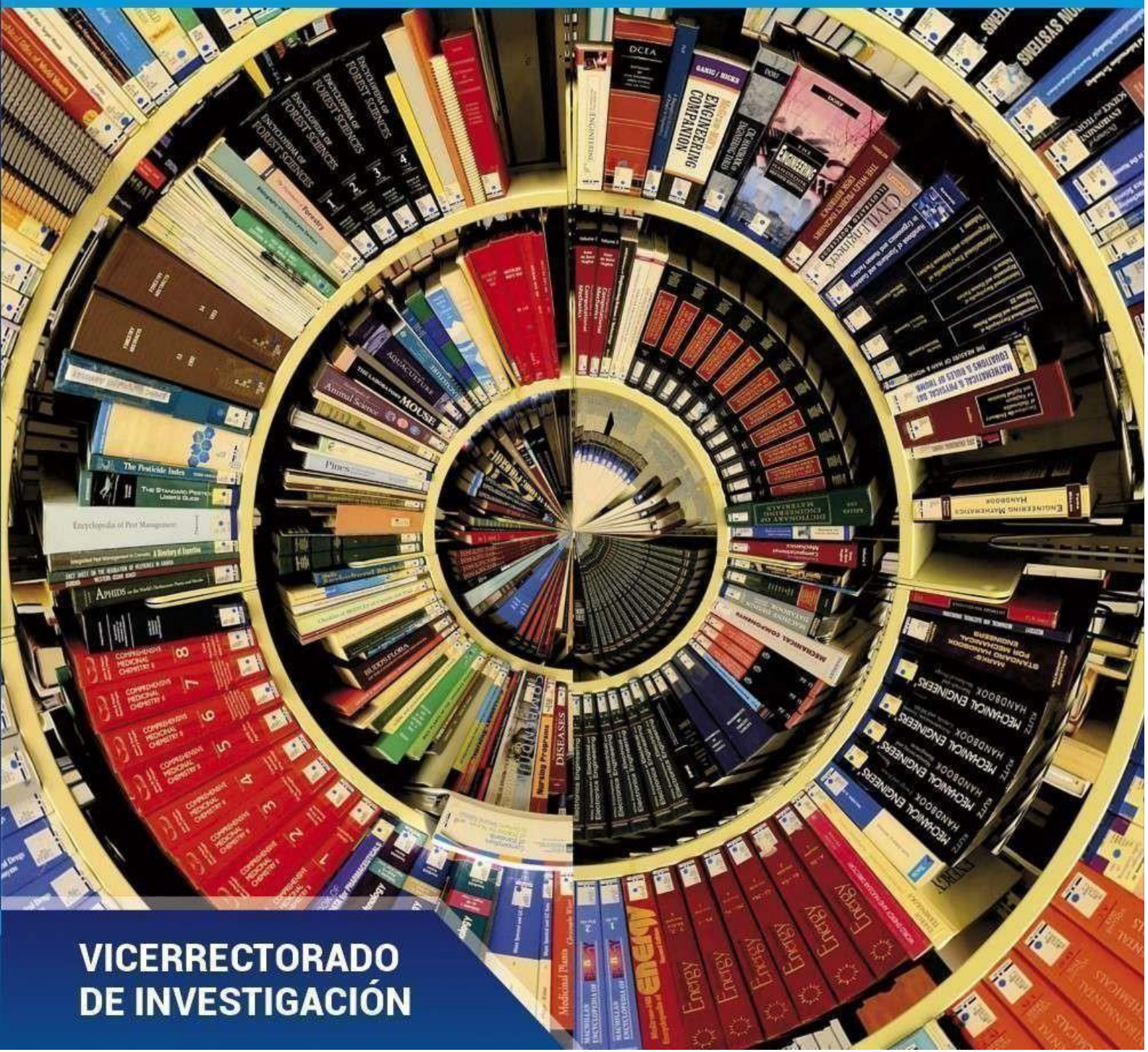


REVISTA CIENTÍFICA **YACHAQ**



REVISTA CIENTÍFICA
YACHAQ

Vol. 7 N° 2, julio - diciembre, 2024

©Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI
Fondo Editorial
Campus universitario, Panamericana Norte km. 555, Moche –Perú
Teléfono N° 044 607430
www.uct.edu.pe

Carátula: Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas
Diagramación: Abg. Carlos Enrique Castillo Castro

Yachaq Revista Científica de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI
Vol. 7 N°2, julio - diciembre, 2024.
Trujillo, Perú
Título abreviado: YACHAQ
<http://revista.uct.pe/index.php/yachaq>
Correo electrónico: revistayachaq@uct.edu.pe
ISSN-L: 2663-4255
Trujillo, Perú
Revista de Investigación Científica.
Área: Ciencias Sociales
Revista arbitrada: pares externos
Periodicidad: semestral
YACHAQ, revista científica de la UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLOBENEDICTO XVI se distribuye bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional.



La Universidad autoriza la reproducción de los trabajos de este número, siempre que se identifique su procedencia.

Los artículos que aparecen en esta revista científica expresan las opiniones personales de sus autores.

FONDO EDITORIAL. Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI.

Autoridades

Excmo. Mons. Dr. Héctor Miguel Cabrejos Vidarte, O.F.M.

Arzobispo Metropolitano de Trujillo

Fundador y Gran Canciller de la Universidad

Católica de Trujillo Benedicto XVI

Dra. Mariana Silva Balarezo

Rectora

de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI

Dr. Winston Rolando Reaño Portal

Director de la Escuela de Posgrado

Dra. Ena Obando Peralta

Vicerrectora de Investigación

Dra. Teresa Sofía Reategui Marin

Secretaria General

YACHAQ

Revista científica de la Universidad Católica de TrujilloBenedicto
XVI

Vol. 7 N°2, julio - diciembre, 2024
Trujillo, Perú

DIRECTOR Y EDITOR

Abg. Carlos Enrique Castillo Castro

Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI (Perú)
castilloc@uct.edu.pe

COMITÉ EDITORIAL

Dr. Avid Román Gonzales, PhD

Universidad de Ciencias y Humanidades (Perú)
avid.roman-gonzalez@ieee.org

Dra. Vania E. Schneiderl, PhD

Universidade de Caxias Do Sul. (Brasil)
veschnei@ucs.br

Dr. Olea Pelayo Munhoz

University of Caxias Do Sul. (Brasil)
pmolea@ucs.br

Dr. Carlos Alfredo Cerna Muñoz

Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI (Perú)
c.cerna@uct.edu.pe

Mg. Isabel Díaz de Campechano

Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI (Perú)
i.diaz@uct.edu.pe

Dr. Raúl Benito Siche Jara, PhD.

Universidad Nacional de Trujillo (Perú),
rsiche@unitru.edu.pe

**COMITÉ CIENTIFICO DE LA
REVISTA YACHAQ**

Dr. Raúl Benito Siche Jara, PhD.

Universidad Nacional de Trujillo (Perú),
rsiche@unitru.edu.pe

Dr. Atsushi Yamamoto, PhD Universidad
Yamagata (Japón),
llamamoto@human.kj.yamagata-u.ac.jp

Dr. Yji Seki, PhD

Universidad de Osaka (Japón),
sekito@idc.minpaku.ac.jp

R.P. DR. Jhon Joseph Lydon Mc. Hugh

Universidad Católica de Trujillo Benedicto
XVI. (Perú)
jjlydon@uct.edu.pe

Dr. Paulo Fossatti

Universidade de La Salle (Brasil)
reitoria@unilasle.edu.br

Dra. Susana Rocca

Universidad Do Vale Do Rio Do Sinos
(Uruguay),
SRocca@unisinos.br

Dra. Nilda Stecanela, PhD

Universidade de Caxias Do Sul (Brasil)
nstecane@ucs.br

Dra. Patrícia Kayser Vargas Mangan

Universidade Lasalle (Brasil),
patricia.mangan@unilasalle.edu.br

Dra. Gaby Esther Chunga Pingo

Universidad Católica de Trujillo Benedicto
XVI (Perú)
sabersaber@hotmail.com

Dra. Clara Elizabeth Ugaz Barrantes

Universidad Privada del Norte (Perú)
lizugazbarrantes@gmail.com

Dra. Tatiana Quarti Irigaray

Pontificia Universidad Católica Do Río Do
Sul (Brasil),
tatiana.irigaray@pucrs.br

Dr. Diego Piazza

Universidade de Caxias do Sul (Brasil),
dpiazza1@ucs.br

Dr. Lademir Luiz Beal

University Of Caxias Do Sul (Brasil),
lbeal@ucs.br

Dr. Valentín Paredes Oliva

Universidad Nacional de Cajamarca
(Perú),
valentinparedes@yahoo.es

Dr. Ambrocio Teodoro Esteves

Pairazamán, Universidad Autónoma Lima
Perú
diosteama774@hotmail.com

Dr. Miguel Núñez del Prado Cortez

Universidad del Pacífico (Perú),
m.nunezdelprado@up.edu.pe

Ms. Ronal Elvis Suárez Quiroz Universidad

Católica de Trujillo BenedictoXVI (Perú),
ronalsuarez@gmail.com

Ms. Victor Jiménez Ubillus

Universidad Católica de Trujillo Benedicto
XVI (Perú),
v.jimenez@uct.edu.pe

Ms. Luis Orlando Miranda Díaz

Director del Colegio Nacional Andrés
Belaunde - Trujillo (Perú),
lormidiaz2004@yahoo.es

Contenido

ARTÍCULOS DE INVESTIGACIÓN

- 08 **INTELIGENCIA EMOCIONAL EN UNIVERSITARIOS: REVISIÓN SISTEMÁTICA**
Emotional intelligence in Universities: Systematic review
- 22 **EFICIENCIA DEL GASTO PÚBLICO SOCIAL EN EL ACCESO AL AGUA Y SANEAMIENTO EN EL ÁMBITO RURAL, PERÚ 2010-2022**
Efficiency of social public expenditure on Access to wáter and sanititation in the rural área, Peru 2010-2022
- 36 **EFFECTOS DEL USO DE VIDEOJUEGOS EN ADOLESCENTES: UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA**
Effects of video game use on adolescents : A systemic review
- 50 **MARKETING RELATIONAL Y CALIDAD DE SERVICIO EN UNA EMPRESA EN UNA DE TRANSPORTES DE SERVICIO DE TAXY EN LA CIUDAD DE AYACUCHO**
Relational Marketing and service quality in a taxy service transportation company in the city of Ayacucho
- 65 **MARKETING DIGITAL Y POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES SERVICIOS GENERALES Y TURISMO MILAGRITOS SAC, TRUJILLO, 2022**
Digital Marketing and positions of the transportation company general services and tourism Milagritos SAC, Trujillo 2022
- 82 **HERRAMIENTA DIGITALES Y APRENDIZAJE COLABORATIVO EN EL ÁMBITO UNIVERSITARIO**
Digital tolos and collaborative learning in the university field
- 92 **CULTURA TRIBUTARIA Y EL IMPACTO EN LA RECAUDACIÓN DE LOS GOBIERNOS LOCALES**
Tax culture and the impact on local government collection

- 107 **INVERSIONES EN TELECOMUNICACIONES Y SU IMPACTO EN EL PBI DEL PERÚ, PERÍODO 2000-2021**
Investments in telecommunications and their impact on the PBI of Peru period 2000-2021
- 123 **ANÁLISIS DEL SIGNIFICADO DE ALGUNOS TOPONIMOS DE LA LENGUA CULLI EN LA REGIÓN LA LIBERTAD**
Analysis of the meaning of some place names of the culli language in the La Libertad region
- 137 **EL RETRASO DE LOS PLAZOS PROCESALES EN MATERIA PENAL EN EL MINISTERIO PÚBLICO DEL PERÚ**
Delay of procedural timelimits in criminal in criminal matters in the Public Ministry of Peru
- 152 **BASILEA III Y LA BANCA EN AMÉRICA LATINA: DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES**
Basel III and banking in latin americana: challenges and opportunities
-

REVISTA CIENTÍFICA
YACHAQ

INTELIGENCIA EMOCIONAL EN UNIVERSITARIOS: REVISIÓN SISTEMÁTICA

EMOTIONAL INTELLIGENCE IN UNIVERSITIES: SYSTEMATIC REVIEW

Mg. Jessica Gabriela Mantilla Gil

Universidad Católica de Trujillo

j.mantilla@uct.edu.pe

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4939-1239>



Recibido:23/05/2024

Aceptado:23/08/2024

DOI: https://doi.org/10.46363/yachaq.v7i2_1

RESUMEN

La inteligencia emocional es una habilidad fundamental para el desarrollo personal y el éxito en diversos ámbitos de la vida; sin embargo, en el campo de la educación y formación de las personas, es normalmente dejado de lado. Es por ello, que la presente investigación busca aportar a nivel teórico el discernimiento y la sistematización de información que permitan comprender la influencia de la inteligencia emocional en el desarrollo educativo de estudiantes universitarios. El estudio es una revisión sistemática que sintetiza de manera estructurada y

rigurosa la información existente. Es importante destacar que para el análisis solo se tomaron en cuenta artículos de revistas indexadas y de acceso abierto. El presente artículo demuestra que la inteligencia emocional desempeña un papel crucial en el éxito personal y académico de los estudiantes universitarios, así como, permitir una mejor adaptación al entorno universitario y una mayor satisfacción de la vida, aunque esto se pueda ver influenciado por diversas variables como el género, la edad y el entorno sociocultural.

