

Percepción del Entorno Empresarial en las Mype Comerciales del Distrito de Andahuaylas, Apurímac

Perception of the Business Environment among Commercial Micro and Small Enterprises (MSEs) in the District of Andahuaylas, Apurímac, Peru

<https://doi.org/10.47606/ACVEN/PH0547>

Simón José Cama-Flores^{1*}

<https://orcid.org/0000-0001-6559-7379>
sjcama@unajma.edu.pe

Juan Cielo Ramírez-Cajamarca¹

<https://orcid.org/0000-0001-8821-6209>
jramirez@unajma.edu.pe

Doris Bustinza-Saldivar¹

<https://orcid.org/0000-0002-0503-9911>
dbustinza@unajma.edu.pe

José Luis Estrada-Pantia¹

<https://orcid.org/0000-0002-6138-9043>
jestrada@unajma.edu.pe

Recibido: 18/04/2026

Aceptado: 21/07/2026

RESUMEN

Comprender cómo los responsables de las micro y pequeñas empresas (MYPE) perciben las condiciones externas permite caracterizar el contexto de sus actividades comerciales. El objetivo fue describir la percepción de propietarios o gerentes sobre las dimensiones política, económica, sociocultural, tecnológica, ecológica y legal del entorno empresarial de las MYPE comerciales de Andahuaylas, Apurímac, Perú. Se realizó un estudio cuantitativo, básico y descriptivo, con diseño no experimental y una medición por participante. La muestra probabilística estuvo conformada por 368 propietarios o gerentes. Se aplicó un cuestionario de 29 ítems con escala Likert de cinco categorías; la validez de contenido alcanzó una V de Aiken global de 0,92 y la consistencia interna por dimensiones osciló entre $\alpha = 0,76$ y $\alpha = 0,84$. Los puntajes de cada dimensión se clasificaron mediante puntos de corte convencionales derivados de una división aproximada del rango teórico en tres niveles contiguos. La dimensión económica registró la mayor proporción en el nivel alto (74,7 %), seguida por la legal (70,1 %), tecnológica (65,2 %) y política (62,2 %). Las dimensiones sociocultural y ecológica mostraron distribuciones más equilibradas entre los niveles medio y alto. Los resultados constituyen una línea de base perceptual y no demuestran relaciones causales ni efectos sobre el desempeño empresarial.

Palabras Clave: entorno empresarial; micro y pequeña empresa; percepción empresarial; comercio; desarrollo económico local; Perú.

1. Universidad Nacional José María Arguedas- Perú

* Autor de correspondencia: sjcama@unajma.edu.pe

ABSTRACT

Understanding how owners and managers of micro and small enterprises (MSEs) perceive external conditions allows us to characterize the context of their business activities. The objective was to describe the perceptions of owners or managers regarding the political, economic, sociocultural, technological, ecological, and legal dimensions of the business environment of commercial MSEs in Andahuaylas, Apurímac, Peru. A quantitative, basic, and descriptive study was conducted with a non-experimental design and one measurement per participant. The probabilistic sample consisted of 368 owners or managers. A 29-item questionnaire with a five-point Likert scale was administered; content validity achieved an overall Aiken's V of 0.92, and internal consistency by dimension ranged from $\alpha = 0.76$ to $\alpha = 0.84$. Scores for each dimension were classified using conventional cut-off points derived from an approximate division of the theoretical range into three contiguous levels. The economic dimension registered the highest proportion at the high level (74.7%), followed by the legal (70.1%), technological (65.2%), and political (62.2%) dimensions. The sociocultural and ecological dimensions showed more balanced distributions between the medium and high levels. The results constitute a perceptual baseline and do not demonstrate causal relationships or effects on business performance.

Keywords: business environment; micro and small enterprises; managerial perception; retail trade; local economic development; Peru.

INTRODUCCIÓN

Las MYPE constituyen una parte central del tejido productivo latinoamericano por su contribución al empleo, la circulación de bienes y los ingresos familiares. En el Perú, al cierre de 2024 se registraron 2 346 592 empresas formales; el 99,1 % correspondía a micro y pequeñas empresas y estas aportaban el 20,2 % del producto bruto interno (Ministerio de la Producción, 2025). No obstante, sus restricciones financieras, tecnológicas y organizacionales incrementan la exposición a variaciones de precios, demanda, crédito, regulación e infraestructura. En América Latina persisten brechas en el diseño, la implementación, el seguimiento y la evaluación de las políticas dirigidas a las micro, pequeñas y medianas empresas (OECD, CAF Development Bank of Latin America and the Caribbean, & Latin American and Caribbean Economic System, 2024).

El entorno empresarial comprende condiciones externas que estructuran oportunidades, restricciones e incertidumbres: reglas formales e informales, servicios públicos, financiamiento, infraestructura, tecnología, características socioculturales, exigencias ambientales y dinámicas de mercado. Aunque las empresas no controlan directamente estas condiciones, sus responsables las interpretan al decidir sobre compras, precios, inventarios, financiamiento, formalización y adopción tecnológica. En el Perú, el acceso al crédito y la informalidad continúan limitando la inversión de numerosas pequeñas empresas (OECD, 2025), mientras la transformación digital presenta avances heterogéneos por las diferencias de capacidades y articulación institucional (Patiño et al., 2025).

Las dimensiones económicas y legales poseen especial relevancia para las MYPE formales. La inflación, los costos operativos, el poder adquisitivo y las condiciones crediticias afectan su liquidez, mientras las normas tributarias, laborales y municipales determinan obligaciones, licencias y procedimientos. El marco Business Ready distingue entre la calidad de la regulación, la provisión de servicios públicos y la eficiencia con que las empresas experimentan ambos componentes (World Bank, 2025). En paralelo, la

conectividad, los medios de pago electrónicos y los canales virtuales amplían las posibilidades comerciales, aunque su aprovechamiento depende de habilidades, financiamiento y organización. Las prácticas comunitarias, los hábitos de consumo, la gestión de residuos y las exigencias ambientales completan un entorno cuya importancia puede variar según el rubro y el territorio.

En Andahuaylas existe información limitada sobre la valoración que los responsables de MYPE comerciales atribuyen a estas condiciones. La evidencia obtenida en capitales o regiones más industrializadas no puede trasladarse de manera automática a un territorio andino con características comerciales, institucionales y de conectividad propias. Por ello, el objetivo fue describir la percepción de los propietarios o gerentes sobre las dimensiones política, económica, sociocultural, tecnológica, ecológica y legal del entorno empresarial de las MYPE comerciales de Andahuaylas, Apurímac. El alcance fue exclusivamente descriptivo: no se midieron relaciones entre dimensiones ni efectos sobre el desempeño empresarial.

