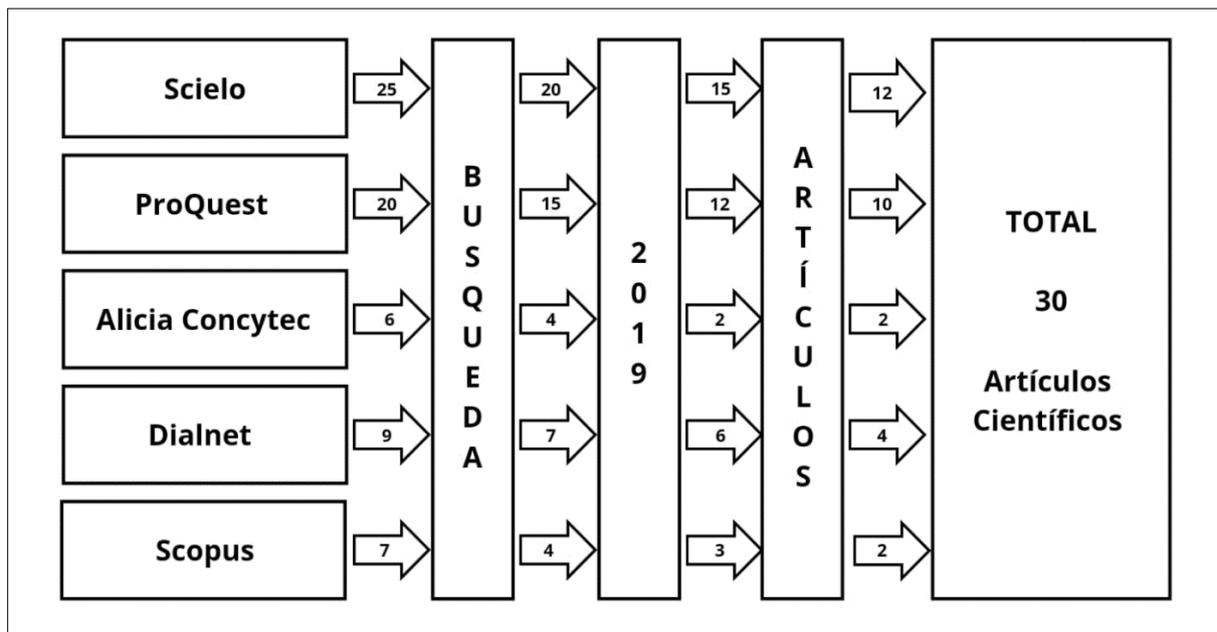
La estrategia de búsqueda consistió en evaluar títulos, resúmenes y contenidos completos de cada documento para extraer los datos clave. Los investigadores filtraron los artículos de las bases de datos individuales como ProQuest, Scielo, Alicia Concytec, Dialnet y Scopus. Cada artículo fue revisado en su totalidad a través de su título y abstract, siguiendo estrictos criterios de selección. Aquellos que cumplían con estos criterios fueron preseleccionados para su análisis detallado.

III. Análisis e integración de la información

Los artículos científicos elegidos para identificar el impacto en la economía del Perú, así como artículos científicos de las bases de datos como ProQuest, SciELO, Alicia Concytec, Dialnet y Scopus sobre artículos científicos sobre economía peruana, innovación, empleos y emprendimientos digitales.

Figura 1

Distribución de los artículos por base de datos y repositorios



El número total de artículos mostrados para este artículo de revisión fue de 67, de los cuales 37 artículos fueron eliminados porque no estaban relacionados con el objetivo de la revisión; también los artículos cuyos años de publicación no estén dentro de los años 2019 - 2024, dejando así 30 artículos.