PALABRAS CLAVE: Inteligencia emocional, estudiantes universitarios, éxito personal, desarrollo personal.

ABSTRACT

Emotional intelligence is a fundamental skill for personal development and success in various areas of life; However, in the field of education and training of people, it is usually left aside. For this reason, this research seeks to provide, at a theoretical level, the discernment and systematization of information that allows us to understand the influence of emotional intelligence on the educational development of university students. The study is a systematic review that synthesizes existing information in a structured

and rigorous manner. It is important to note that only articles from open indexed and accessible journals were taken into account for the analysis. This article demonstrates that emotional intelligence plays a crucial role in the personal and academic success of university students, as well as allowing better adaptation to the university environment and greater life satisfaction, although this can be influenced by various variables. . such as gender, age and sociocultural environment.

KEYWORDS: Emotional intelligence, university students, personal success, personal development

INTRODUCCIÓN

La inteligencia emocional es una habilidad fundamental para el desarrollo personal y el éxito en diversos ámbitos de la vida, incluyendo el deporte. Sin embargo, a menudo no se le presta la atención necesaria en la formación y educación de las personas.

Una de las principales dificultades radica en comprender y gestionar adecuadamente las propias emociones y las de los demás. Muchas personas tienen problemas para controlar sus impulsos emocionales, lo que puede llevar a comportamientos inapropiados y dificultades en las relaciones interpersonales (Goleman, 1996).

Otra de las problemáticas es la falta de autoconocimiento y autoconciencia emocional. Si no somos capaces de identificar y reconocer nuestras emociones, será muy difícil gestionarlas de manera efectiva (Mayer y Salovey, 1997).

La inteligencia emocional se ha convertido en un constructo de gran relevancia en el ámbito educativo, particularmente en el nivel

universitario. Esta habilidad, que implica la capacidad de reconocer, comprender y regular las emociones propias y ajenas (Mayer y Salovey, 1997), desempeña un papel fundamental en el desempeño académico, el bienestar psicológico y el desarrollo personal de los estudiantes universitarios (Pedrelli et al., 2015; Yahyazadeh-Jeloudar y Lotfi-Goodarzi, 2012).

Numerosos estudios han explorado la relación entre la IE y diversos aspectos del ámbito universitario, tales como el rendimiento académico (Extremera, 2002 y Fernández-Berrocal, 2002). En el Perú, la formación universitaria se ha centrado principalmente en el desarrollo de habilidades cognitivas y técnicas, dejando de lado el aspecto emocional de los estudiantes. Esta situación ha generado dificultades en el manejo adecuado de las emociones y en el establecimiento de relaciones interpersonales saludables.

Según un estudio realizado por Tito y Acuña (2015) en una universidad privada de Lima, se encontró que el

62% de los estudiantes presentaba un nivel bajo de inteligencia emocional, lo que se reflejaba en problemas para controlar sus impulsos, dificultades para afrontar situaciones estresantes y falta de empatía hacia sus compañeros. Esta deficiencia en habilidades emocionales tiene implicaciones negativas en el rendimiento académico de los estudiantes. Como señala Fernández-Berrocal y Extremera (2002), "aquellos estudiantes con habilidades emocionales adecuadas tienen más posibilidades de afrontar las demandas académicas, relacionales y emocionales que conducen al éxito académico" (p. 7).

Además, la falta de inteligencia emocional puede generar problemas de adaptación al entorno universitario, lo que puede llevar a situaciones de estrés, ansiedad y, en casos extremos, deserción académica. Velásquez et al. (2008) encontraron que el 38% de los estudiantes desertores de una universidad pública de Perú presentaba niveles bajos de inteligencia emocional.

Por otro lado, es importante mencionar que el desarrollo de la inteligencia emocional no solo beneficia a los estudiantes a nivel personal y académico, sino que también les brinda herramientas valiosas para su futuro desempeño profesional. Como afirma Gabel (2005), "las habilidades emocionales son fundamentales para el éxito en el ámbito laboral, ya que permiten una mejor gestión de las relaciones interpersonales, el manejo del estrés y la resolución de conflictos" (p. 23).

Estos hallazgos conllevan a la formalización de la pregunta de investigación: ¿Qué efectos posee la inteligencia emocional en los estudiantes universitarios?

La presente investigación busca aportar a

nivel teórico el discernimiento y sistematización de información que posibiliten comprender con respecto a la influencia de la inteligencia emocional en el desarrollo educativo de estudiantes universitarios, a nivel metodológico recopila una serie de documentos y revisiones bibliográficas que determinan según su análisis a la comprensión de los factores intervinientes de la inteligencia emocional.

En cuanto a la relevancia social posibilitará que los agentes educativos de nivel superior logren comprender la importancia de la intervención en aspectos emocionales de los estudiantes de las diferentes carreras universitarias.

El objetivo del estudio es realizar un análisis de los efectos que puede tener un adecuado nivel de inteligencia emocional en el desarrollo de las actividades académicas, en cuanto a objetivos específicos son analizar los factores de la inteligencia emocional intervinientes en el entorno educativo. Para la presente investigación se encontraron los siguientes antecedentes, García-Martínez, et al. (2021) En la región de Andalucía, España se realiza un estudio descriptivo, correlacional con una muestra aleatoria de 1020 estudiantes donde se examina la relación entre la inteligencia emocional, el estrés y el rendimiento académicos en estudiantes de magisterio (futuros docentes). Señala que la etapa universitaria está marcada por cambios y demandas que impactan el bienestar físico y psicológico de los estudiantes. El estrés académico puede afectar negativamente el aprendizaje y los logros académicos. La IE se plantea como un factor que puede ayudar a hacer frente al estrés y mejorar las prácticas de enseñanza. Se encontraron que las mujeres obtuvieron puntuaciones

superiores en inteligencia emocional, estrés académico y rendimiento académico en comparación con los hombres.

Fernández y Cabello (2023) realiza un análisis documental con respecto a los programas de intervención desarrollados sobre inteligencia emocional basados en el modelo de habilidad de Mayer y Salovey, refiriendo entre ellos a RULER, programa desarrollado en Estados Unidos e INTEMO, desarrollado en España por el laboratorio de emociones de la ciudad de Málaga. El objetivo principal de la investigación fue resaltar la importancia de la inteligencia emocional como fundamento de la educación emocional, y presentar la evidencia científica sobre los beneficios de la inteligencia emocional en ámbitos como la salud, el bienestar, la convivencia escolar y el rendimiento académico. Se concluye que existieron resultados positivos de la aplicación incluyendo mayor ajuste psicológico, menores niveles de depresión, ansiedad, hostilidad y conductas agresivas, y mayor autoestima, conducta prosocial y empatía en los adolescentes.

Metodología

Este estudio se enfoca en investigar la inteligencia emocional en estudiantes universitarios. Se trata de una revisión sistemática, un tipo de investigación que sintetiza la evidencia existente de manera rigurosa y estructurada.

El análisis se basó únicamente en artículos científicos publicados en revistas indexadas y de acceso abierto, para asegurar la disponibilidad de la información. Se buscaron artículos en inglés publicados en 2024 en la base de datos Scopus, utilizando la palabra clave "Emotional intelligence".

Para llevar a cabo esta revisión

Fragoso-Luzuriaga (2015) realiza una revisión bibliográfica y análisis de documentos sobre la literatura de los conceptos de inteligencia y competencias emocionales, los sujetos de estudio fueron los documentos, artículos, libros y modelos teóricos de diferentes autores sobre inteligencia y competencias emocionales. Los resultados obtenidos fueron que dentro de los modelos mixtos de inteligencia emocional (Goleman, Bar-On) no existe una separación clara entre inteligencia y competencias emocionales, por otro lado en el modelo de habilidad de Mayer y Salovey sí se establece una distinción definida, donde la inteligencia emocional se enfoca en habilidades de procesamiento de información emocional, mientras que las competencias emocionales se orientan a la medición de niveles de logro emocional, en el caso de autores como Saarni y Bisquerra han desarrollado modelos propios de competencias emocionales con sustento teórico diferente a los de inteligencia emocional.

sistemática, se realizaron búsquedas exhaustivas en bases de datos electrónicas como Web of Science y Scopus, Dialnet, Scielo utilizando palabras clave relacionadas con "inteligencia emocional" y "estudiantes universitarios". Se incluyeron estudios empíricos originales, publicados en revistas revisadas por pares, que abordaran la IE en el contexto universitario.

Se excluyeron artículos que no estaban en acceso abierto, no estaban alineados con el tema y los objetivos del estudio, o contenían información duplicada. La técnica utilizada fue el análisis

documental, que permite examinar y evaluar la información contenida en los documentos seleccionados. Se utilizó una lista de verificación diseñada específicamente para recopilar información relevante de cada artículo, como la influencia de inteligencia emocional, la población estudiada y principales hallazgos.

Los criterios de inclusión fueron: (a) estudios que involucren a estudiantes universitarios como población objetivo, (b) investigaciones que evalúen la IE utilizando medidas validadas, y (c)

artículos publicados en inglés o español entre los años 2000 y 2024. Se excluyeron los estudios que no cumplieron con estos criterios, así como los trabajos teóricos o de revisión.

Inicialmente, se identificaron 200 artículos potencialmente relevantes. Después de eliminar los duplicados y realizar una revisión de títulos y resúmenes, se seleccionaron 55 estudios para una evaluación más detallada. Finalmente, se incluyeron 25 artículos que cumplieron con todos los criterios establecidos.