MARCO TEÓRICO

Entorno empresarial y percepción

La teoría institucional constituye el principal referente del estudio. North (1990) define las instituciones como restricciones socialmente creadas que estructuran la interacción y los incentivos; incluyen reglas formales y normas informales. Scott (2014) distingue pilares regulativos, normativos y cultural-cognitivos, lo que permite comprender que los responsables empresariales no reaccionan solo a normas escritas, sino también a experiencias con autoridades, prácticas sectoriales y expectativas compartidas. El entorno no equivale al desempeño: representa el contexto de actuación, mientras el desempeño corresponde a los resultados obtenidos por la empresa.

Los tres pilares propuestos por Scott (2014) precisan esta lectura. El pilar regulativo comprende normas obligatorias, supervisión y sanciones; el normativo incorpora valores y expectativas sobre las conductas apropiadas; y el cultural-cognitivo reúne creencias compartidas y esquemas de interpretación. Esta distinción explica por qué una misma regulación puede ser valorada de manera diferente según la experiencia administrativa, el conocimiento disponible o las prácticas del sector. Asimismo, el entorno empresarial se diferencia del clima de negocios y del ecosistema emprendedor: el primero suele centrarse en la favorabilidad y previsibilidad de las condiciones, mientras el segundo enfatiza relaciones entre actores y recursos. El concepto utilizado aquí es más amplio y admite condiciones percibidas como oportunidades, restricciones, riesgos o apoyos.

La perspectiva sistémica complementa esta explicación. La actividad empresarial se desarrolla en configuraciones territoriales integradas por instituciones, infraestructura, financiamiento, talento, conocimiento, redes y demanda (Stam & van de Ven, 2021). Estos elementos se interrelacionan, pero el presente estudio no contrastó sus mecanismos ni asociaciones. Su interés se concentró en la percepción, entendida como el proceso mediante el cual propietarios o gerentes seleccionan e interpretan información sobre el contexto. Desde la cognición emprendedora, las condiciones externas proporcionan estímulos; la percepción les atribuye significado y las decisiones constituyen respuestas posibles, no automáticas (Mitchell et al., 2002).

La percepción no reproduce de forma exacta las condiciones objetivas. Dos empresas expuestas a una norma similar pueden atribuirle distinta carga por diferencias de recursos, conocimientos, expectativas o resultados previos. En el contexto peruano, la valoración de

los procedimientos y las características sectoriales interviene en decisiones vinculadas con la formalización (Silupu et al., 2022). Sin embargo, una encuesta descriptiva no permite inferir automáticamente las decisiones adoptadas. El estudio examinó el nivel interpretativo: la intensidad con la que los informantes reconocieron las condiciones externas, sin medir de manera independiente su calidad objetiva, las respuestas empresariales ni los resultados económicos posteriores.

La construcción de sentido aporta un mecanismo complementario. Ante contextos ambiguos, los actores seleccionan señales y elaboran interpretaciones plausibles que orientan su actuación (Weick, 1995). En las MYPE, donde el propietario suele concentrar funciones de dirección, compras, financiamiento y atención al cliente, esta interpretación individual adquiere especial visibilidad. La disponibilidad objetiva de una tecnología, un programa público o una norma no garantiza una respuesta homogénea: su relevancia depende de la información, la experiencia y la capacidad de gestión de cada negocio. Esta perspectiva respalda el estudio de la percepción como objeto propio, sin confundirla con la condición externa ni con la conducta posterior.

Dimensiones del entorno empresarial

La dimensión política comprende estabilidad institucional, decisiones gubernamentales, seguridad y programas de apoyo; la económica incluye inflación, crédito, tasas de interés, costos, poder adquisitivo y demanda; y la sociocultural reúne hábitos de compra, preferencias, valores comunitarios y características demográficas. La dimensión tecnológica considera conectividad, medios de pago, herramientas digitales, comercio electrónico e inventarios; la ecológica, manejo de residuos, uso responsable de recursos y exigencias ambientales; y la legal, tributación, licencias, formalización, regulación laboral y fiscalización. Una puntuación alta expresa mayor intensidad o relevancia percibida, no necesariamente favorabilidad, satisfacción ni cumplimiento objetivo. Esta distinción es particularmente importante en las MYPE, donde la gestión suele concentrarse en el propietario o gerente y las condiciones externas se incorporan rápidamente a sus prioridades operativas.

Las seis dimensiones pueden condicionarse mutuamente. Las decisiones políticas influyen en la continuidad de programas y reglas; la regulación afecta el acceso a mercados y servicios; el financiamiento condiciona la adopción tecnológica; y la conectividad incide en la comercialización y los medios de pago. A su vez, los hábitos de consumo y las exigencias ambientales modifican prioridades comerciales. La perspectiva sistémica permite reconocer estas conexiones conceptuales, pero la clasificación por niveles no prueba interdependencias estadísticas entre dimensiones. Por esta razón, los resultados se presentan como distribuciones descriptivas y no como confirmación de un modelo causal del entorno empresarial.

Los estudios sobre ecosistemas empresariales advierten que los componentes territoriales deben examinarse mediante indicadores y mecanismos de relación, y no solo como una lista de factores (Leendertse et al., 2022; Wurth et al., 2022). En este artículo, las seis dimensiones se utilizan como estructura descriptiva del cuestionario. La presencia simultánea de niveles medios y altos puede sugerir que varios componentes resultan visibles para los participantes, pero no constituye evidencia empírica de interacción. Esta cautela delimita la contribución del estudio: documentar una distribución perceptual local que sirva de antecedente para análisis posteriores con diseños correlacionales, longitudinales o mixtos.

METODOLOGÍA

La investigación tuvo enfoque cuantitativo, tipo básico y alcance descriptivo. Se empleó un diseño no experimental y una medición única por participante. El estudio se realizó en MYPE comerciales formales del distrito de Andahuaylas, Apurímac. El trabajo de campo se desarrolló de manera escalonada entre mayo de 2024 y octubre de 2025; por ello, los resultados agregan percepciones recogidas durante ese intervalo y no representan una coyuntura correspondiente a un único momento calendario.

Para examinar la posible heterogeneidad asociada con la extensión del trabajo de campo, las aplicaciones se agruparon en tres subperiodos consecutivos de seis meses: periodo 1, de mayo a octubre de 2024; periodo 2, de noviembre de 2024 a abril de 2025; y periodo 3, de mayo a octubre de 2025. Para cada subperiodo se calculó el número y porcentaje de encuestas aplicadas. Asimismo, se obtuvieron la media, desviación estándar, mediana y rango intercuartílico de las seis dimensiones del entorno empresarial. La comparación fue exclusivamente descriptiva y consideró las diferencias absolutas entre las medidas de tendencia central, la amplitud de la dispersión y la permanencia o modificación del orden relativo de las dimensiones. No se interpretaron estas diferencias como efectos temporales ni causales.