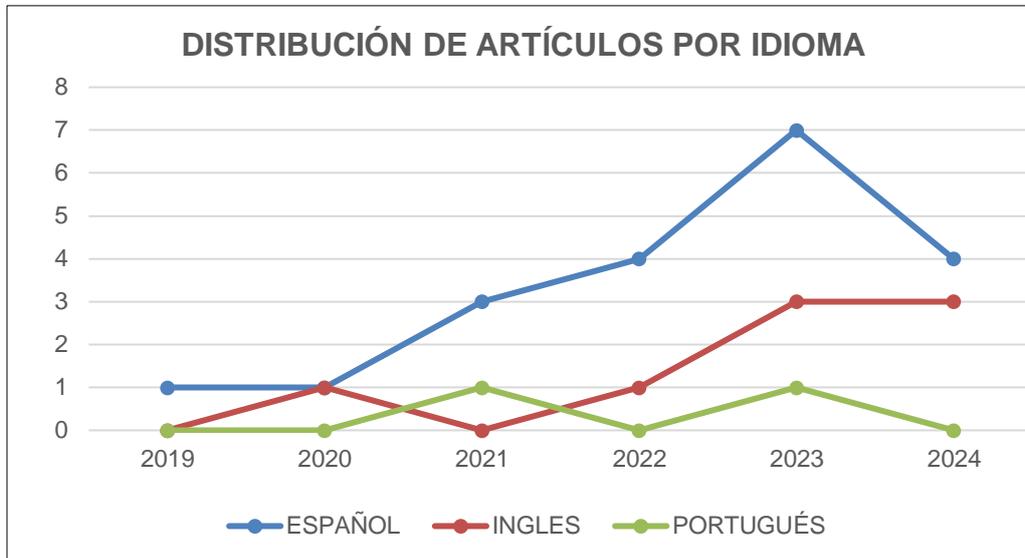
Las fuentes con mayor número de artículos relacionados con el tema y objetivo fue los datos como SciELO (12), ProQuest (10), Dialnet (4), Alicia Concytec (2) y Scopus (2) los cuales fueron analizados y revisados.

Los estudios fueron seleccionados por no más de 5 años, en el período 2019-2024, el emprendimiento digital, economía y nuevas tecnologías entre ellos 20 artículos

en español, 8 artículos en inglés y 2 en portugués. Los artículos científicos revisados en base al tema y la pregunta de investigación planteada se agrupan de acuerdo con la temática. Estos temas se distribuyeron en relación con la investigación.

Figura 2

Distribución de artículos por idioma



La Figura 2, muestra la distribución de los artículos según el idioma. Se observa que la mayoría de los artículos revisados están escritos en español con un incremento progresivo a lo largo de los años analizados: comenzando con 1 artículo en 2019 y 2020, aumentando a 3 en 2021, 4 en 2022, 7 en 2023 y luego descendiendo ligeramente a 4 en 2024. Este patrón indica un interés constante y creciente en el tema del emprendimiento digital en el ámbito hispanohablante.

Los artículos en inglés, aunque en menor medida, pues se identificó un artículo en 2020, uno en el 2022, y un aumento a tres artículos en el año 2023, manteniéndose equivalente con 3 artículos en 2024. Esto sugiere una contribución significativa de estudios internacionales o comparativos en inglés en el campo del emprendimiento digital.

En cuanto al portugués, hubo un artículo en 2021 y otro en 2023, mostrando una presencia más limitada en la revisión comparada con los idiomas español e inglés. Esta revisión de artículos nos da una visión general de la importancia para la comunidad académica la temática revisada en este artículo.