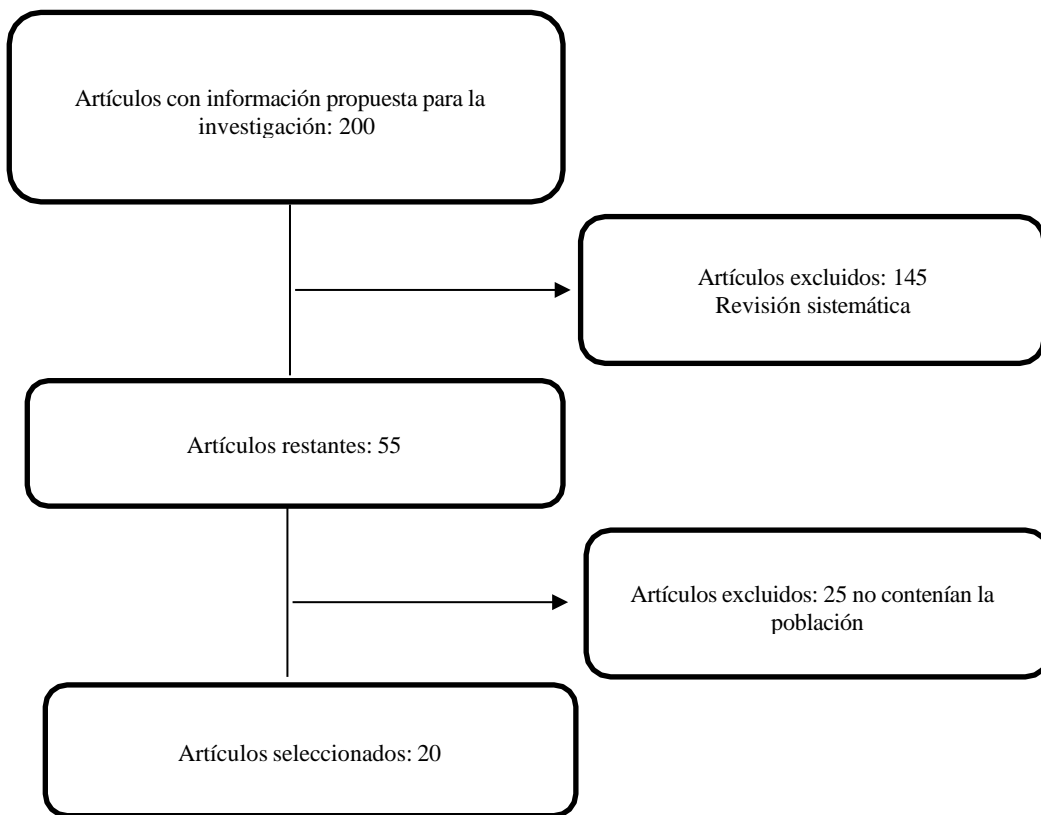


Figura 1 Flujograma de selección de artículos científicos

Resultados

Tabla 1

Concepciones de la Inteligencia Emocional

N°	Artículo	Concepción de inteligencia emocional
1	La cuestión de la inteligencia emocional (Manrique, 2015)	Crítica el concepto de IE como ambivalente, ingenuo y acrítico, la IE se presenta como un fenómeno individual, desvinculado de factores culturales, de clase, etc. Busca estandarización y manejabilidad de las personas, en línea con necesidades del neoliberalismo
2	La inteligencia emocional y su educación (Bello-Dávila et al, 2010)	La IE enfatiza la participación de las emociones en la solución inteligente de las tareas, permite diseñar formas más adecuadas de evaluar y educar la inteligencia. Las capacidades emocionales son recursos de toda persona que pueden y deben desarrollarse
3	La Inteligencia Emocional (Fernández, 2013)	La IE amplía la visión tradicional de la inteligencia más allá de lo cognitivo, incluye habilidades intrapersonales e interpersonales. Modelos como el de Goleman la popularizaron, aunque hay controversia sobre si realmente son "inteligencias"
4	La Inteligencia Emocional en la Educación (Fernández-Berrocal & Ruiz, 2008)	Modelo de habilidad de Mayer y Salovey: percepción, comprensión, uso y regulación de emociones, la falta de habilidades de IE afecta a los estudiantes dentro y fuera del contexto escolar, es posible educar la IE de forma explícita, a través de la práctica y el entrenamiento
5	La inteligencia emocional en el ámbito educativo: un meta-análisis (Puertas et al., 2020)	La IE es un factor clave que repercute en el bienestar social y mental de los alumnos. Permite comprender el entorno y tomar decisiones acertadas ante situaciones conflictivas diarias. Debe ser desarrollada de forma continua por las entidades educativas.
8	La inteligencia emocional en la Educación (Fernández-Berrocal & Extremera, N., 2005)	Modelo de habilidad de Mayer y Salovey: percepción, comprensión, uso y regulación de emociones. Falta de habilidades de IE afecta a estudiantes dentro y fuera del contexto escolar. Es posible educar la IE de forma explícita, a través de práctica y entrenamiento.
9	Orígenes, evolución y modelos de inteligencia emocional (Trujillo & Rivas, 2005)	Los modelos de IE han sido mixtos (personalidad + automotivación + habilidades) y de habilidad. En administración, los modelos mixtos son más utilizados. Incluyen aspectos de personalidad. Los modelos de habilidad se enfocan en el procesamiento emocional de la información.
10	Lizeretti y Rodríguez (2011). La inteligencia emocional en salud mental: una revisión	La inteligencia emocional (IE) se define como un conjunto de habilidades para identificar, asimilar, comprender y gestionar las emociones propias y ajenas. Se relaciona con variables de bienestar, ajuste psicológico y menores síntomas psicopatológicos. Los pacientes con diversos trastornos mentales presentan niveles significativamente más bajos de IE.
11	Bueno et al. (2005). La inteligencia emocional en alumnos de magisterio: la percepción y	La inteligencia emocional se integra por componentes como atención, claridad y reparación emocional. En estudiantes de magisterio se encontró mayor atención a las emociones en mujeres. En general, tenían dificultades para identificar y

	comprensión de los sentimientos y emociones	de los comprender emociones ante situaciones conflictivas, con una visión poco constructiva y sentimientos de fracaso.
12	Reyes y Carrasco (2014). Inteligencia emocional en estudiantes de la Universidad Nacional del Centro del Perú, 2013	Los estudiantes universitarios de enfermería presentan mayormente un nivel de inteligencia emocional promedio (49%) o bajo (36%), siendo el componente intrapersonal el más desarrollado y el de adaptabilidad y manejo del estrés los más bajos. No hubo diferencias significativas entre hombres y mujeres.
13	Barrera-Gálvez et al. (2019). La inteligencia emocional en estudiantes universitarios	La mayoría de los estudiantes de enfermería presentan un nivel de inteligencia emocional media, destacando el aprovechamiento emocional como el componente más alto. La edad predominante fue de 18 a 20 años.
14	Inteligencia emocional: 22 años de avances empíricos (Fernández-Berrocal, P., Berrios-Martos, P., Extremera, N. y Augusto, J., 2012)	- Definición de IE como habilidad para percibir, valorar y expresar emociones, generar sentimientos, comprender emociones y regularlas. - Influencia del modelo de habilidad de Mayer y Salovey en la investigación sobre IE. - Uso predominante de medidas de autoinforme vs. medidas de ejecución.
15	La Inteligencia Emocional: abordaje teórico (Romero, 2008)	- Definiciones de IE de diferentes autores. - Principios de la IE: autoconocimiento, autocontrol, automotivación, empatía, habilidades sociales, asertividad, proactividad, creatividad. - Dimensión biologicista de la IE: importancia de la amígdala y el "secuestro emocional".
16	La inteligencia emocional y sus principales modelos: propuesta de un modelo integrador (García-Fernández y Giménez-Mas, 2010)	- Propone un modelo con dimensiones internas (responsabilidad, sentido común, persuasión, capacidad de aprender) y externas (empatía, habilidad social, comunicación, adaptabilidad, etc.) - Revisa principales modelos de IE: mixtos, de habilidades y otros.
17	La inteligencia emocional: métodos de evaluación en el aula (Extremera y Fernández-Berrocal, 2014)	- Expone 3 métodos de evaluación de la IE: cuestionarios de autoinforme, evaluación por observadores externos y test de habilidad. - Ventajas y limitaciones de cada método. - Importancia de la evaluación para comprobar eficacia de programas de mejora de IE.
18	Implicaciones educativas de la inteligencia emocional (Extremera y Fernández-Berrocal, 2003)	- Analiza el concepto de IE, su evaluación, implicaciones en el rendimiento escolar y aplicaciones en educación. - Revisa modelos de Gardner, Goleman y concepto según contexto social. - Plantea dificultades para incorporar IE al currículum escolar.

19	La inteligencia emocional en el contexto educativo: hallazgos científicos de sus efectos en el aula (Extremera y Fernández-Berrocal, 2004)	- Revisa el modelo de IE de Mayer y Salovey y los métodos de evaluación. - Analiza los efectos de la IE en ajuste psicológico, rendimiento académico y conductas disruptivas de los alumnos. - Discute implicaciones para incluir la IE en los programas educativos.
20	Inteligencia emocional, calidad de las relaciones interpersonales y empatía en estudiantes universitarios (Extremera, N. y Fernández-Berrocal, P.)	- Examina relaciones entre IE (medida con TMMS y MSCEIT), calidad de relaciones de amistad y empatía. - Los factores del MSCEIT predicen mejor la calidad de las relaciones. - Los factores del TMMS predicen mejor las dimensiones de empatía.

En la tabla 1 se puede observar las concepciones sobre inteligencia emocional que los artículos de revisión documental plantean después del análisis según los datos analizados y trabajados, entre ellos cabe resaltar la concepción de (Bello-Dávila et al,

2010) manifiesta que la Inteligencia emocional es fundamental para enfrentar dificultades y resolver tareas, considerando que todos los seres humanos poseen dicha inteligencia y que esta es el deber de cada uno desarrollarla.

Tabla 2

Factores de la inteligencia emocional que intervienen en los estudiantes universitarios.

N°	Artículo	Factores intervinientes en el entorno educativo
1	La cuestión de la inteligencia emocional (Manrique, 2015)	Genera un simulacro de emociones, alejando a las personas de su mundo emocional significativo y crítico. Produce relaciones superficiales, ancladas en el narcisismo. Disminuye la creatividad y el deseo auténticos
2	La inteligencia emocional y su educación (Bello-Dávila et al, 2010)	Mejora las relaciones interpersonales. Aumenta los sentimientos positivos sobre uno mismo, la escuela y la familia. Menor propensión a conductas de riesgo. Mayor bienestar psicológico y salud
3	La Inteligencia Emocional (Fernández, 2013)	Contribuye a un mejor ajuste personal y éxito en la vida, favorece las relaciones interpersonales satisfactorias. Promueve el desarrollo personal y crecimiento emocional
4	La Inteligencia Emocional en la Educación (Fernández-Berrocal & Ruiz, 2008)	Mejora las relaciones interpersonales. Aumenta el bienestar psicológico. Influye positivamente en el rendimiento académico. Disminuye conductas disruptivas
5	La inteligencia emocional en el ámbito educativo: un meta-análisis (Puertas et al., 2020)	Mejora las relaciones interpersonales. Aumenta sentimientos positivos sobre uno mismo, la escuela y la familia. Menor propensión a conductas de riesgo. Mayor bienestar psicológico y salud
8	La inteligencia emocional en la Educación (Fernández-Berrocal & Extremera, N., 2005)	Mejora las relaciones interpersonales. Aumenta el bienestar psicológico. Influye positivamente en el rendimiento académico. Disminuye conductas disruptivas