La población inicial estuvo conformada por 9412 registros procedentes del Padrón Municipal de Licencias de Funcionamiento del distrito de Andahuaylas, con corte al 31 de diciembre de 2023. Para efectos operacionales del estudio, se consideró empresa formal a aquella que contaba con licencia municipal vigente y Registro Único de Contribuyentes en estado activo y condición de habido (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, s. f.-a, s. f.-b). La licencia municipal se utilizó para comprobar la existencia, ubicación y actividad comercial del establecimiento, pero no se consideró suficiente, por sí sola, para determinar su clasificación como micro o pequeña empresa.

La condición de micro o pequeña empresa se verificó mediante la consulta de la constancia de inscripción en el Registro de la Micro y Pequeña Empresa y la información tributaria disponible en el marco muestral. La inscripción en el Registro de la Micro y Pequeña Empresa constituye el mecanismo administrativo mediante el cual se registra y acredita a las empresas que cumplen las condiciones establecidas para las MYPE (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2025). Esta verificación se efectuó antes de la incorporación definitiva de cada unidad al marco muestral, mediante el contraste de la información asociada al RUC con la constancia de inscripción correspondiente.

Para la clasificación según el tamaño empresarial, se aplicaron los criterios legales vigentes durante el periodo del estudio. Se consideró microempresa a aquella cuyas ventas anuales no superaban las 150 unidades impositivas tributarias y pequeña empresa a aquella cuyas ventas anuales eran superiores a 150 unidades impositivas tributarias y no excedían las 1 700 unidades impositivas tributarias (Decreto Supremo N.º 013-2013-PRODUCE, 2013). Cuando la documentación registral o la información tributaria disponible no permitía acreditar suficientemente esta clasificación, el establecimiento era excluido del marco muestral. Los establecimientos que no acreditaron su condición de micro o pequeña empresa fueron excluidos.

La depuración se realizó de forma secuencial. Se eliminaron 112 registros duplicados, 102 establecimientos adicionales correspondientes a empresas que figuraban con el mismo RUC, 126 unidades con licencia inactiva o vencida, 54 establecimientos ubicados fuera del distrito, 83 unidades dedicadas a actividades no comerciales, 41 registros con RUC inactivo o condición distinta de habido y 24 establecimientos que no acreditaron su clasificación como micro o pequeña empresa. Después de la depuración, el marco muestral quedó constituido por 8 870 empresas comerciales elegibles. De este total, 8 103 fueron

clasificadas como microempresas, equivalentes al 91,4 %, y 767 como pequeñas empresas, equivalentes al 8,6 %. El proceso de depuración y verificación del marco muestral se presenta en la Tabla 1.

Tabla 1

Proceso de depuración y verificación del marco muestral

Etapas de depuración	Registros excluidos	Registros restantes
Registros iniciales del padrón	—	9 412
Registros duplicados	112	9 300
Establecimientos adicionales con el mismo RUC	102	9 198
Licencias inactivas o vencidas	126	9 072
Establecimientos fuera del distrito	54	9 018
Actividades no comerciales	83	8 935
RUC inactivo o no habido	41	8 894
No acreditaron condición de MYPE	24	8 870
Marco muestral final	—	8 870

Cuando una empresa disponía de más de un establecimiento registrado con el mismo RUC, se conservó una sola unidad para evitar la duplicación de la unidad de análisis. Se priorizó el establecimiento principal consignado en el registro tributario; cuando esta información no permitió distinguirlo, se seleccionó uno mediante procedimiento aleatorio.

Del total de empresas elegibles, 8 103 fueron clasificadas como microempresas (91,4 %) y 767 como pequeñas empresas (8,6 %). La unidad de análisis fue la empresa y la unidad informante fue su propietario o gerente; se aplicó un cuestionario por empresa.

Se incluyeron propietarios o gerentes mayores de 18 años, responsables de empresas dedicadas a actividades comerciales en el distrito de Andahuaylas, con licencia municipal vigente, RUC activo y habido, y condición acreditada de micro o pequeña empresa. Se excluyeron las actividades no comerciales, las empresas ubicadas fuera del ámbito, los registros duplicados, las unidades inactivas, aquellas que no acreditaron los criterios de formalidad o tamaño empresarial y las personas sin funciones de propiedad o dirección.

El tamaño muestral se calculó para población finita mediante $n = \frac{NZ^2pq}{[e^2(N-1) + Z^2pq]}$, con $N=8870$, 95 % de confianza, 5 % de error y máxima variabilidad ($p=q=0,50$). El resultado teórico fue 368,25 y la muestra analítica quedó conformada por 368 participantes.

Se aplicó un muestreo aleatorio simple. A cada uno de los 8 870 registros elegibles se le asignó un número aleatorio mediante Microsoft Excel 2019. Los primeros 368 registros conformaron la lista titular y los siguientes integraron una lista de reserva ordenada aleatoriamente.

Durante el trabajo de campo, 31 establecimientos seleccionados rechazaron participar y 17 no pudieron localizarse después de tres visitas, por lo que 320 unidades de la lista titular completaron el cuestionario. Las 48 incidencias fueron reemplazadas, una por una, siguiendo estrictamente el orden de la lista de reserva: 31 reemplazos correspondieron a rechazos y 17 a unidades no localizadas. Los 48 establecimientos incorporados desde la reserva completaron el cuestionario, con lo cual se obtuvieron 368 cuestionarios.

En total, se activaron 416 registros para obtener los 368 cuestionarios completos. No se excluyeron cuestionarios durante la depuración posterior, por lo que la muestra analítica final estuvo conformada por 368 propietarios o gerentes. La tasa global de respuesta fue de 88,5 %, calculada como el número de cuestionarios completos entre el total de registros activados para el trabajo de campo (368/416). Entre los establecimientos con los que se

logró contacto efectivo, la tasa de cooperación fue de 92,2 % (368/399). El flujo de selección, reemplazo y participación de los establecimientos se presenta en la Tabla 2.

Cuando una empresa tenía más de un establecimiento registrado con el mismo RUC, se conservó una sola unidad para evitar la duplicación de la unidad de análisis. Se priorizó el establecimiento principal consignado en el registro tributario y, cuando no fue posible identificarlo, se seleccionó uno mediante procedimiento aleatorio.

Tabla 2

Flujo de selección, reemplazo y participación de los establecimientos

Etapa	Número
Registros de la lista titular	368
Rechazos	31
Unidades no localizadas después de tres visitas	17
Cuestionarios obtenidos de la lista titular	320
Registros incorporados desde la lista de reserva	48
Cuestionarios completos obtenidos de la reserva	48
Total de registros activados durante el trabajo de campo	416
Cuestionarios excluidos después de la aplicación	0
Muestra analítica final	368
Tasa global de respuesta	88,5 %
Tasa de cooperación entre unidades contactadas	92,2 %

Nota. La tasa global de respuesta se calculó como 368/416. La tasa de cooperación se calculó sobre los 399 establecimientos con contacto efectivo: 368 participantes y 31 rechazos.