Tabla 1

Distribución según la temática de los artículos analizados

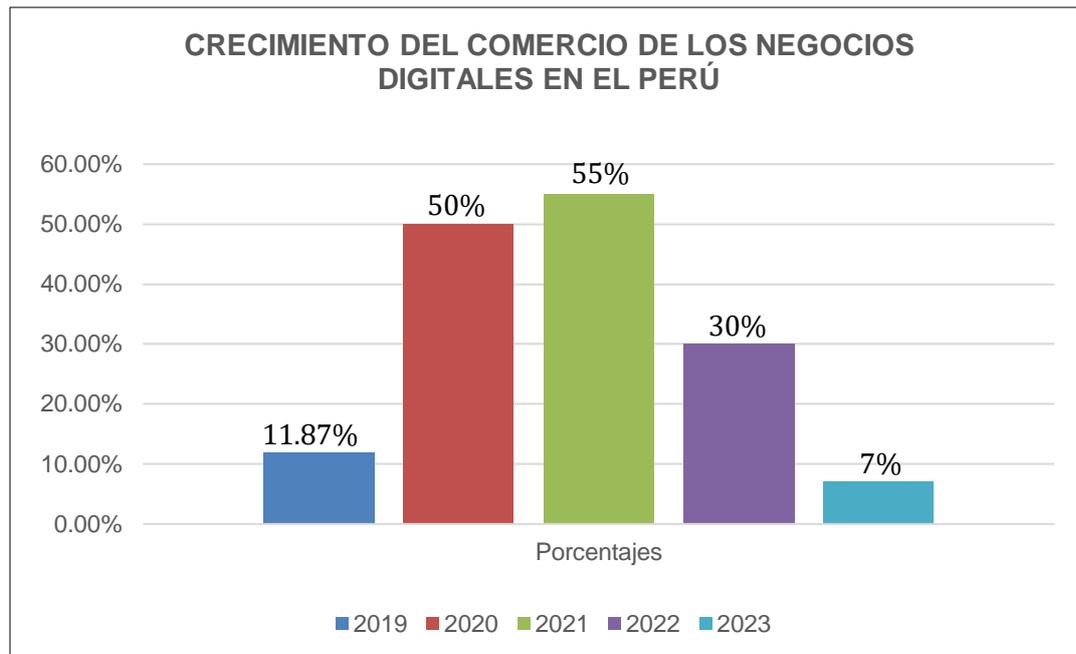
Temas	Autores y Año
Impacto del emprendimiento digital en la economía	[Bennett et al., 2024] [Marañón, 2024] [Chiatchoua y Ávila, 2023] [Morales, 2020] [Wiley, J. 2024]
Desafíos de emprendimiento digital durante la pandemia de COVID-19	[Suárez et al., 2023] [Altamirano et al., 2022] [Acuña, 2021] [Díaz., et al 2024] [Rodríguez et al., 2021] [Cayla et al., 2024]
Importancia de la capacitación en habilidades digitales	[Jiménez , 2022] [Fernández, 2023] [Díaz et al., 2024] [Rodríguez et al., 2023] [Saavedra 2023]
Marketing digital como impulsor del emprendimiento	[Navarro, 2022] [Romo y Navarro, 2022] [Román y Gonzales, 2020]
Innovación y competitividad en el emprendimiento digital	[Useche et al., 2021] [Pareja et al., 2024] [Tejeiro et al., 2021] [Rojas y Macias, 2019] [Flores 2023] [Gonzales et al., 2024]
Rol del Estado en la promoción del emprendimiento digital	[Villafuerte et al., 2023] [Carvajal, 2023] [Uribe et al., 2023] [Dueñas et al., 2020], [Yong-Chung., et al 2023]

En la Tabla 1, se explica la distribución temática de los artículos analizados acerca del emprendimiento digital y se identifican varios temas principales que abarcan diferentes aspectos del emprendimiento digital: impacto económico, desafíos durante la pandemia de COVID-19, capacitación en habilidades digitales, marketing digital, innovación, competitividad, y rol del Estado en la promoción del emprendimiento digital.

Estos subtemas y autores abordan diferentes aspectos del emprendimiento digital, desde su impacto económico hasta los desafíos enfrentados y las estrategias para promoverlo y gestionarlo eficazmente en el contexto actual.

Figura 3

Crecimiento del comercio de los negocios digitales en el Perú



En la Figura 3, se detalla el análisis del crecimiento del comercio en los negocios digitales entre 2019 y 2023 revela una evolución significativa en el sector. En 2019, el volumen de ventas se inició en 4 millones de dólares, experimentando un incremento del 11.87% respecto al año anterior, marcando un hito inicial de crecimiento para el comercio digital en el país. Este crecimiento se intensificó en 2020, alcanzando los 6 millones de dólares, lo que representó un aumento del 50% impulsado por la creciente adopción de plataformas digitales en respuesta a las nuevas condiciones del mercado.