9 Orígenes, evolución y modelos de inteligencia emocional (Trujillo & Rivas, 2005)	Permite interactuar mejor con el mundo considerando los sentimientos. Engloba control de impulsos, autoconciencia, motivación, entusiasmo, perseverancia, empatía, agilidad mental. Configura rasgos de carácter indispensables para una buena adaptación social.
10 Lizeretti y Rodríguez (2011). La inteligencia emocional en salud mental: una revisión	Una elevada IE está relacionada con mayor empatía, autoestima, optimismo, habilidades sociales, mejores relaciones interpersonales, bienestar y satisfacción vital. Por el contrario, una baja IE se asocia a síntomas de ansiedad, depresión, estrés y mayor presencia y gravedad de trastornos mentales.
11 Bueno et al. (2005). La inteligencia emocional en alumnos de magisterio: la percepción y comprensión de los sentimientos y las emociones	La educación emocional del profesorado es importante para que puedan desarrollar una acción docente eficaz, con capacidad para comprender y regular las emociones de sus alumnos. Se requiere integrar las competencias socioafectivas en la formación inicial docente.
12 Reyes y Carrasco (2014). Inteligencia emocional en estudiantes de la Universidad Nacional del Centro del Perú, 2013	Un adecuado nivel de inteligencia emocional favorece que los estudiantes universitarios logren una personalidad más plena, mayor satisfacción vital y la posibilidad de desarrollar sus potencialidades para ser profesionales competentes. Por el contrario, bajos niveles implican riesgo de problemas en su desarrollo.
13 Barrera-Gálvez et al. (2019). La inteligencia emocional en estudiantes universitarios	Un nivel adecuado de inteligencia emocional en los estudiantes universitarios favorece el desarrollo de una personalidad plena, mayor satisfacción vital y la posibilidad de potenciar sus capacidades para ser profesionales de calidad.
14 Inteligencia emocional: 22 años de avances empíricos (Fernández-Berrocal, P., Berrios-Martos, P., Extremera, N. y Augusto, J., 2012)	- Incrementa el bienestar y felicidad de las personas. - Ayuda a afrontar de forma más adaptativa situaciones difíciles. - Minimiza la probabilidad de fracaso y maximiza la de éxito.
15 La Inteligencia Emocional: abordaje teórico (Romero, 2008)	- Promocionar la IE es promocionar la salud. - Se logra gracias a las competencias emocionales. - Permite afrontar y disfrutar mejor las emociones.
16 La inteligencia emocional y sus principales modelos: propuesta de un modelo integrador (García-Fernández y Giménez-Mas, 2010)	- Puede tener influencia positiva en motivación e implicación de alumnos y profesores. - Permite mejor adaptación del individuo al entorno dinámico y cambiante.
17 La inteligencia emocional: métodos de evaluación en el aula (Extremera y Fernández-Berrocal, 2014)	- Obtener perfil de habilidades y carencias emocionales del alumno. - Detectar alumnos con baja IE para intervenciones. - Evaluar cambios tras programas de entrenamiento.
18 Implicaciones educativas de la inteligencia emocional (Extremera y	- Facilita equilibrio personal e integración social en el medio. - Permite abordar los problemas emocionales y sociales de los

Fernández-Berrocal, 2003)	alumnos. - Mejora la calidad educativa adaptándose a las demandas sociales actuales.
19 La inteligencia emocional en el contexto educativo: hallazgos científicos de sus efectos en el aula (Extremera y Fernández-Berrocal, 2004)	- Promueve mejor salud mental, menor ansiedad y depresión en estudiantes. - Predice parte del rendimiento académico. - Reduce conductas agresivas, impulsivas y el consumo de sustancias adictivas.
20 Inteligencia emocional, calidad de las relaciones interpersonales y empatía en estudiantes universitarios (Extremera, N. y Fernández-Berrocal, P.)	- La IE se relaciona con mayor intimidad, afecto y menor antagonismo en las relaciones de amistad. - La IE se asocia a mayor toma de perspectiva, implicación empática y menor malestar personal. - Destaca la importancia de incluir educación emocional en habilidades sociales.

En la tabla 2 se pueden observar los distintos puntos de vista de acuerdo a cada investigación consultada con respecto a los factores de la inteligencia emocional que influyen en el entorno educativo de cada estudiante universitario, resaltando a Reyes y Carrasco (2014) que indican que un adecuado

nivel de inteligencia emocional favorece que los estudiantes universitarios logren una personalidad más plena, mayor satisfacción vital y la posibilidad de desarrollar sus potencialidades para ser profesionales competentes. Por el contrario, bajos niveles implican riesgo de problemas en su desarrollo.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Los resultados de esta revisión sistemática se organizan en dos categorías principales respondiendo a los objetivos planteados, la primera se basa en la concepción de las distintas investigaciones con respecto a la inteligencia emocional y la segunda que considera describir los factores que influyen en el campo educativo de la educación superior.

Esta revisión sistemática proporciona evidencia sólida de la importancia de la inteligencia emocional en el ámbito universitario. Los estudiantes con mayor IE tienden a obtener mejores resultados académicos, una mejor adaptación al entorno universitario, un mayor bienestar psicológico y una mejor capacidad para hacer frente al estrés (Reyes y Carrasco, 2014)

Por otro lado, se conoce que la inteligencia emocional mejora las relaciones interpersonales, aumenta los sentimientos

positivos sobre uno mismo, la escuela y la familia, menor propensión a conductas de riesgo, así mismo mayor bienestar psicológico y salud. (Bello-Dávila et al, 2010). Aun dentro de los hallazgos más relevantes para la presente investigación está en que mejora las relaciones interpersonales. Aumenta el bienestar psicológico. Influye positivamente en el rendimiento académico. Disminuye conductas disruptivas. (Fernández-Berrocal & Extremera, N., 2005).

La inteligencia emocional desempeña un papel crucial en el éxito académico y personal de los estudiantes universitarios. Según Fernández-Berrocal, Extremera y Ramos (2004), la inteligencia emocional se define como "la habilidad para percibir, asimilar, comprender y regular las propias emociones y la de los demás promoviendo un crecimiento emocional e intelectual"

(p. 1). Esta habilidad es fundamental para que los estudiantes puedan enfrentar los desafíos y situaciones estresantes propias de la vida universitaria.

Uno de los principales efectos de la inteligencia emocional en los estudiantes universitarios es su relación con el rendimiento académico. Diversos estudios han encontrado una valoración positiva entre la inteligencia emocional y el desempeño académico (Brackett, Rivers y Salovey, 2011; Perera y DiGiacomo, 2013). Los estudiantes con mayor capacidad para regular sus emociones y mantener un estado emocional positivo tendencia a tener mejores calificaciones ya persistir en sus estudios (Parker, Summerfeldt, Hogan y Majeski, 2004).

Además de influir en el rendimiento académico, la inteligencia emocional también se ha asociado con una mejor adaptación al entorno universitario y una mayor satisfacción con la vida (Jiang, 2017; Kun, Balazs, Kapitany, Urban y Demetrovics, 2010). Los estudiantes emocionalmente inteligentes suelen tener mejores habilidades de afrontamiento ante situaciones estresantes, lo que les permite manejar de manera más efectiva las demandas y desafíos propios de la vida universitaria (Perera y Di

Giacomo, 2013).

Entre los factores que influyen en la inteligencia emocional de los estudiantes universitarios, se encuentran variables como el género, la edad y el entorno sociocultural. Algunas investigaciones han encontrado que las mujeres suelen tener mayores niveles de inteligencia emocional que los hombres (Brackett et al., 2011; Sánchez-Núñez, Fernández-Berrocal, Montañés y Latorre, 2008). Asimismo, se ha observado que la inteligencia emocional tiende a incrementarse con la edad y la madurez emocional (Fernández-Berrocal, Extremera y Ramos, 2004).

Si bien se han realizado numerosas investigaciones sobre este tema, aún existen áreas que requieren una mayor exploración. Por ejemplo, sería valioso examinar el impacto de la IE en el desempeño profesional posterior de los egresados universitarios, así como investigar estrategias efectivas para fomentar el desarrollo de la IE en el contexto universitario.

En general, los hallazgos de esta revisión sistemática resaltan la necesidad de prestar atención a la inteligencia emocional como un componente clave en la formación integral de los estudiantes universitarios, con el fin de maximizar su potencial académico, personal y profesional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Barrera-Gálvez, R., Solano-Pérez, C., Arias- Rico, J., Jaramillo-Morales, O., y Jiménez- Sánchez, R. (2019). La Inteligencia Emocional en Estudiantes Universitarios. *Educación Y Salud Boletín Científico Instituto De Ciencias De La Salud Universidad Autónoma Del Estado De Hidalgo*, (14), 50-55. <https://doi.org/10.29057/icsa.v7i14.4437>

Bello-Dávila, Z, Rionda-Sánchez, H, y Rodríguez-Pérez, M. (2010). La inteligencia emocional y su educación. Varona, redalyc.org, <https://www.redalyc.org/pdf/3606/360635569006.pdf>

Berrocal, P; Fernández y Cabello, R (2021) La inteligencia emocional como fundamento de la educación emocional, *ri.iberomx*,

- <https://ri.ibero.mx/handle/ibero/6043>
- Brackett, M. A., & Mayer, J. D. (2003). Convergent, discriminant, and incremental validity of competing measures of emotional intelligence. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29(9), 1147-1158.
- Brackett, M., Rivers, S. y Salovey, P. (2011). Inteligencia emocional: implicaciones para el éxito personal, social, académico y laboral. *Brújula de psicología social y de la personalidad*, 5(1), 88-103.
- Bueno, C., Teruel, M., y Valero, A. (2005). La Inteligencia Emocional en alumnos de Magisterio: La percepción y comprensión de los sentimientos y las emociones., digitum.um.es, <https://digitum.um.es/digitum/handle/10201/128944>
- Extremera, N. & Fernández-Berrocal, P. (2004). Inteligencia emocional, calidad de las relaciones interpersonales y empatía en estudiantes universitarios. *Clínica y salud*, redalyc.org, https://www.redalyc.org/pdf/1806/18061782_2001.pdf
- Extremera, N. y Fernández-Berrocal, P. (2004). La inteligencia emocional: Métodos de evaluación en el aula. *Revista Iberoamericana de educación*, rieoei.org, <https://rieoei.org/RIE/article/view/2887>
- Extremera, N., & Fernández-Berrocal, P. (2004) Emotional intelligence as predictor of mental, social, and physical health in university students. *The Spanish Journal of Psychology*, 7(1), 51-62.
- Fernández, M. (2013). La inteligencia emocional. *Revista de clases historia*, dialnet.unirioja.es, <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5173632.pdf>
- Fernández-Berrocal, N. y Extremera, N. (2003). La inteligencia emocional en el contexto educativo: hallazgos científicos de sus efectos en el aula. *Revista de Educación*, redined.educacion.gob.es, <https://redined.educacion.gob.es/xmlui/bitstream/handle/11162/67025/008200430075.pdf?sequence=1>
- Fernández-Berrocal, P y Extremera, N. (2005). La Inteligencia Emocional y la educación de las emociones desde el Modelo de Mayer y Salovey. *Revista interuniversitaria de formación del profesorado*, redined.educacion.gob.es, <https://redined.educacion.gob.es/xmlui/handle/11162/35428>
- Fernández-Berrocal, P, & Ruiz, D (2008). La inteligencia emocional en la educación. *Electronic Journal of Research*. [https://ojs.ual.es/ojs/index.php/EJREP/article/view/1289](http://ojs.ual.es/ojs/index.php/EJREP/article/view/1289)
- Fernández-Berrocal, P., & Extremera, N. (2002) La inteligencia emocional como una habilidad esencial en la escuela. *Revista Iberoamericana de Educación*, 29(1), 1-6.
- Fernández-Berrocal, P., Berrios-Martos, M., Extremera, N. y Augusto, J. (2012). Inteligencia emocional: 22 años de avances empíricos. *Behavioral Psychology/ Psicología Conductual*, Vol. 20, https://www.behavioralpsycho.com/wp-content/uploads/2019/08/01.Fernandez-Berrocal_20-1.pdf
- Fernández-Berrocal, P., Extremera, N., & Ramos, N. (2004) Validity and reliability of the Spanish modified version of the Trait Meta-Mood Scale. *Psychological Reports*, 94(3_suppl), 751-755.
- Fernández-Berrocal, P., Extremera, N., & Ramos, N. (2004). Validez y fiabilidad de la versión española modificada de la Trait Meta- Mood Scale. *Informes psicológicos*, 94(3), 751-755.
- Fragoso-Luzuriaga, R (2015) Inteligencia emocional y competencias emocionales en educación superior, ¿un mismo concepto?. *Revista iberoamericana de educación superior*, Elsevier, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2007287215000074>