Se utilizó el Cuestionario de percepción del entorno empresarial en MYPE comerciales, elaborado para el estudio. Contuvo 29 ítems distribuidos en seis dimensiones y una escala Likert de cinco categorías: 1 = nada, 2 = poco, 3 = moderadamente, 4 = bastante y 5 = mucho. Los puntajes de cada dimensión y el total se obtuvieron mediante suma de ítems; una puntuación mayor indicó mayor intensidad de percepción.

El cuestionario estuvo conformado por 29 ítems distribuidos en seis dimensiones: política (5 ítems), económica (6 ítems), sociocultural (5 ítems), tecnológica (5 ítems), ecológica (4 ítems) y legal (4 ítems), para un total de 29 reactivos. Cada dimensión fue construida a partir de indicadores conceptuales derivados de la revisión de la literatura sobre entorno empresarial y adaptados al contexto de las micro y pequeñas empresas comerciales del distrito de Andahuaylas. Los ítems fueron redactados como afirmaciones y respondidos mediante una escala tipo Likert de cinco categorías: 1 = nada, 2 = poco, 3 = moderadamente, 4 = bastante y 5 = mucho. En todos los casos, una puntuación mayor representa una mayor intensidad de la percepción de la condición evaluada y no implica necesariamente una valoración favorable del entorno empresarial.

La dimensión política evaluó la percepción sobre estabilidad institucional, políticas públicas, apoyo gubernamental, gestión municipal y cambios políticos que pueden afectar el funcionamiento empresarial. La dimensión económica abordó aspectos relacionados con inflación, acceso al financiamiento, comportamiento del mercado, costos de operación, capacidad adquisitiva de los consumidores y disponibilidad de inversión. La dimensión sociocultural comprendió cambios en los hábitos de consumo, preferencias de los clientes, características demográficas y comportamiento social del mercado. La dimensión tecnológica incluyó disponibilidad de tecnologías, acceso a herramientas digitales, innovación, comercio electrónico y actualización tecnológica. La dimensión ecológica consideró aspectos vinculados con las exigencias ambientales, manejo de residuos, uso responsable de recursos y sostenibilidad. Finalmente, la dimensión legal evaluó la

percepción respecto al cumplimiento normativo, fiscalización, trámites administrativos y cambios en la legislación aplicable a las MYPE comerciales.

Tabla 3

Distribución de los ítems por dimensión e indicador del cuestionario

Dimensión	Indicador	Nº de ítems
Política	Estabilidad institucional	2
	Políticas públicas y apoyo institucional	3
Económica	Condiciones macroeconómicas	3
	Mercado y financiamiento	3
Sociocultural	Consumidores y mercado	3
	Cambios demográficos y culturales	2
Tecnológica	Innovación tecnológica	2
	Digitalización empresarial	3
Ecológica	Gestión ambiental	2
	Uso responsable de recursos	2
Legal	Regulación empresarial	2
	Fiscalización y cumplimiento	2

Con fines ilustrativos, se presentan algunos ejemplos representativos de los reactivos utilizados: "Las políticas públicas influyen en el funcionamiento de mi empresa" (dimensión política); "La inflación afecta el desempeño de mi empresa" (dimensión económica); "Los cambios en las preferencias de los consumidores influyen en las ventas de mi empresa" (dimensión sociocultural); "La incorporación de nuevas tecnologías mejora la gestión del negocio" (dimensión tecnológica); "Las normas ambientales influyen en las actividades de mi empresa" (dimensión ecológica); y "Las disposiciones legales afectan el funcionamiento de la empresa" (dimensión legal). El cuestionario completo se presenta en el Anexo 1.

El instrumento no incluyó reactivos formulados en sentido inverso; por tanto, no fue necesario realizar procesos de recodificación antes del cálculo de las puntuaciones.

Los niveles bajo, medio y alto se establecieron convencionalmente a partir del rango teórico de puntuaciones posibles de cada dimensión, y no mediante percentiles calculados con la muestra. Debido a que cada ítem presentó cinco categorías de respuesta, con valores entre 1 y 5, la puntuación mínima de cada dimensión se obtuvo multiplicando el número de ítems por 1, mientras que la puntuación máxima se calculó multiplicando el número de ítems por 5.

Para determinar los puntos de corte se emplearon las expresiones $c1 = X_{min} + [(X_{max} - X_{min}) / 3]$ y $c2 = X_{min} + [2(X_{max} - X_{min}) / 3]$, donde $[]$ representa la parte entera inferior. El nivel bajo comprendió las puntuaciones entre X_{min} y $c1$; el nivel medio, entre $c1+1$ y $c2$; y el nivel alto, entre $c2+1$ y X_{max} .

Por ejemplo, la dimensión ecológica estuvo conformada por cuatro ítems, por lo que su puntuación teórica osciló entre 4 y 20 puntos. El primer punto de corte fue $c1 = 4 + [(20 - 4) / 3] = 9$, mientras que el segundo fue $c2 = 4 + [2(20 - 4) / 3] = 14$. En consecuencia, se establecieron los niveles bajo de 4 a 9 puntos, medio de 10 a 14 y alto de 15 a 20.

Debido a que las puntuaciones posibles son números enteros y el número de valores del rango no siempre puede distribuirse exactamente en tres partes iguales, los intervalos no poseen necesariamente la misma amplitud. Las diferencias entre ellos no superaron una puntuación. Por tanto, la clasificación tiene carácter convencional y exclusivamente descriptivo; no corresponde a puntos de corte normativos, diagnósticos ni validados empíricamente. La estructura del instrumento y los puntos de corte convencionales calculados para cada dimensión se presentan en la Tabla 3.

Tabla 4

Estructura del instrumento y puntos de corte convencionales

Dimensión	Ítems	Mínimo	Máximo	(c_1)	(c_2)	Bajo	Medio	Alto
Política	5	5	25	11	18	5–11	12–18	19–25
Económica	6	6	30	14	22	6–14	15–22	23–30
Sociocultural	5	5	25	11	18	5–11	12–18	19–25
Tecnológica	5	5	25	11	18	5–11	12–18	19–25
Ecológica	4	4	20	9	14	4–9	10–14	15–20
Legal	4	4	20	9	14	4–9	10–14	15–20

Nota. Los puntos de corte corresponden a la partición del rango teórico de cada escala en tres intervalos contiguos de amplitud aproximadamente equivalente.

La validez de contenido fue evaluada por cinco expertos mediante los criterios de pertinencia, claridad, coherencia y suficiencia; la V de Aiken global fue de 0,92, con valores por ítem entre 0,80 y 1,00. Una prueba piloto con 30 responsables de MYPE de San Jerónimo permitió ajustar cuatro enunciados. La consistencia interna se calculó separadamente para cada dimensión: política, $\alpha = 0,79$; económica, $\alpha = 0,84$; sociocultural, $\alpha = 0,78$; tecnológica, $\alpha = 0,82$; ecológica, $\alpha = 0,76$; y legal, $\alpha = 0,80$.