El año 2021 fue un punto de inflexión con un crecimiento explosivo del 55%, alcanzando un volumen de ventas de 9,300 millones de dólares. Esta rápida expansión subraya la creciente confianza de los consumidores en las compras en línea y la consolidación del comercio digital como un motor clave de la economía peruana. En 2022, el crecimiento continuó a un ritmo del 30%, elevando el volumen de ventas a 12,100 millones de dólares, destacando la maduración y la integración del comercio digital en los hábitos de consumo del país.

Finalmente, en 2023, el sector experimentó un crecimiento del 7%, alcanzando un volumen de ventas de 13 millones de dólares. Este análisis detallado del crecimiento del comercio en los negocios digitales en el Perú demuestra cómo este sector ha evolucionado rápidamente, no solo en términos de volumen de ventas, sino también en su impacto económico general, incluyendo la creación de empleos y la mejora del acceso a productos y servicios digitales para la población. Para discutir el impacto del emprendimiento digital en la economía del Perú, considerando dimensiones como crecimiento económico, generación de empleo, innovación empresarial y disminución en la brecha digital, es relevante analizar los hallazgos y temas clave de tu artículo de revisión.

Durante el COVID-19, se evidenció una adaptación acelerada hacia plataformas digitales por parte de emprendedores informales y formales, lo cual fue crucial para mantener la actividad económica y crear oportunidades de empleo en un contexto desafiante. Sin embargo, sería útil profundizar en la calidad de estos empleos y en la contribución del emprendimiento digital al Producto Interno Bruto (PIB) y es relevante profundizar en las siguientes cuestiones sobre el porcentaje del crecimiento económico que puede atribuirse directamente al emprendimiento digital y cómo se comparan los salarios y las condiciones laborales en los nuevos sectores digitales con los sectores tradicionales.

La transformación digital ha sido crucial para reducir la brecha digital en el Perú, permitiendo el acceso a nuevas oportunidades económicas y educativas. Iniciativas gubernamentales y privadas han jugado un papel clave en la promoción de la digitalización, facilitando la inclusión digital y mejorando la eficiencia de los servicios públicos y privados. Sin embargo, se debe profundizar en cómo se están abordando las desigualdades regionales y socioeconómicas en el acceso. La capacitación digital

merece abordar las medidas adicionales que podrían implementarse para garantizar que la digitalización llegue a las comunidades más marginadas y rurales del país.

Si bien se menciona el papel crucial de las políticas públicas y las iniciativas del sector privado en la promoción de la digitalización, sería útil evaluar críticamente la efectividad y la coordinación de estas políticas. Es importante cuestionar si existen barreras regulatorias o administrativas que podrían estar limitando el potencial del emprendimiento digital en Perú y cómo se comparan las políticas peruanas con las de otros países de la región que también están fomentando la economía digital.

Esta innovación se ha manifestado en la creación de modelos de negocio disruptivos y en la mejora de procesos a través de la digitalización, lo que ha fortalecido la competitividad de las empresas peruanas en el mercado global. No obstante, sería interesante explorar más a fondo el impacto específico de estas innovaciones en términos de diferenciación de mercado y creación de valor. También tomando ejemplos concretos de innovación disruptiva se pueden identificar en el contexto peruano y desafíos específicos relacionados con la protección de la propiedad intelectual que podrían estar frenando la innovación.

IV. Conclusiones

La transformación digital también ha desempeñado un papel crucial en la reducción de la brecha digital en el Perú, permitiendo un acceso más equitativo a oportunidades económicas y educativas. A pesar de los avances, persisten desafíos significativos en la superación de desigualdades regionales y socioeconómicas en el acceso a la capacitación digital, particularmente en comunidades rurales y marginadas. Es imperativo implementar medidas adicionales que garanticen que todos los sectores de la sociedad peruana puedan beneficiarse plenamente de la digitalización.