- Gabel, R. (2005) *Inteligencia emocional: perspectivas y aplicaciones ocupacionales*. Universidad ESAN, Perú.
- García-Fernández, M., & Giménez-Mas, SI (2010). La inteligencia emocional y sus principales modelos: propuesta de un modelo integrador., repositorio.ual.es, <http://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/5634/909-3273-1-PB.pdf?seque>
- García-Martínez I., Pérez-Navío E., Pérez-Ferra M. & Quijano-López R. (2021) Relationship between Emotional Intelligence, Educational Achievement and Academic Stress of Pre-Service Teachers. *Behavioral Sciences*. 2021; 11(7):95. <https://doi.org/10.3390/bs11070095>
- Goleman, D. (1995) *Emotional intelligence: Why it can matter more than IQ*. Bantam Books.
- Goleman, D. (1996) *Inteligencia Emocional*.
- KairósJiang, X. (2017) La relación entre inteligencia emocional y rendimiento académico: una revisión metaanalítica. *Revisión de Psicología Educativa*, 29(4), 707-734.
- Kun, B., Balazs, H., Kapitany, M., Urban, R. y Demetrovics, Z. (2010) Inteligencia emocional y salud psicosocial en una muestra de estudiantes universitarios húngaros. *Revista Helénica de Psicología*, 7(1), 153-171.
- Lizeretti, N y Rodríguez, A (2011). La inteligencia emocional en salud mental: Unarevisión. *Ansiedad y Estrés, ansiedad y estrés*, <https://www.ansiedadystres.es/sites/default/files/rev/ucm/2011/anyes2011a18.pdf>
- Manrique, R. (2015). La cuestión de la inteligencia emocional. *Revista de la Asociación Española de Psiquiatría, SciELO España*, https://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S0211-57352015000400008&script=sci_arttext&tln g=pt
- Mayer, J. D., & Salovey, P. (1997) What is emotional intelligence? In P. Salovey & D. J. Sluyter (Eds.), *Emotional development and emotional intelligence: Educational implications* (pp. 3-31). Basic Books.
- Parker, J., Summerfeldt, L., Hogan, M. y Majeski, S. (2004) *Inteligencia emocional y éxito académico: examinando la transición de la escuela secundaria a la universidad*. *Personalidad y diferencias individuales*, 36(1), 163-172.
- Pedrelli P., Nyer M., Zulauf C., Wilens T. (2015) College students: Mental health problems and treatment. *Academic Psychiatry*, 39, 503-511. <https://doi.org/10.1007/s40596-014-0205-9>
- Perera, H. y Di Giacomo, M. (2013). La relación del rasgo de inteligencia emocional con el rendimiento académico: una revisión metaanalítica. *Aprendizaje y diferencias individuales*, 28, 20-33.
- Petrides, K. V., Frederickson, N., & Furnham, A. (2004) The role of trait emotional intelligence in academic performance and deviant behavior at school. *Personality and Individual Differences*, 36(2), 277-293.
- Puertas,P., Zurita-Ortega, F., Chacón-Cuberos, R., Castro-Sánchez, M., Ramírez-Granizo, I., y González, G. (2020). La inteligencia emocional en el ámbito educativo: un meta-análisis. *Anales de Psicología / Annals of Psychology*, 36(1), 84-91. <https://doi.org/10.6018/analesps.345901>
- Reyes, C. & Carrasco, I. (2014). *Inteligencia emocional en estudiantes de la Universidad Nacional del Centro del Perú*, 2013. *Apuntes de Ciencia & Sociedad*, [dialnet.unirioja.es, https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?cod_igo=5124755](https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?cod_igo=5124755)
- Romero, M. (2008) *La inteligencia emocional: abordaje teórico*. *Anuario de psicología clínica y de la*

- Salud/Annuary of Clinical and Health Psychology, idus.us.es, <https://idus.us.es/handle/11441/132667>
- Sánchez, O (2001). Implicaciones educativas de la inteligencia emocional. *Psicología educativa*, journals.copmadrid.org, <https://journals.copmadrid.org/psed/art/8f19793b2671094e63a15ab883d50137>
- Sánchez-Núñez, M., Fernández-Berrocal, P., Montañés, J., & Latorre, J. (2008). ¿La inteligencia emocional depende del género? La socialización de las competencias emocionales en hombres y mujeres y sus implicaciones. *Revista Electrónica de Investigación en Psicología Educativa*, 6(15), 455-474.
- Schutte, N. S., Malouff, J. M., Thorsteinsson, E. B., Bhullar, N., & Rooke, S. E. (2007). A meta-analytic investigation of the relationship between emotional intelligence and health. *Personality and Individual Differences*, 42(6), 921-933.
- Tito, P., y Acuña, P. (2015) Inteligencia emocional y rendimiento académico en estudiantes universitarios. *Revista de Psicología*, 17(2), 125-145.
- Trujillo, M. y Rivas, L. (2005). Orígenes, evolución y modelos de inteligencia emocional. *Innovar*, [scielo.org.co](http://www.scielo.org.co), http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-50512005000100001&script=sci_arttext
- Velásquez C., Montgomery U., Montero L., Pomalaya V., Dioses Ch., Araki O., y Reynoso E. (2008) Bienestar psicológico, asertividad y rendimiento académico en estudiantes universitarios sanmarquinos. *Revista De Investigación En Psicología*, 11(2), 139-152. <https://doi.org/10.15381/rinvp.v11i2.3845>
- Yahyazadeh-Jeloudar, S. & Lotfi-Goodarzi, F. (2012) The Relationship between Social Intelligence and Job Satisfaction among MA and BA Teachers. *International Journal of Educational Sciences*. 4. <https://doi.org/10.1080/09751122.2012.11890044>
- Zeidner, M., Matthews, G., & Roberts, R. D. (2009). What we know about emotional intelligence: How it affects learning, work, relationships, and our mental health. MIT.

REVISTA CIENTÍFICA
YACHAQ

**EFICIENCIA DEL GASTO PÚBLICO SOCIAL EN EL ACCESO AL AGUA Y
SANEAMIENTO EN EL ÁMBITO RURAL, PERÚ 2010 - 2022**

Efficiency of social public expenditure on access to water and sanitation in the rural area, Peru 2010 - 2022

Liz Katherin Paredes Aguilar¹
Egresada de Universidad Católica de Trujillo
Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1023-0128>
palk.1050@gmail.com



Recibido:23/05/2024
Aceptado:23/08/2024

DOI: https://doi.org/10.46363/yachaq.v7i2_2

RESUMEN

Actualmente el plan nacional de saneamiento mantiene un enfoque de cierre de brechas al 2030, en función al acceso, calidad y sostenibilidad del servicio. En ese marco es importante que exista compromiso en la ejecución de los recursos asignados sobre las inversiones destinadas al sector de agua y saneamiento en los tres niveles de gobiernos. En ese sentido la investigación tiene como objetivo determinar cuál es el impacto de la eficiencia del gasto público social en el acceso de agua y saneamiento por red pública en el ámbito rural del Perú, para una ventana temporal de 13 años, la cual abarca desde el 2010-2022.

Para ello se estimaron dos ecuaciones por medio del estimador intragrupos (Within), del Modelo estático de Efectos fijos, representado por la participación de la población con acceso a agua y saneamiento en el área rural, además de la participación del gasto público social, producto bruto interno per cápita y otras variables control. El estudio demuestra en compatibilidad con la teoría económica del bienestar, una relación positiva y consistente entre la ejecución del gasto público y el beneficio de tener un mayor acceso en la población a los servicios de agua y saneamiento.

Palabra claves: Gasto público social - producto interno per cápita - variables control estimador intragrupos - modelo panel - acceso a agua y saneamiento - sostenibilidad del servicio.

¹Ganadora del VII Concurso Gregorio Mendel UCT - Categoría Egresada

ABSTRACT:

Currently, the national sanitation plan policy maintains a focus on closing the gaps by 2030, based on access, quality and sustainability of the service. Within this framework, it is important that there be commitment in the execution of the resources allocated for investments in the water and sanitation sector at the three levels of government. In this sense, the objective of this research is to determine the impact of the efficiency of public social spending on access to water and sanitation through public networks in rural Peru, for a time window of 13 years, from 2010 to

2022. For this purpose, two equations were estimated by means of the intra-group estimator (Within) of the static fixed effects model, represented by the share of the population with access to water and sanitation in rural areas, in addition to the share of public social spending, gross domestic product per capita and other control variables. The study demonstrates, in compatibility with the economic theory of welfare, a positive and consistent relationship between the execution of public spending and the benefit of having greater access to water and sanitation services in the population.

Keywords: public social spending, per capita domestic product, intra-group estimator control variables, panel model, access to water and sanitation, and service sustainability.

INTRODUCCIÓN

El acceso al agua y saneamiento por red pública en el ámbito rural enfrenta importantes desafíos para lograr una cobertura general en todo el mundo, actualmente el 26% de la población no dispone de agua potable y el 46% carece de saneamiento seguro (Unesco, 2023). Asimismo, se estima que en Latinoamérica y el Caribe el 50.8% de la población no tiene saneamiento gestionado de forma segura, lo cual resulta un reto sobre todo en países emergentes en donde la ejecución del gasto público en inversiones de agua potable y saneamiento se encuentra por debajo del 1,38%¹ del PBI anual.

En ese sentido, de acuerdo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), para lograr la cobertura universal de agua y saneamiento al 2030, es necesario impulsar la inversión pública y

privada, la educación en el sector saneamiento, la implementación de herramientas tecnológicas, mejoras en la articulación y cooperación entre los actores del sector, además de tomar un enfoque universal y holístico de la dirección del agua. En ese sentido tal como advierte Watkins, (2006) es necesario redireccionar el gasto público con el fin de reducir las brechas de acceso de agua y saneamiento sobre todo en el área rural, dadas las bajas tasas de financiamiento que presentan para la administración política. Desde ese punto de vista, las políticas públicas en el sector de saneamiento deben ir acompañadas de una adecuada formulación, priorización y monitoreo, con el fin de identificar y corregir las fallas en la ejecución del

gasto.

Tal como refieren Gupta et al. (2002) el incremento de las tasas de acceso a los servicios públicos va acompañadas de adecuadas políticas fiscales y de instituciones de calidad, para este estudio se analizó a un conjunto de países de Asia Oriental, en donde las coberturas de acceso se ampliaron, continuamente en función al crecimiento económico el cual iba acompañado de apropiadas políticas fiscales.

Investigaciones realizadas por Mehta et al. (2005), establecen que estrategias de financiamiento sostenibles en países pobres como en el África generan mayor acceso a los servicios de agua y saneamiento básico, siendo necesario inversiones eficientes, enfoque de gasto bajo el modelo de recuperación de costos y la accesibilidad de los hogares. Por lo que se infiere que es fundamental lograr niveles de eficiencia en el financiamiento público para lograr mayores índices de cobertura en los sectores con menores ingresos.

Respecto al impulso de lograr mayor cobertura por red pública de agua potable en el ámbito rural, Autores como Lockwood, H. (2002) y Hutchings et al. (2015) concuerdan en que si bien la inversión pública y privada en el ámbito rural ha aumentado a través de los años en el desarrollo de proyectos de saneamiento es necesario el acompañamiento técnico de las instituciones y actores del sector con el fin de poder lograr a largo plazo el desarrollo de una gestión sostenible por las comunidades intervenidas.

A nivel latinoamericano, Pinilla y Torres (2018), señalan la importancia del gasto público, para cumplir con los objetivos

en el sector saneamiento, así como la necesidad de contar con instituciones públicas fortalecidas. Estos Autores analizaron la relación entre el gasto público social y el acceso a los servicios de agua y saneamiento, para 15 países latinoamericanos, determinando la existencia de una relación positiva entre el acceso a los servicios en el área rural y el gasto público.