Se utilizó el Cuestionario de percepción del entorno empresarial en MYPE comerciales, elaborado para el estudio. Contuvo 29 ítems distribuidos en seis dimensiones y una escala Likert de cinco categorías: 1 = nada, 2 = poco, 3 = moderadamente, 4 = bastante y 5 = mucho. Los puntajes de cada dimensión se obtuvieron mediante la suma de sus ítems; una puntuación mayor indicó mayor intensidad de percepción. No se calculó ni interpretó un puntaje total o de percepción general, debido a que el estudio no evaluó la estructura factorial interna del instrumento.

De los 368 cuestionarios recibidos, 351 no presentaron respuestas faltantes y 17 tuvieron al menos una omisión. Doce cuestionarios presentaron entre una y dos omisiones, que representaron 15 valores faltantes, mientras que cinco cuestionarios registraron entre tres y cinco omisiones, correspondientes a 18 valores faltantes. En total, se imputaron 33 respuestas, equivalentes al 0,31 % de los 10 672 datos posibles del instrumento. Ningún cuestionario presentó seis o más omisiones ni dos o más respuestas faltantes dentro de una misma dimensión; por ello, no se excluyeron casos y la base analítica final quedó conformada por 368 participantes. El tratamiento de los datos faltantes se presenta en la Tabla 4.

Tabla 5

Distribución y tratamiento de los datos faltantes

Situación	Cuestionarios, n	Valores faltantes, n	Decisión
Sin respuestas faltantes	351	0	Conservados
Entre 1 y 2 omisiones	12	15	Imputados
Entre 3 y 5 omisiones	5	18	Imputados
Seis o más omisiones	0	0	Ningún caso
Dos o más omisiones en una misma dimensión	0	0	Ningún caso
Total con imputación	17	33	Conservados
Casos excluidos	0	—	Ninguno
Base analítica final	368	—	Analizada

Nota. Los valores faltantes se imputaron mediante la mediana del ítem correspondiente.

Antes de cada aplicación se explicó el propósito académico, la voluntariedad, la confidencialidad y la posibilidad de retirarse sin consecuencias. Los cuestionarios se revisaron al finalizar cada jornada para detectar omisiones o inconsistencias. La base fue registrada inicialmente en Microsoft Excel 2019 y posteriormente importada a SPSS. La depuración comprendió verificación de rangos, búsqueda de duplicados y control de datos faltantes. Estas medidas redujeron errores de digitación y permitieron conservar una base analítica consistente, aunque no eliminan los posibles sesgos propios de las respuestas autoinformadas.

Después de la depuración y la imputación de los valores faltantes, los datos se procesaron en IBM SPSS Statistics 26 mediante frecuencias y porcentajes para los niveles bajo, medio y alto. Adicionalmente, para el total de la muestra conformada por 368 participantes, se calcularon la media, la desviación estándar, la mediana, el rango intercuartílico y los valores mínimo y máximo observados de cada una de las seis dimensiones. Las características categóricas de los participantes y de las empresas se resumieron mediante frecuencias absolutas y porcentajes, mientras que las variables cuantitativas se describieron mediante la media, la desviación estándar, la mediana, el rango intercuartílico y los valores mínimo y máximo. Como análisis de sensibilidad temporal, la base se segmentó según los tres subperiodos previamente definidos: mayo–octubre de 2024, noviembre de 2024–abril de 2025 y mayo–octubre de 2025. Para cada subperiodo se calcularon el número y porcentaje de encuestas aplicadas, así como la media, desviación estándar, mediana y rango intercuartílico de las seis dimensiones, con el propósito de identificar posibles variaciones descriptivas durante los 18 meses de recolección. No se aplicaron pruebas de comparación inferencial, correlación, regresión ni significación, porque el objetivo del estudio fue descriptivo. El protocolo de investigación fue evaluado y aprobado por el Comité de Ética de Investigación de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, mediante el Acta de aprobación ética N.º 017-2024-CEI/UNISCJSA, emitida el 15 de abril de 2024. Antes de la aplicación del cuestionario, los propietarios o gerentes recibieron información sobre el propósito académico del estudio, los procedimientos, el carácter voluntario de su participación, la confidencialidad de la información y su derecho a retirarse en cualquier momento sin consecuencias. El consentimiento informado se obtuvo de forma escrita antes del inicio de la encuesta.

Para proteger el anonimato, los cuestionarios fueron identificados mediante códigos alfanuméricos y no incluyeron nombres, números de documento de identidad, teléfonos ni correos electrónicos de los participantes. La información administrativa utilizada para seleccionar los establecimientos, incluido el RUC, se conservó separada de la base de respuestas y no fue incorporada al archivo analítico. Los cuestionarios físicos se almacenaron en un espacio de acceso restringido y la base digital fue protegida mediante contraseña, con acceso exclusivo para los investigadores. Los resultados se presentaron de manera agregada, de modo que no fuera posible identificar a los participantes ni a las empresas. Los autores declararon ausencia de conflictos de interés.

RESULTADOS

La Tabla 5 presenta las principales características de los 368 propietarios o gerentes participantes y de las empresas comerciales incluidas en el estudio. La información se obtuvo de la ficha de caracterización aplicada durante la recolección de datos. Las variables categóricas se resumen mediante frecuencias absolutas y porcentajes, mientras que las variables cuantitativas se describen mediante la media, desviación estándar, mediana, rango intercuartílico y valores mínimo y máximo.

Tabla 6

Características de los participantes y de las empresas, N = 368

Característica	Categoría o estadístico	n (%) o valor
Características de los participantes		
Sexo	Mujer	205 (55,7 %)
	Hombre	163 (44,3 %)
Edad, años	Media (DE)	39,8 (10,9)
	Mediana [RIC]	39 [31–47]
	Mínimo–máximo	19–68
Función desempeñada	Propietario	286 (77,7 %)
	Gerente o administrador	82 (22,3 %)
Nivel educativo	Primaria	19 (5,2 %)
	Secundaria	154 (41,8 %)
	Formación técnica	109 (29,6 %)
	Formación universitaria	86 (23,4 %)
Características de las empresas		
Tamaño empresarial	Microempresa	336 (91,3 %)
	Pequeña empresa	32 (8,7 %)
Antigüedad, años	Media (DE)	8,7 (6,3)
	Mediana [RIC]	7 [4–12]
	Mínimo–máximo	1–32
Número de trabajadores	De 1 a 5	319 (86,7 %)
	De 6 a 10	35 (9,5 %)
	Más de 10	14 (3,8 %)
Actividad comercial principal	Alimentos y bebidas	104 (28,3 %)
	Textiles, prendas y calzado	82 (22,3 %)
	Ferretería y artículos para el hogar	67 (18,2 %)
	Farmacia y cuidado personal	45 (12,2 %)
	Otros rubros comerciales	70 (19,0 %)

La muestra estuvo conformada por 205 mujeres (55,7 %) y 163 hombres (44,3 %), con una edad media de 39,8 años (DE = 10,9) y una mediana de 39 años. La mayoría de los informantes fueron propietarios de los establecimientos (77,7 %), mientras que el 22,3 % se desempeñaba como gerente o administrador. Respecto al nivel educativo, predominaron la educación secundaria (41,8 %) y la formación técnica (29,6 %).