Las políticas públicas y las iniciativas del sector privado han sido fundamentales para promover la digitalización, pero se requiere una evaluación crítica de su efectividad y coordinación. La identificación y eliminación de barreras regulatorias y administrativas que podrían limitar el potencial del emprendimiento digital en Perú es esencial para fomentar un ambiente más propicio para la innovación y el crecimiento empresarial. Comparar estas políticas con las de otros países de la región puede proporcionar perspectivas valiosas sobre las mejores prácticas y áreas de mejora.

Finalmente, la innovación empresarial impulsada por el emprendimiento digital ha fortalecido la competitividad de las empresas peruanas en el mercado global, facilitando la creación de modelos de negocio disruptivos y mejorando procesos a través de la digitalización. Sin embargo, maximizar el impacto de estas innovaciones, es crucial abordar los desafíos relacionados con la protección de la propiedad intelectual y asegurar que la innovación conduzca a una diferenciación efectiva en el mercado.

En resumen, el emprendimiento digital tiene el potencial de catalizar un crecimiento económico inclusivo en el Perú, siempre y cuando se implementen políticas efectivas, se aborden desigualdades persistentes y se promueva una cultura de innovación que respalde el desarrollo sostenible y equitativo en todo el país.

Referencias

- Acuña, E. (2021). Emprendimiento y resiliencia: Caso de las bodegas de barrio en el Perú durante la pandemia de COVID-19. *Desde el Sur*, 13(1), 1-17
http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2415-09592021000100007&lang=es
- Altamirano, J., Vera, D., & Tonon, L. (2022). Modeling and forecasting the effect of COVID-19 in the Ecuadorian labor system. *Podium*, 42(1), 1-18
http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2588-09692022000200001&lang=es
- Bennett, J., Argoti, A., & Revelo, L. (2024) Análisis de la realidad económica empresarial en Pasto frente a la pandemia del COVID-19. *Jangwa Pana*, 23(2), 1-18.
<https://www.proquest.com/docview/3050778089/DEF0A4BED2B4864PQ/2?accountid=187086&sourcetype=Scholarly%20Journals>
- Bravo, F. (2024, mayo) Comercio electrónico en Perú 2023-2024: La guía más completa del mercado. *Ecommerce news* <https://www.ecommercenews.pe/e-commerce-insights/2024/crecimiento-del-comercio-electronico-en-peru.html/>
- Caldera, D., Velázquez, F., & Zárate, L. (2022). Análisis de factores determinantes de emprendimiento social en jóvenes universitarios. *Apuntes Universitarios*, 12(3), 1-24. <https://www.proquest.com/docview/2754074789/EFE40D52318D4EE6PQ/15?accountid=187086&sourcetype=Scholarly%20Journals>
- Carvajal, C. (2023). El impacto de la pandemia del COVID 19 en el emprendimiento ecuatoriano y sus consecuencias económicas y sociales. *Gestión Joven*, 24(3). 6-18. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9078383>
- Cayla, J., Bellmunt, J., Jansae, J., & Marco, A. (2024). Epidemiological evolution and economic impact of the COVID-19 pandemic in the European Union and

worldwide and effects of control strategies on them: An ecological study. *Medicina en Familia*, 50(6), 2-18. <https://www.elsevier.es/es-revista-medicina-familia-semergen-40-articulo-epidemiological-evolution-economic-impact-covid-19-S1138359324000844?referer=buscador>

Chiatchoua, C., & Avila, R. (2023) Digital entrepreneurship and micro and small enterprises in times of COVID-19 in México. *Economía y Negocios*, 14(2), 39-53. http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2602-80502023000200039&lang=es

Díaz, A., García, J., Lourdes, A., & De Brito, S. (2024). Psychological and educational factors of digital competence optimization interventions Pre- and Post-COVID-19 Lockdown: A Systematic Review. *Sustainability*, 16(1), 51 - 68. <https://www.proquest.com/docview/2912827990/9367CE46FF64597PQ/9?accountid=187086&sourcetype=Scholarly%20Journals>

Dueñas, F., Zambrano, J., Cano, G., & Párraga, E. (2020). La creación de fanpage en el desarrollo de emprendimientos locales. *Revista San Gregorio*, 38(1), 2–7. http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2528-79072020000100119&lang=es