A nivel Nacional, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en el Perú la tasa de acceso de agua y saneamiento por red pública presenta heterogeneidad en los niveles de acceso, continuidad del servicio y niveles de cloración. Se calcula que, al cierre del año 2021, solo 15 departamentos registraron tasas de cobertura mayor al promedio nacional (89.9 %). Asimismo, al término del 2023, se alcanzó una cobertura de agua por red pública del 78.5% y 91.8% en el ámbito rural y urbano respectivamente, en esa misma línea, el acceso a saneamiento en el área rural por red pública fue de 38% y en el área urbana de 86.9%. (Perú: Formas de Acceso al Agua y Saneamiento Básico, 2023, p.13). Este escenario evidencia la necesidad de ejecutar políticas que coadyuven a poder incrementar el nivel de avance en el acceso en agua potable y saneamiento en el ámbito urbano y rural, ya que con tasas de crecimiento de menos de 1² punto porcentual (pp) reduce la posibilidad de cumplir con el ODS N°6 al 2030. Con relación a la eficiencia de la

ejecución del gasto público por regiones en el sector saneamiento, la Sociedad de comercio del Perú (Comex Perú), reportó que el avance a nivel regional para el año 2023 fue del 80% un aumento de 16 pp, respecto al año 2022 (64%) y de 9 pp, respecto al 2021 (71%). Esto revela que, si bien a nivel regional la ejecución de gasto ha avanzado, aún existen deficiencias en la ejecución de cada gobierno regional, pues durante los tres últimos años se ha identificado que en promedio 6 gobiernos regionales ejecutan menos del 50% del presupuesto asignado en saneamiento. A modo de ejemplo en el año 2018, la región de Cajamarca siendo una región que presentó los niveles más altos de pobreza (47.5%) priorizó ejecutar inversiones en sectores que no requerían ser atendidos con preeminencia, dejando de lado sectores de transporte o saneamiento que hubiesen mejorado la competitividad de la región y la calidad de sus pobladores. (Comex Perú, 2019). Bajo este contexto con el fin de poder determinar la tasa de participación del gasto público en el acceso a los servicios de agua y saneamiento, se propone aplicar la metodología de cálculo del gasto público social³, propuesta por la (Martínez y Collinao, 2010) destacan el uso de los codificadores del sistema de cuentas nacionales para estructurar y estandarizar programas y funciones por un tipo de producto específico ofrecido por el gobierno, siendo una forma de aproximarse al indicador de gasto público social.

Asimismo hay evidencia de investigaciones empíricas que explican con otras variables las incompatibilidades entre países en cuanto a la cobertura de agua y saneamiento en el área rural, tal es el caso de Gomez, et al. (2019), quienes analizan los determinantes de acceso de agua en zonas rurales, identificando que los países en desarrollo, son los más afectados en los niveles de cobertura, principalmente por el nivel de ingresos de PBI per cápita, la tasa de educación en las mujeres, el peso que la agricultura en el PIB y el crecimiento de la población, en comparación con los países más desarrollados que presentan mayor acceso al agua por red pública.

En esa misma línea Rodríguez, et al. (2022) demuestran en base al estudio realizado para diferentes países del mundo que el nivel de PBI per cápita y el acceso al agua potable están altamente correlacionados, evidenciando que los países con menores recursos son los que presentan una alta brecha en el acceso de agua potable.

En referencia a estas investigaciones, se evidencia que la relación entre acceso a los servicios de agua y saneamiento y el PBI per cápita se refuerza en la heterogeneidad del nivel de ingresos que mantiene cada país lo cual impacta en los sectores menos favorecidos, principalmente en los de menores ingresos, los cuales se encuentran en su mayoría en el ámbito rural, razón por la cual no solo es necesaria la eficiente intervención del estado en la

ejecución del gasto, sino también la consideración de otros factores determinantes que ayuden a tomar mejores decisiones para ampliar los niveles de cobertura.

De esta manera, el presente estudio tiene como objetivo principal determinar el impacto de la eficiencia del gasto público en el acceso a agua y saneamiento por red pública en el ámbito rural para el cierre de brechas, Perú 2010 – 2022, y en esa misma línea se tiene los siguientes objetivos específicos: determinar el impacto del gasto público de saneamiento en el acceso a agua y saneamiento por red pública en el ámbito rural, Perú 2010 – 2022 y determinar el impacto del gasto público social en el acceso a agua y saneamiento por red pública en el ámbito rural, Perú 2010 – 2022.

En ese mismo sentido la investigación presenta la siguiente hipótesis general: La eficiencia del gasto público influye de forma significativa y positiva en el cierre de brechas de agua y saneamiento por red pública en el ámbito rural, Perú 2010 – 2022. Lo cual se evaluará en base a un modelo de panel estático de Efectos fijos, a través del estimador intragrupo (within), para los 24 departamentos del Perú. Además, se tiene las siguientes hipótesis específicas, la eficiencia del gasto público de saneamiento influye de forma significativa y positiva en el acceso a agua y saneamiento por red pública en el ámbito rural, Perú 2010 – 2022 y la eficiencia del gasto público

social influye de forma significativa y positiva en el acceso a agua y saneamiento por red pública en el ámbito rural, Perú 2010 – 2022.

En ese orden de ideas, la investigación se justifica teóricamente, basado en el estudio de Hernández-Sampieri & Mendoza Torres (2018), ya que busca desarrollar en el conocimiento existente de un tema de estudio en particular, un nuevo conocimiento. En ese sentido, se identificó que actualmente no existe en el Perú, Literatura que haya medido la eficiencia del tipo de gasto público en el acceso al agua y saneamiento en el ámbito rural. Además, la investigación se justifica metodológicamente, conforme con Fernández Bedoya (2020) debido a que este tipo de estudio tiene la particularidad de presentar compatibilidad con el uso de instrumentos para la recolección de datos y de una adecuada estrategia para la presentación de resultados haciendo uso de herramientas y/o instrumentos estadísticos y econométricos para el análisis de las dinámicas del acceso al agua y saneamiento.

Finalmente, la investigación se justifica prácticamente, porque busca principalmente generar respuestas a la problemática del bajo acceso al agua y saneamiento en el ámbito rural. Asimismo, este trabajo contribuye como insumo para los tomadores de decisiones públicas, a fin de impulsar políticas integrales que promuevan mayores tasas de inversión en saneamiento.

MÉTODOLOGÍA

El trabajo presenta un enfoque cuantitativo utilizado por Hernández et al., (2010) ya que reúne pruebas para comprobar hipótesis, teorías, supuestos entre otros, haciendo uso de técnicas estadísticas bajo un orden estructurado con la finalidad de lograr un adecuado análisis de cada variable.

Asimismo, la investigación es de tipo descriptiva, ya que busca explicar y describir las características específicas de las variables endógenas y exógenas, en relación con el impacto que estas generan, asimismo busca identificar que variables muestran mayor incidencia en el acceso a agua y saneamiento en el ámbito rural, 2010 – 2022, para cada región del Perú. La metodología utilizada en la presente investigación tiene como precedente el trabajo realizado por Rodríguez y Torres (2018), quienes calcularon cuatro modelos econométricos referidos al acceso a agua y saneamiento por red mejorada, mediante modelos de mínimos cuadrados generalizados, encontrando una relación positiva y altamente consistente con el gasto

público social, PBI per cápita, actividad agrícola, entre otros, para todos los modelos estimados. En base a lo referido se consideró como población al conjunto histórico de datos anuales desde el año 2010 al 2022 los cuales son: la población con acceso a agua potable por red pública y la población con acceso a saneamiento por red pública, el gasto público social regional, gasto público de saneamiento, Producto bruto interno per cápita (soles contantes). Además de variables de control como la tasa de población rural, el peso del sector agrícola en el PBI, la superficie de humedales protegidos y percepción de la gestión del gobierno central y del gobierno regional.

Para contrastar las hipótesis planteadas se siguió con la siguiente estructura: Se completó la serie de tiempo de las variables endógenas, variables exógenas y se formularon los modelos econométricos (**paneles estáticos**), se procedió a estandarizar las variables mediante (**Ln**), con la finalidad de medir su elasticidad de los efectos individuales en el tiempo, las ecuaciones quedan representadas:

Acceso al agua por red pública:

$$Cb_{ruit} = \beta_0 + \beta_1GPS_{it} + \beta_2GP_{it} + \beta_3PIBpc_{it} + \beta_4Tpr_{it} + \beta_5Agr_{it} + \beta_6Hum_{it} + \beta_7Gob_{ceit} + \beta_8Gob_{reit} + \varepsilon_{it}$$

Acceso a saneamiento por red pública

$$Cb_{sruit} = \beta_0 + \beta_1GPS_{it} + \beta_2GP_{it} + \beta_3PIBpc_{it} + \beta_4Tpr_{it} + \beta_5Agr_{it} + \beta_6Hum_{it} + \beta_7Gob_{ceit} + \beta_8Gob_{reit} + \varepsilon_{it}$$

Variable del Modelo	Nombre de la variable	Signo esperado
Cb_ru	Porcentaje de la población con acceso a agua por red pública	+
Cb_sru	Porcentaje de la población con acceso a saneamiento por red pública.	+
GPS	Porcentaje del gasto público social regional respecto al PBI	+
GP	Porcentaje del gasto público en saneamiento del gobierno central respecto al PBI	+
PIBpc	Producto bruto interno anual por habitante a precios constantes en soles de 2010.	+
Tpr	Tasa de la población rural.	+ ó -
Agr	Peso de la actividad agrícola en el PBI	+
Hum	Superficie de humedales protegidos, indicador establecido según la convención de Ramsar.	+ ó -
Gob_re	Porcentaje de la percepción (buena gestión) del gobierno regional	+ ó -
Gob_ce	Porcentaje de la percepción (buena gestión) del gobierno central	+ ó -

Para el procesamiento de datos se hizo uso del software (Stata 16), con el cual, se realizaron las corridas econométricas, la corrección de supuestos mediante el estimador de Driscoll & Kraay⁴, y las

RESULTADOS

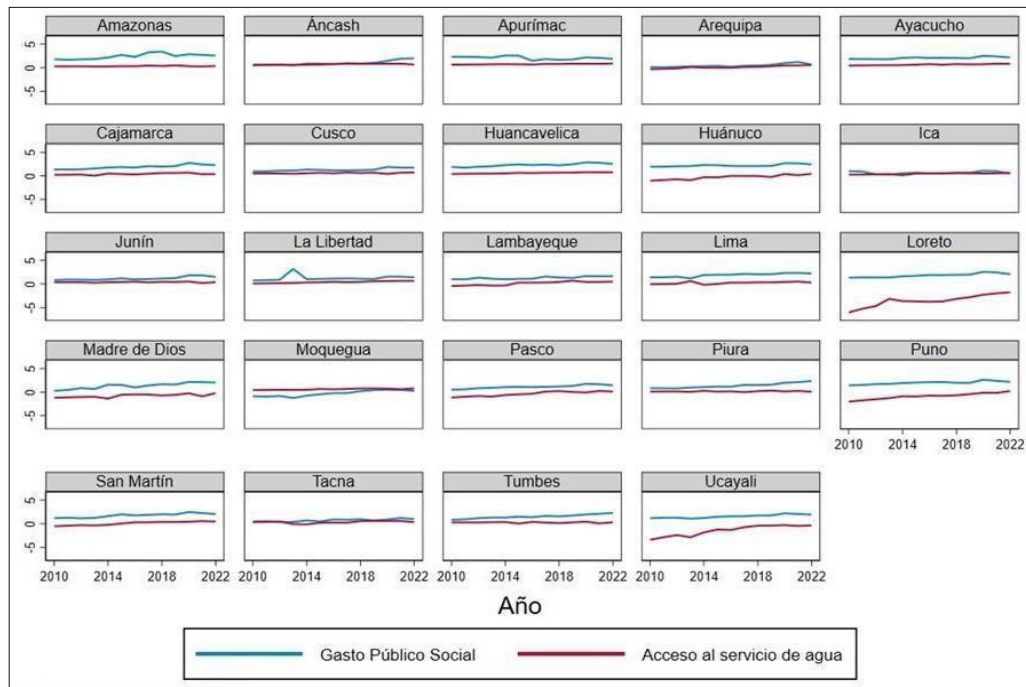
Dentro de los resultados encontrados se puede visualizar en la Figura 1, que el comportamiento del gasto público social y el acceso al agua potable por red pública en el ámbito rural para cada uno de los departamentos del Perú, han mantenido leves tendencias

pruebas de validación. Luego de realizados estos contrastes se eligió al mejor modelo, para probar la validez de las hipótesis.

crecientes y decrecientes a través de los años 2010 al 2022, No obstante, en la Figura 2 se muestra que el gasto público social promedio de los 24 departamentos del Perú, mantuvieron comportamientos graduales con tendencias crecientes.