En relación con las empresas, 336 fueron microempresas (91,3 %) y 32 pequeñas empresas (8,7 %). La antigüedad media fue de 8,7 años (DE = 6,3), con una mediana de siete años. La mayoría de los establecimientos contaba con uno a cinco trabajadores (86,7 %). Las actividades comerciales más frecuentes fueron alimentos y bebidas (28,3 %), textiles, prendas y calzado (22,3 %) y ferretería y artículos para el hogar (18,2 %).

La Tabla 6 presenta los estadísticos descriptivos globales de las seis dimensiones del entorno empresarial, calculados directamente a partir de la base depurada de los 368 participantes. Para cada dimensión se presentan la media, desviación estándar, mediana, rango intercuartílico y los valores mínimo y máximo observados.

Tabla 7

Estadísticos descriptivos globales de las dimensiones del entorno empresarial, N = 368

Dimensión	Media	DE	Mediana	RIC [Q1–Q3]	Mínimo	Máximo
Política	19,3	3,1	20	17–22	8	25
Económica	24,6	3,4	25	22–27	11	30

Sociocultural	18,8	3,4	19	16–21	7	25
Tecnológica	19,7	3,1	20	17–22	9	25
Ecológica	14,6	2,8	15	12–17	6	20
Legal	15,8	2,5	16	14–18	6	20

Nota. DE = desviación estándar; RIC = rango intercuartílico; Q1 = primer cuartil; Q3 = tercer cuartil. Los valores mínimo y máximo corresponden a las puntuaciones efectivamente observadas en la muestra. Una puntuación mayor expresa mayor intensidad percibida, no necesariamente una valoración favorable del entorno.

La dimensión económica presentó una media de 24,6 puntos (DE = 3,4), con una mediana de 25 y un rango intercuartílico de 22 a 27 puntos. Entre las dimensiones integradas por cinco ítems, la tecnológica registró la media más alta (M = 19,7; DE = 3,1), seguida por la política (M = 19,3; DE = 3,1) y la sociocultural (M = 18,8; DE = 3,4). Entre las dimensiones conformadas por cuatro ítems, la legal alcanzó una media de 15,8 puntos (DE = 2,5) y la ecológica una media de 14,6 puntos (DE = 2,8).

Estas diferencias se presentan de manera exclusivamente descriptiva. Las puntuaciones brutas no deben compararse directamente entre todas las dimensiones, debido a que contienen diferente número de ítems y, por consiguiente, poseen distintos rangos teóricos.

La distribución de los 368 casos válidos según los niveles bajo, medio y alto de las seis dimensiones se presenta en la Tabla 7. La dimensión económica registró la mayor proporción en el nivel alto (74,7 %), seguida por la legal (70,1 %), tecnológica (65,2 %) y política (62,2 %). Las dimensiones sociocultural y ecológica mostraron una distribución más equilibrada entre los niveles medio y alto.

Tabla 8
Niveles de percepción por dimensiones

Escala	Baja, f (%)	Media, f (%)	Alta, f (%)	Total
Política	14 (3,8 %)	125 (34,0 %)	229 (62,2 %)	368
Económica	5 (1,4 %)	88 (23,9 %)	275 (74,7 %)	368
Sociocultural	21 (5,7 %)	148 (40,2 %)	199 (54,1 %)	368
Tecnológica	14 (3,8 %)	114 (31,0 %)	240 (65,2 %)	368
Ecológica	22 (6,0 %)	148 (40,2 %)	198 (53,8 %)	368
Legal	11 (3,0 %)	99 (26,9 %)	258 (70,1 %)	368

Nota. f = frecuencia absoluta; porcentajes calculados sobre N = 368. La ordenación es descriptiva y no representa diferencias estadísticamente contrastadas.

En las seis dimensiones, las proporciones del nivel bajo fueron reducidas y oscilaron entre 1,4 % y 6,0 %. Las mayores proporciones del nivel medio correspondieron a las dimensiones sociocultural y ecológica, ambas con 40,2 %. La comparación visual entre porcentajes se utiliza únicamente para ordenar las distribuciones observadas; no se realizaron pruebas que permitan afirmar diferencias significativas entre dimensiones.

La aplicación de los cuestionarios se distribuyó en tres subperiodos consecutivos de seis meses. Durante mayo–octubre de 2024 se aplicaron 124 cuestionarios (33,7 %); entre noviembre de 2024 y abril de 2025 se aplicaron 121 (32,9 %); y durante mayo–octubre de 2025 se aplicaron 123 (33,4 %). La distribución de las encuestas y la comparación descriptiva de las dimensiones por subperiodo se presentan en la Tabla 8.

Tabla 9

Distribución de encuestas y comparación descriptiva de las dimensiones por subperiodo

Dimensión	Periodo 1: mayo–octubre de 2024, n = 124	Periodo 2: noviembre de 2024–abril de 2025, n = 121	Periodo 3: mayo–octubre de 2025, n = 123	Diferencia máxima entre medias
Política	19,3 (3,2); 20 [17–22]	19,1 (3,1); 19 [17–22]	19,4 (3,0); 20 [18–22]	0,3
Económica	24,6 (3,4); 25 [22–27]	24,3 (3,6); 24 [22–27]	24,8 (3,3); 25 [23–27]	0,5
Sociocultural	18,8 (3,5); 19 [16–21]	18,6 (3,4); 19 [16–21]	18,9 (3,3); 19 [17–21]	0,3
Tecnológica	19,7 (3,1); 20 [17–22]	19,5 (3,3); 20 [17–22]	19,9 (3,0); 20 [18–22]	0,4
Ecológica	14,6 (2,8); 15 [12–17]	14,4 (2,9); 14 [12–17]	14,7 (2,7); 15 [13–17]	0,3
Legal	15,8 (2,5); 16 [14–18]	15,6 (2,7); 16 [13–18]	15,9 (2,4); 16 [14–18]	0,3

La comparación descriptiva por subperiodos mostró variaciones reducidas en las puntuaciones de las seis dimensiones. Las diferencias máximas entre las medias de los tres periodos oscilaron entre 0,3 y 0,5 puntos. La dimensión económica presentó la mayor diferencia descriptiva, con medias de 24,6, 24,3 y 24,8 puntos, respectivamente, lo que representó una variación máxima de 0,5 puntos. La dimensión tecnológica registró una diferencia máxima de 0,4 puntos, mientras que las dimensiones política, sociocultural, ecológica y legal presentaron diferencias de 0,3 puntos.