Fernández, V. (2023) Competencias digitales clave en el emprendimiento juvenil: una revisión sistemática de los últimos 6 años. *Revista Interuniversitaria de Investigación en Tecnología Educativa*, 14(1), 28-44. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=2476>

Flores, B. (2023). Emprendimiento digital en estudiantes de educación superior. *Revista de Investigación en ciencias de la educación. Horizontes Revista de Investigación en Ciencias de la Educación*, 28(7), 959–961.

http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2616-79642023000200958&lang=es

- González, I., Ávila, X., & Arancibia, I. (2024). La gestión del conocimiento en emprendimientos: Revisión bibliométrica utilizando la teoría del enfoque meta analítico consolidado (TEMAC). *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, 65(1), 442-460. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/la-gestión-del-conocimiento-en-emprendimientos/docview/2957758580/se-2>
- Jiménez, N. (2022). *Hábitos emprendedores y preferencias profesionales en estudiantes de administración de empresas de la ciudad de Arequipa* [Tesis de maestría, Universidad Católica Santa María]. Repositorio de la Universidad Católica Santa María. <https://repositorio.ucsm.edu.pe/items/bfb5aa93-dd84-41b8-9038-f8b8f1e457d2>
- Marañón, J. (2024) Perspectivas macroeconómicas al 2029: Perú. *Sociedad y Economía*, 51(1), 1-15. <https://www.proquest.com/docview/2986232800/EFE40D52318D4EE6PQ/1?accountid=187086&sourcetype=Scholarly%20Journals>
- Morales, J. (2020). The global economy pre-pandemic and pandemic scenario - China, USA, Europe and Latin America. *Global Business Administration Journal*, 4(2), 136–142. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/REVURP_4bfdcc2b8dc0c4c2fd82738032d74ad8
- Navarro, G. (2022). El paradigma del marketing digital en la academia, el emprendimiento universitario y las empresas establecidas. RIDE. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 13(25), 43–45.

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-74672022000200045&lang=es

Pareja, C., Orlandini, I., & Mariano, A. (2024). Modelos de negocio y emprendimiento digital: Un análisis bibliométrico. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, 66(1), 423-435. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/modelos-de-negocio-y-emprendimiento-digital-un/docview/3043349615/se-2>

Rodrigues, A., Alves, T., & Dai Prá, C. (2021). Impactos da pandemia de COVID-19 sobre o empreendedorismo digital nas instituições bancárias brasileiras: uma análise à luz das forças isomórficas. *Estudios Gerenciales*, 37(58), 113-125. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232021000100113&lang=es

Rodrigues, A., Dai Prá, C., & Vasconcelos, V. (2023) Empreendedorismo digital em organizações: revisão integrativa da literatura e proposição de elementos de análise sob a ótica das capacidades dinâmicas. *Revista electrónica de Administraca*, 29(3), 627-660. <https://qa1.scielo.br/j/read/a/Lwyztymt3nxMqPbjQKhsPBf/abstract/?lang=es>

Rojas, L., & Macías, J. (2019). Autogestión, emprendimiento social e innovación social e innovación social: un análisis de contenidos publicados en Twitter. *Tec Empresarial*, 13(3), 42-47. https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1659-33592019000300042&lang=es

Román, M., & González, V. (2022). La competencia de emprendimiento digital en función del género: El proyecto EmDigital. *Revista científica de Educación y*

Comunicación,

24(1),

1190-1205.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8397255>

Romo, L., & Navarro, G. (2022). Marketing, la mejor herramienta para que el emprendedor universitario tenga éxito en el mercado digital. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 13(25), 4–37.