Figura 1

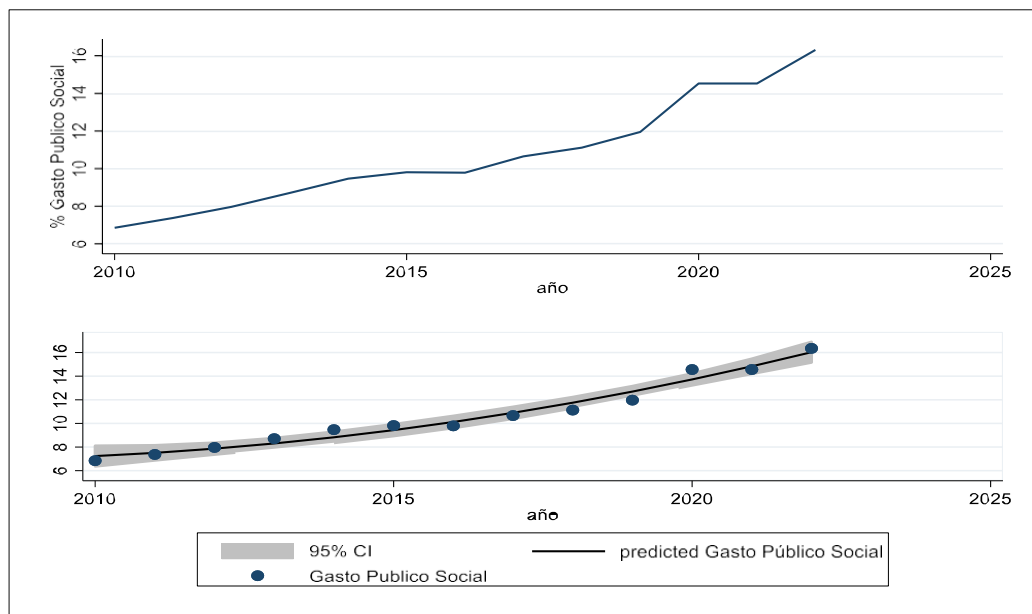
Gasto Público Social y el Acceso al Servicio de Agua – Ámbito Rural



Nota: El grafico refleja el comportamiento del gasto público social del gobierno regional y el acceso al servicio de agua por red pública.

Figura 2

Gráfico N°3. Gasto público social como porcentaje del PBI (24 departamentos del Perú, 2010-2022)



Nota: El grafico refleja el comportamiento del gasto público social general del Perú como porcentaje del PBI

Previo al análisis de la aplicación de la metodología de datos panel, se realizó un análisis por mínimos cuadrados ordinarios (MCO), sin embargo como ambos modelos presentaron efectos individuales y variaciones en el tiempo explicados por las variables del modelo, se evaluaron los efectos individuales usando Panel de datos para lo cual se hizo uso del Método Generalizado por Momentos (tratamiento por Efectos aleatorios) y mediante el estimador intragrupos (tratamiento por Efectos fijos), con ambas evaluaciones, y mediante el Test de Hausman se procedió a elegir al modelo más adecuado siendo para ambos modelos el tratamiento por Efectos Fijos. Asimismo, se realizaron los test correspondientes a los problemas que suelen presentarse bajo el supuesto de no perturbaciones esféricas (Homocedasticidad y No Autocorrelación), para lo cual se aplicó el método Driscoll-Kraay con la finalidad de lograr estimadores eficientes y consistentes tal como se puede visualizar en el cuadro N°1.

En el **cuadro N°1**, se puede visualizar el resultado de las estimaciones realizadas de los tres modelos panel de efectos fijos

(Modelo~1, Modelo~2 y Modelo~3), los cuales corresponden al acceso de la población al servicio de agua por red pública rural, presentando una relación positiva y significativa con la variable gasto público social y gasto en saneamiento respectivamente, así como con la variable producto bruto interno per cápita. Para el **Modelo 1**, los humedales protegidos, el producto bruto interno per cápita, el peso de la actividad agrícola, la tasa de la población rural seguido del gasto público social son las variables que explican el acceso de la población rural con coeficientes esperados y significativos. Sin embargo, las variables percepción favorable del gobierno central y la percepción favorable del gobierno regional, resultaron no significativas. Reducido.

Analizando el **Modelo 2**, la variable humedales protegidos y percepción de la gestión del gobierno central presentan mayor grado explicativo del modelo, ambas variables junto al peso de la actividad agrícola, producto bruto interno per cápita y tasa de la población rural presentan coeficientes y niveles de significancia adecuados, seguido del gasto público de saneamiento con un coeficiente más.

Cuadro N°1. Comparación de modelos ecométricos para el Acceso al Servicio de Agua por red pública (Cb_ru)

Indicadores	Modelo~1		Modelo~2		Modelo~3 ^{1/}	
	B	Sig.	B	Sig.	B	Sig.
Constante	1.469	0,128	1.347	0,000	0.893	0,000
GPS	0,102	0.010			0,110	0,001
GP			0,026	0,008		
PIBpc	0.551	0,000	0.510	0,000	0.586	0.000
Tpr	-0.248	0,033	-0.350	0,006	-0,237	0,020
Agr	0.554	0,001	0.579	0,000	0,589	0,000
Hum	-1.685	0.000	-1.099	0.002	-1.722	0.000
Gob_re	-0.136	0.127	-0.143	0.068		
Gob_ce	0.064	0.124	0.074	0.052		

Nota:

^{1/} Para la estimación del **modelo ~3**, se consideró la aplicación del método Driscoll-Kraay con el cual se obtuvo coeficientes y niveles de significancia ($p_value < 0.05$) adecuados.

Con relación a los modelos analizados de acceso a agua y saneamiento en el área rural (**Modelo N°3 y Modelo N°3***), para los fines de este estudio solo

se considerarán dos ecuaciones finales ya que presentaron consistencia en los estimadores y niveles de significancia adecuados para el análisis.

Modelo N°3

$$Cb_{ru} = - 8.68 + 0.110GPS + 0.586PIBpc - 0.237Tpr + 0.589Agr - 1.722Hum + \varepsilon_{it}$$

Modelo N°3*

$$Cb_{sru} = -10.42 + 0.430GPS + 1.465PIBpc - 0.772Tpr + 0.717Agr + \varepsilon_{it}$$

DISCUSIÓN

Como lo señala Larson, et al (2006), el ingreso per cápita de los hogares presenta un efecto directo sobre los servicios de agua y saneamiento, sosteniendo que, si un gobierno atiende la distribución del ingreso, lograra proveer de forma equilibrada los servicios públicos esta hipótesis es coincidente con lo encontrado respecto al producto bruto interno per cápita el cual muestra una relación positiva y relevante para los servicios de agua y saneamiento.

Otra variable relevante, en el estudio es el peso de la actividad agrícola en el

PBI, la cual presenta una relación positiva y significativa con el acceso al agua y saneamiento, esta asociación se puede explicar por los proyectos de inversión hidráulica en procesos de producción agrícola, lo que propicia mejoras en la infraestructura hídrica, a las poblaciones rurales, este hallazgo concuerda con Vélez, et al (2021), señalan que el uso del recurso hídrico de forma técnica e intensificada mejora la productividad agrícola ya que proporciona mejores ventajas comparativas y competitivas en este sector.

La variable tasa de población rural, en relación con el acceso a los servicios de agua y saneamiento refleja un comportamiento negativo en todos los modelos presentados, al parecer hay un acceso restringido de las poblaciones rurales, puede deberse a factores de tipo de vivienda, la distancia a la red pública y el nivel de ingresos, entre otros. Este resultado concuerda con estudios de Gómez (2016) encuentra que es mayor la posibilidad de las poblaciones urbanas con niveles de ingresos altos tener acceso a agua potable en comparación con las poblaciones rurales, sobre todo si estas están ubicadas en el centro geográfico en contraste a las zonas rurales que por lo general se ubican en los límites o zonas periféricas de una ciudad, otro determinante considerado son las condiciones climatológicas huaicos e inundaciones que en suma reducen la probabilidad de tener acceso al agua y saneamiento.

Una variable significativa y relacionada de forma inversa al acceso a agua por red pública son los humedales protegidos. Pareciera que ante la necesidad de no contar con redes de acceso a agua potable los pobladores rurales tienden a aprovechar de forma directa o indirecta la disponibilidad a fuentes hídricas para su uso. Aunque no es posible establecer una relación absoluta sobre esta relación inversa. Se puede explicar esta realidad en base al enfoque de la Estrategia Nacional de Humedales (2015), señala que el incremento de la degradación de los ecosistemas de humedales se genera por una inadecuada inclusión de los valores sociales, económicos, culturales y sobre todo ambientales.

En ese sentido, en relación con las hipótesis planteadas queda evidenciado que el Gasto público influye de forma positiva y significativa en el acceso al agua y saneamiento por red pública en el ámbito rural, asimismo se comprobó que tanto el tipo de gasto público en saneamiento y gasto público social impactan de forma positiva y significativamente, en grados diferentes. En ese orden de ideas la presente investigación considero en base a la literatura revisada, las pruebas estadísticas y el análisis econométrico el modelo más adecuado que explica el impacto del acceso a los servicios de agua y saneamiento por red pública es el gasto público social. Tal como lo indicaran Torres, Y. & Pinilla, D (2021) el gasto público social muestra una relación positiva, significativa y consistente respecto al acceso a agua potable y saneamiento en el área rural y urbana, concluyendo que el gasto público resulta una variable que posibilita que países de Latinoamérica cumplen con los objetivos de cobertura propuestos, sobre todo estos benefician principalmente a las áreas rurales.

En relación con el sentido social que el gasto representa sobre los beneficios sociales dirigidos a suplir las necesidades básicas de las poblaciones a través de transferencias o de forma directa en bienes y servicios. El Manual de Estadísticas de Finanzas Públicas del FMI (EFP, 2001), establece que este enfoque contempla impactos redistributivos, sociales (salud, educación, vivienda etc.) y beneficios económicos reflejados en el potencial productivo del país. En ese sentido se recomienda que el análisis

de este indicador no sea visto como una clasificación excluyente en el que requiera medir un impacto por separado de cada partida que lo complementa si no por el contrario

CONCLUSIONES

Existen diversos factores que influyen en el acceso a agua potable por red pública en el área rural, no obstante el gasto público cumple un rol en los de los objetivos y metas de gestión, En ese sentido se determinó que el gasto público social impacta en el cierre de brechas de agua y saneamiento por red pública principalmente en el área rural, para un periodo de 13 años (2010 – 2022), lo cual se comprobó a través del modelo de efectos fijos, superando las correcciones de autocorrelación y heteroscedasticidad mediante aplicación del método Driscoll-Kraay.

De los resultados obtenidos sobre el gasto en saneamiento público se evidencia que para los modelos propuestos de acceso a agua y saneamiento existe una relación positiva, pero con bajos niveles de explicación, en relación con este resultado se tiene que, si bien la variable resulta consistente, la variable no resulta relevante en poder explicar el efecto inobservable capturado por las demás variables explicativas. En ese sentido se optó por considerar la variable Gasto público Social para efectos de medir mejor el impacto en el acceso de los servicios públicos.