Las medianas se mantuvieron iguales o variaron como máximo en un punto y los rangos intercuartílicos mostraron una superposición amplia entre los tres subperiodos. En conjunto, estos resultados sugieren estabilidad descriptiva de las puntuaciones durante los 18 meses de recolección. No obstante, dado el diseño no experimental y el carácter exclusivamente descriptivo del análisis, las pequeñas variaciones observadas no permiten establecer efectos temporales ni atribuirlos a cambios económicos, políticos o regulatorios específicos.

DISCUSIÓN

Los resultados mostraron un predominio del nivel alto en las dimensiones económica, legal, tecnológica y política, mientras que las dimensiones sociocultural y ecológica presentaron distribuciones más equilibradas entre los niveles medio y alto. Estas categorías expresan la intensidad con que los propietarios y gerentes reconocieron las condiciones externas incluidas en cada dimensión, pero no significan que el entorno haya sido considerado favorable, eficiente o propicio. Una condición puede percibirse intensamente tanto como una oportunidad cuanto como una restricción. Esta interpretación es coherente con la teoría institucional, que sitúa la actividad económica dentro de reglas, prácticas y mecanismos de aplicación que estructuran los incentivos (North, 1990; Scott, 2014).

El predominio de niveles altos en varias dimensiones también puede interpretarse desde la naturaleza territorial del entorno. Instituciones, infraestructura, financiamiento, redes y demanda se configuran de manera específica en cada localidad (Stam & van de Ven, 2021). Andahuaylas articula mercados urbanos y rurales y opera a distancia de los principales centros económicos, por lo que la conectividad, la presencia institucional y las prácticas de consumo adquieren rasgos propios. La alta percepción simultánea de varias

dimensiones es compatible con esa configuración, aunque no demuestra que se relacionen estadísticamente ni que una explique a otra.

La pertinencia del análisis territorial también se relaciona con la estructura económica regional. El V Censo Nacional Económico registró una participación importante del comercio entre los establecimientos privados de Apurímac y una concentración relevante de unidades en la provincia de Andahuaylas (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2023). Esta configuración justifica centrar el estudio en MYPE comerciales, pero no autoriza generalizar los porcentajes a toda la región, a actividades productivas distintas ni a negocios informales. Las diferencias de conectividad, regulación y composición sectorial limitan la comparación directa con otros territorios.

La dimensión económica ocupó la primera posición. Precios, costos, demanda, crédito y tasas de interés mantienen una relación inmediata con el capital de trabajo y la reposición de inventarios, lo que puede aumentar su visibilidad para los comerciantes. La literatura señala que las pequeñas empresas enfrentan costos financieros elevados y exigencias de garantía, especialmente cuando poseen escaso historial crediticio (OECD, 2024, 2025). Sin embargo, el diseño no permite identificar qué componente económico explicó la puntuación de cada participante.

La dimensión legal presentó la segunda mayor proporción en el nivel alto. Los negocios formales están expuestos a tributación, licencias, fiscalización y procedimientos administrativos; la experiencia regulatoria depende tanto de la norma como de los servicios y la eficiencia operativa para cumplirla (World Bank, 2025). Por tanto, el resultado expresa relevancia percibida, pero no permite establecer si los requisitos fueron considerados justos, sencillos o excesivos.

Las dimensiones tecnológica y política también concentraron respuestas altas. La primera refleja la presencia creciente de medios de pago, redes sociales, ventas virtuales e inventarios digitales; reconocer su importancia no equivale a disponer de equipos, conectividad o competencias avanzadas. La evidencia latinoamericana relaciona la madurez digital con experiencia, formación y capacidades organizacionales (Gonzalez-Tamayo et al., 2023; Melo et al., 2023). En el caso político, la puntuación puede asociarse con la visibilidad de decisiones gubernamentales, estabilidad de reglas y programas públicos, sin constituir una evaluación objetiva de la gestión institucional.

En las MYPE peruanas, el uso de ventas por internet depende de preparación digital, acceso a mercados y estrategias de entrega (Ortiz-Chávez et al., 2024). Esta evidencia ayuda a contextualizar la relevancia tecnológica, pero los datos del estudio no identifican las herramientas utilizadas ni su frecuencia de uso. De forma semejante, la dimensión política recoge la atención atribuida a decisiones y programas públicos, no la aprobación de las autoridades. La distinción entre presencia percibida y evaluación favorable evita sobreinterpretar los porcentajes altos.

Las dimensiones sociocultural y ecológica mostraron mayor equilibrio entre los niveles medio y alto. Los hábitos de compra y las preferencias pueden variar por rubro, ubicación y segmento atendido. De modo semejante, el manejo de residuos y las exigencias ambientales poseen distinta visibilidad según la actividad comercial. El cuestionario no midió cambios efectivos en productos, prácticas de atención, reciclaje ni cumplimiento ambiental; por ello, las proporciones deben interpretarse como valoraciones declaradas.

Los hallazgos ofrecen una línea de base territorial para orientar diagnósticos sobre crédito, costos, trámites, conectividad, habilidades digitales, hábitos de consumo y gestión ambiental. No demuestran que una intervención específica produzca mejoras. Además, deben considerarse el autorreporte, la delimitación a MYPE formales del distrito, la posible no respuesta diferencial y el levantamiento entre mayo de 2024 y octubre de 2025. Debido

a que el trabajo de campo se desarrolló entre mayo de 2024 y octubre de 2025, se efectuó una comparación descriptiva mediante tres subperiodos consecutivos de seis meses. Las diferencias máximas entre las medias fueron reducidas y oscilaron entre 0,3 y 0,5 puntos, mientras que las medianas y los rangos intercuartílicos mostraron una amplia superposición. Este patrón sugiere que las puntuaciones de las seis dimensiones mantuvieron una estabilidad descriptiva general durante la recolección.

Sin embargo, esta comparación no controla los acontecimientos económicos, políticos, regulatorios o tecnológicos que pudieron producirse entre los subperiodos. Tampoco permite atribuir las pequeñas variaciones observadas al transcurso del tiempo, debido al diseño no experimental y a la ausencia de mediciones repetidas en las mismas empresas. En consecuencia, los resultados agregados deben interpretarse como una caracterización del periodo comprendido entre mayo de 2024 y octubre de 2025, y no como la descripción de una coyuntura correspondiente a un único momento calendario.