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-

[74672022000200037&lang=es](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-74672022000200037&lang=es)

Saavedra, M. (2023). El empoderamiento femenino a través del emprendimiento en la era digital. *Multidisciplinary Business Review*, 16(2), 37-52.

https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-

[39922023000200104&lang=es](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-39922023000200104&lang=es)

Suárez, L. (2023). Tiempos de pandemia del covid-19, aceleración digital y emprendimientos en lima metropolitana. *Scientia*, 23(23), 49–68.

https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/REVURP_9c744d51fb4cb0f044c7f5

[ef4b8a51f0](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/REVURP_9c744d51fb4cb0f044c7f5-ef4b8a51f0)

Tejeiro, M., Molina, M., & García, J. (2021). Emprendimiento digital femenino para el desarrollo social y económico: características y barreras en España. *Revista de estudios cooperativos*,

138(3)

111-124

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7894632>

Uribe, G., Ríos, C., & Vargas, J., (2023). Is There an Impact of Digital Transformation on Consumer Behaviour? An Empirical Study in the Financial Sector. *Economies; Basel*,

11(5),

120-132

<https://www.proquest.com/docview/2819429722/EFE40D52318D4EE6PQ/8?acc>

[ountid=187086&sourcetype=Scholarly%20Journals](https://www.proquest.com/docview/2819429722/EFE40D52318D4EE6PQ/8?accountid=187086&sourcetype=Scholarly%20Journals)

- Useche, M., Pereira, M., & Barraban C., (2021). Retos y desafíos del emprendimiento ecuatoriano, trascendiendo a la postpandemia. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 11(22), 271-286. http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182021000200271&lang=es
- Villafuerte, D., García, A., & Chura, H., (2023). La promoción del trabajo, mediante políticas de fomento y competitividad de las MYPES en el marco de una economía social de mercado. *Revista Medellín*, 23(139), 1-32. <https://www.proquest.com/docview/2860861576/EFE40D52318D4EE6PQ/4?accountid=187086&sourcetype=Scholarly%20Journals>
- Wiley, J. (2024). Economic History Review. *Journal of Economic and social history*, 77(1), 1-387. https://www.scopus.com/sourceid/28466?dgcid=sc_widget_citescore
- Yong-Chung, F., García, E., Crespo, C., Solís, E., & Bonilla, J. (2023). Tendencias en la implementación de las estrategias digitales para el emprendimiento: Una revisión bibliométrica 2011 al 2023. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*; 64(1), 537-555. <https://www.proquest.com/docview/2973215462/fulltextPDF/B2EF637CF78A4C28PQ/1?accountid=187086&sourcetype=Scholarly%20Journals>

Anexo 1. Informe de turnitin

GANELLA SHERIL ATANACIO VILLAF JOSELYN DAY... ARTÍCULO ... [↔ Cambiar a la nueva versión](#) [ⓘ Detalles de la entrega](#)

Universidad Autónoma del Perú

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA GESTIÓN Y COMUNICACIONES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ARTÍCULO DE REVISIÓN
EL IMPACTO DEL EMPRENDIMIENTO DIGITAL EN LA ECONOMÍA PERUANA: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA DESDE EL 2019 AL 2024

AUTORES
GANELLA SHERIL ATANACIO VILLAFANI (ORCID: 0000-0002-6863-4152)
JOSELYN DAYSI LLANTERHUAY MENDEZ (ORCID: 0000-0001-5521-5621)
JORGE JOSUÉ GERÓNIMO NARBASTA (ORCID: 0000-0002-9788-4943)

ASESOR
DR. LUIS ALBERTO MARCELO QUISPE (ORCID: 0000-0003-0128-0123)

Compartir **LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DEL PROGRAMA**
ADMINISTRACIÓN COMERCIAL

Página 1 de 23

Fuentes principales **Todas las fuentes**

10%
Similitud general

Rank	Source	Similarity
1	repositorio.autonoma.edu.pe INTERNET	1%
2	Consultoría de servicios formati... TRABAJOS ENTREGADOS	<1%
3	www.risti.xyz INTERNET	<1%
4	www.proexport.com.co INTERNET	<1%
5	Universidad Privada del Norte el... TRABAJOS ENTREGADOS	<1%
6	Universidad de Tecnología de Sí... TRABAJOS ENTREGADOS	<1%

10%
Similitud general

Detalles del documento

AI