En el plano práctico, las dimensiones económica y legal pueden orientar estudios específicos sobre costos, crédito, tributación, licencias y tiempos de trámite. La dimensión tecnológica sugiere examinar conectividad, competencias digitales, medios de pago y canales de venta; las dimensiones sociocultural y ecológica requieren información sobre cambios en la demanda, relaciones con clientes, manejo de residuos y conocimiento de obligaciones ambientales. Estas prioridades no constituyen evidencia de efectividad de programas: el diseño de intervenciones exige combinar percepciones con indicadores administrativos, financieros y productivos.

Las investigaciones futuras podrían registrar la fecha exacta de aplicación y comparar subperiodos, rubros y tamaños empresariales; integrar indicadores de ventas, empleo, rentabilidad, formalización y acceso al crédito; y aplicar diseños longitudinales o mixtos. También resulta necesario evaluar la estructura factorial del cuestionario y confirmar la estabilidad de sus puntos de corte en nuevas muestras. Estas acciones permitirían distinguir cambios temporales, explorar asociaciones y contrastar la percepción con condiciones objetivas sin atribuir al presente estudio un alcance que no posee.

CONCLUSIONES

El estudio describió la percepción de las dimensiones política, económica, sociocultural, tecnológica, ecológica y legal del entorno empresarial en 368 MYPE comerciales de Andahuaylas. La dimensión económica presentó la mayor proporción en el nivel alto, seguida por la legal, tecnológica y política. Las dimensiones sociocultural y ecológica mostraron distribuciones más próximas entre los niveles medio y alto. Estos resultados expresan la intensidad con que los participantes reconocieron las condiciones incluidas en cada dimensión y no su favorabilidad objetiva.

La evidencia obtenida constituye una línea de base perceptual circunscrita a MYPE comerciales formales del distrito y al periodo de recolección. Estudios posteriores deberían comparar rubros y momentos temporales, integrar indicadores objetivos de crédito, ventas, productividad y trámites, y evaluar la estructura factorial del instrumento. El alcance descriptivo impide establecer asociaciones entre dimensiones o efectos sobre el desempeño empresarial. La comparación descriptiva por subperiodos mostró variaciones reducidas en las puntuaciones de las dimensiones; sin embargo, el diseño no permite atribuir este patrón a una estabilidad objetiva del entorno empresarial ni descartar completamente la influencia de cambios ocurridos durante los 18 meses de recolección.

REFERENCIAS

- Decreto Supremo N.º 013-2013-PRODUCE. (2013, 28 de diciembre). *Aprueban Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial*. Diario Oficial El Peruano. <https://busquedas.elperuano.pe/dispositivo/NL/1033071-5>
- Gonzalez-Tamayo, L. A., Maheshwari, G., Bonomo-Odizzio, A., Herrera-Avilés, M., & Krauss-Delorme, C. (2023). Factors influencing small and medium size enterprises development and digital maturity in Latin America. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(2), 100069. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100069>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2023). *Apurímac: Principales características de los establecimientos censados. V Censo Nacional Económico 2022*. Instituto Nacional de Estadística e Informática. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1924/Libro03.pdf
- Leendertse, J., Schrijvers, M., & Stam, E. (2022). Measure twice, cut once: Entrepreneurial ecosystem metrics. *Research Policy*, 51(9), 104336. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2021.104336>
- Melo, I. C., Queiroz, G. A., Alves Junior, P. N., de Sousa, T. B., Yushimito, W. F., & Pereira, J. (2023). Sustainable digital transformation in small and medium enterprises (SMEs): A review on performance. *Heliyon*, 9(3), e13908. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13908>
- Ministerio de la Producción. (2025, mayo 17). *PRODUCE: Perú cerró el 2024 con 2.34 millones de empresas formales*. Gobierno del Perú. <https://www.gob.pe/institucion/produce/noticias/1168972-produce-peru-cerro-el-2024-con-2-34-millones-de-empresas-formales>
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2025, 28 de marzo). *Registro de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE)*. Plataforma del Estado Peruano. <https://www.gob.pe/institucion/mtpe/pages/279-registro-de-la-micro-y-pequena-empresa-remype>
- Mitchell, R. K., Busenitz, L., Lant, T., McDougall, P. P., Morse, E. A., & Smith, J. B. (2002). Toward a theory of entrepreneurial cognition: Rethinking the people side of entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 93-104. <https://doi.org/10.1111/1540-8520.00001>
- North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511808678>
- OECD. (2024). *Financing SMEs and entrepreneurs 2024: An OECD scoreboard*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/fa521246-en>
- OECD. (2025). *OECD economic surveys: Peru 2025*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/76f6eb73-en>
- OECD, CAF Development Bank of Latin America and the Caribbean, Economic Commission for Latin America and the Caribbean, & European Commission. (2024). *Latin American economic outlook 2024: Financing sustainable development*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/60523697-en>
- OECD, CAF Development Bank of Latin America and the Caribbean, & Latin American and Caribbean Economic System. (2024). *SME policy index: Latin America and the Caribbean 2024: Towards an inclusive, resilient and sustainable recovery*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/ba028c1d-en>

- Ortiz-Chávez, M. A., Mendoza-Pumapillo, J. E., Dilas-Jiménez, J. O., & Mugruza-Vassallo, C. A. (2024). E-commerce of Peruvian SMEs: Determinants of internet sales before and during COVID-19. *Heliyon*, 10(23), e40331. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e40331>
- Patiño, A., Cabello, S. M., Ros Rooney, D., & Urtasun, M. (2025). *Transformación digital productiva: Análisis de políticas, estrategias e instrumentos para impulsarla en América Latina* [LC/TS.2025/97]. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/84408-transformacion-digital-productiva-analisis-politicas-estrategias-instrumentos>
- Scott, W. R. (2014). *Institutions and organizations: Ideas, interests, and identities* (4.^a ed.). SAGE Publications.
- Silupu, B., Usero, B., & Montoro-Sánchez, Á. (2022). The transition toward the business formality of the Peruvian MSEs: How does the perception of entrepreneurs and the sector influence? *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 35(1), 100-114. <https://doi.org/10.1108/ARLA-05-2021-0106>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (s. f.-a). *Condiciones del domicilio fiscal*. Orientación SUNAT. <https://orientacion.sunat.gob.pe/11-condiciones-del-domicilio-fiscal>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (s. f.-b). *Estados del RUC*. Orientación SUNAT. <https://orientacion.sunat.gob.pe/10-estados-del-ruc>
- Stam, E., & van de Ven, A. (2021). Entrepreneurial ecosystem elements. *Small Business Economics*, 56(2), 809-832. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00270-6>
- Weick, K. E. (1995). *Sensemaking in organizations*. SAGE Publications.
- World Bank. (2025). *Business Ready 2025*. World Bank. <https://www.worldbank.org/en/businessready/publications>
- Wurth, B., Stam, E., & Spigel, B. (2022). Toward an entrepreneurial ecosystem research program. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 46(3), 729-778. <https://doi.org/10.1177/1042258721998948>