En esa misma línea se evaluó el impacto del gasto público social evidenciando que para ambos modelos analizados el grado de explicación de la variable endógena es significativo y

como un enfoque con efecto vinculante que aporta mayor valor agregado para la identificación del gasto social.

consistente, la relación positiva que demuestra la variable mantiene relación con la teoría económica, en ese sentido se podría inferir que la variable gasto público social conformada por las 06 partidas: Educación, Protección del Medio Ambiente, Vivienda & servicios comunitarios, Salud, Actividades recreativas, culturales & religiosas y Protección social muestran que para el periodo de estudio evaluado hay influyen en un mayor acceso en el servicio de agua y saneamiento, siendo este un posible efecto indirecto.

En relación con la eficiencia del gasto público y con los resultados obtenidos que se debe considerar que el peso del tamaño social que posea un estado es una característica que explica el avance de la cobertura de los servicios que este puede proporcionar a su población, en relación a la cobertura de los servicios de agua y saneamiento en el área rural, el impulso en la dinámica del gasto público ha logrado disminuir la brecha de acceso a agua y saneamiento por red pública, si bien lograr sostenibilidad del servicio sigue siendo un reto para las autoridades, lograr mecanismos que coadyuven al uso eficiente de recursos garantizaría mayor conexión y continuidad características que por lo general son posibles con mayor intervención social del sector estatal.

Referencias Bibliográficas

Agua potable y saneamiento en Perú diagnóstico y propuestas resumen ejecutivo

<https://library.fes.de/pdf-files/bueros/peru/20508.pdf>

- Alfageme, M. & Guabloche, M (1997). Estado, gasto público y desarrollo las capacidades: una aproximación. Documentos de Trabajo 2004 - 1997. <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Documentos-de-Trabajo/1998/Documento-trabajo-11-998.pdf>
- Baltagi, B. (2005). *Econometric Analysis of Panel Data*. John Wiley & Sons Ltd. Sociedad de Comercio Exterior del Perú. (2 de agosto de 2019). <https://www.comexperu.org.pe/articulo/a-que-se-debe-la-mala-ejecucion-del-gasto-publico-en-lasregiones#:~:text=%C2%BFA%20QU%20C3%89%20SE%20DEBE%20LA,GA%20STO%20P%20C3%9ABLICO%20EN%20LAS%20REGIONES%3F&text=En%20vez%20de%20impulsar%20la.ligado%20a%20actos%20de%20corrupci%C3%B3n>
- Driscoll, J. C., & Kraay, A. C. (1998). Consistent covariance matrix estimation with spatially dependent panel data. *Review of Economics and Statistics*, 80, 549-560.
- Ferro, Gustavo y Lentini, Emilio (2010). Economías de escala en los servicios de agua potable y alcantarillado. Documento de Proyectos, 369. <https://www.grade.org.pe/wp-content/uploads/librogradeeconomiaagua.pdf>
- Fernández Bedoya, V. H. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. *Espíritu Emprendedor TES*, 4(3),65–76. <https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n3.2020.207>
- Fernández Bedoya, V. H. (2023). Índices de rentabilidad y su relación con los ratios de liquidez de las administradoras privadas de fondos de pensiones, 2013-2019 [Universidad Continental]. <https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/12952>
- Gupta, et al. (2002). Dimensiones fiscales del desarrollo sostenible, FMI Serie de folletos, 54, <https://www.imf.org/external/pubs/ft/pam/pam54/s/pam54s.pdf>
- Gómez Urrego, D. E. (2016). Tres ensayos sobre eficiencia, acceso al agua potable y política de control de la contaminación de los recursos hídricos en Colombia [Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona]
- Gómez, M. (2019). Factores socioeconómicos que afectan el acceso al agua en zonas rurales de países de ingresos bajos y medios. *Agua* 2019, 11(2). <https://doi.org/10.3390/w11020202>
- Hutchings, P., Chan, M. Y., Cuadrado, L., Ezbakhe, F., Mesa, B., Tamekawa, C. y Franceys, R. (2015). A Systematic Review of Success Factors in the Community Management of Rural Water Supplies over the Past 30 Years. *Water Policy*, 17(5). <https://10.2166/wp.2015.128>
- Hernández, R. & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill.
- Instituto Nacional de estadística e Informática. (2023). Perú: Formas de Acceso al Agua y Saneamiento básico 2023. https://m.inei.gob.pe/media/MenuRecurivo/boletines/boletin_agua_2023.pdf
- Larson, B.; Minten, Bart y Razafindralambo, Ramy (2006). Los vínculos entre los Objetivos de Desarrollo del Milenio para reducir la pobreza, educación, acceso al agua y los hogares el uso del agua en los países en desarrollo: evidencia de Madagascar.
- La Fleur. (2014). Determinantes del acceso a fuentes de agua y saneamiento mejorados y los Objetivos de Desarrollo del Milenio en Honduras. Department of Economic and Social Affairs. <https://www.un.org/en/development/desa/policy/capacity/presentations/honduras/Determinantes-de-AyS-en-Honduras.pdf>
- Labra, R. & Torrecillas, C. (2014). Guía CERO para datos de panel: Un enfoque práctico. Working Paper.

- https://www.catedraam-asseco.com/documents/Working%20papers/WP2014_16_Guia%20CERO%20para%20datos%20de%20panel_Un%20enfoque%20practico.pdf
- Lockwood, H. (2002), Institutional Support Mechanisms for Community managed Rural Water Supply & Sanitation Systems in Latin America. Environmental Health Project, https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/Pnac786.pdf
- Martínez, et al. (2002). Modelo de Análisis del gasto social y primer Objetivo de Desarrollo del Milenio. Series Manuales,71. <file:///E:/S1100441gasto%20piublico%20social.pdf>
- Martínez, R. y Collinao, M. (2010). Gasto social: modelo de medición y análisis para América Latina y el Caribe. Manual 65 Gasto Social. https://mef.gob.pe/contenidos/pol_econ/documentos/gasto_social_modelo_medicion_analisis_ALyCaribe.pdf
- Mehta, M., Fugelsnes, T. y Virjee, K. (2005), "Financing the Millennium Development Goals for Water and Sanitation: What will it Take?". International Journal of Water Resources Development, 21(2).Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social. (2021). Boletín de Pobreza al 2021. <https://sdv.midis.gob.pe/redinforma/Upload/publicacion/Boletin%20de%20Recursos%20Servicios%20Basicos.pdf>
- Ministerio del Ambiente. (2015). Estrategia nacional de Humedales. <https://www.minam.gob.pe/wp-content/uploads/2015/01/Anexo-Decreto-Supremo-N%C2%B0-004-2015-MINAM2.pdf>
- Naciones Unidas (2023). Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2023:Edición especial. https://unstats.un.org/sdgs/report/2023/The-Sustainable-Development-Goals-Report2023_Spanish.pdf?_gl=1*1y4x5bu*_ga*NTA1MjUxODI0LjE3MTA4NTgxNDY.*_ga_TK9BQL5X7Z*MTcxMDg1ODczMi4wLjAuMA
- Rodríguez, et al. (2022). Water Context in Latin America and the Caribbean: Distribution, Regulations and Prospects for Water Reuse and Reclamation. Water 2022, 14(21), 35-89. <https://doi.org/10.3390/w14213589>
- Saravia et al. (2023). Necesidades de inversión en agua potable y saneamiento en América Latina y el Caribe: efectos en el empleo verde y el valor agregado bruto. Recursos Naturales y Desarrollo, 218. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/7a134a49-58b9-46a2-9404-fd5b109bdc2b/content>
- Torres, Y. & Pinilla, D (2021). Gasto público social, el acceso al agua potable y el saneamiento de las poblaciones rurales en América Latina. Revista Problemas Del Desarrollo, 196(50). <https://doi.org/10.22201/iiec.20078951e.2019.196.63499>
- Watkins, K. (2006), Human Development Report 2006. Beyond Scarcity: Power, Poverty and the Global Water Crisis, Nueva York, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. <https://hdr.undp.org/system/files/documents/hdr2006escompleto.pdf>

REVISTA CIENTÍFICA
YACHAQ

**EFFECTOS DEL USO DE VIDEOJUEGOS EN ADOLESCENTES: UNA REVISIÓN
SISTÉMICA**

EFFECTS OF VIDEO GAME USE ON ADOLESCENTS: A SYSTEMIC REVIEW

Est. Eliza Amparo Tacanga Polo
Universidad Católica de Trujillo

Orcid: <https://orcid.org/0009-0003-7496-3328>

Est. María de los Ángeles Ulloa Vargas
Universidad Católica de Trujillo

Orcid: <https://orcid.org/0009-0004-7207-8437>



Recibido:23/05/2024
Aceptado:25/08/2024

DOI: https://doi.org/10.46363/yachaq.v7i2_3

RESUMEN

La presente investigación sistemática tuvo como propósito examinar los impactos del empleo de los juegos electrónicos en los jóvenes de acuerdo a documentos científicos. Para alcanzar el objetivo metodológico establecido, se llevó a cabo una investigación de tipo básico, utilizando un diseño de estudio que consistió en una revisión sistemática de publicaciones científicas. Se seleccionaron 25 artículos científicos de una muestra compuesta por 164 documentos, utilizando diversas bases de datos como PubMed, ERIC, MDPI, REDIB, Researchgate, Scielo, Scimedirect, Scopus, Taylor and Francis y Wiley. Se aplicó una herramienta de evaluación mediante la técnica de análisis

documental. Los resultados indicaron que el uso de los videojuegos es predominante entre los varones, y su abuso sin control puede resultar en problemas como falta de sueño, irritabilidad, aislamiento social y escasa actividad física. Las principales causas de este fenómeno incluyen la permisividad parental, la disponibilidad de dispositivos tecnológicos en el hogar y la disfuncionalidad familiar. Además, se observó que los adolescentes que inician el uso de videojuegos suelen ser estudiantes con baja autoestima, dificultades en las relaciones interpersonales y que buscan una evasión de la realidad a través de la virtualidad.

Palabras Clave: Adolescentes – videojuegos – efectos

ABSTRACT

The purpose of this systematic investigation was to examine the impacts of using electronic games on young people according to scientific documents. To achieve the established methodological objective, a basic type of research was carried out, using a study design that consisted of a systematic review of scientific publications. 25 scientific articles were selected from a sample made up of 164 documents, using various databases such as PubMed, ERIC, MDPI, REDIB, Researchgate, Scielo, Scencedirect, Scopus, Taylor and Francis and Wiley. An evaluation tool was applied using the documentary analysis

technique. The results indicated that the use of video games is predominant among men, and its uncontrolled abuse can result in problems such as lack of sleep, irritability, social isolation and poor physical activity. The main causes of this phenomenon include parental permissiveness, the availability of technological devices in the home, and family dysfunction. Furthermore, it was observed that adolescents who begin using video games tend to be students with low self-esteem, difficulties in interpersonal relationships and who seek an escape from reality through virtuality.

Keywords: adolescents, video games, effects.

INTRODUCCIÓN

Los videojuegos en la actualidad son una de las estrategias de diversión más empleadas entre los adolescentes y jóvenes, no obstante, el uso sin medida y compulsivo provocaría una serie de dificultades que afectarían su tranquilidad personal y calidad de vida. (Estrada, 2023).

Portillo et al. (2023) menciona que existe evidencia científica que los adolescentes están expuestos constantemente a un tiempo excesivo en los videojuegos, desarrollan varios comportamientos patológicos, como la tranquilidad, introversión, falta de control y problemas interpersonales o intrapersonales. A nivel internacional, Iglesias et al. (2022) refieren que varios estudios han demostrado que los hombres dedican más tiempo a este tipo de entretenimiento. En España, la diferencia porcentual en el uso diario de videojuegos entre géneros es menor al cinco por ciento, con un 52% de hombres y un 48% de mujeres. Este porcentaje es inferior al registrado en otros países, como Estados Unidos,

donde el 55% de hombres y el 45% de mujeres juegan videojuegos; evidenciando que los adolescentes de 14 años juegan cinco veces más que las mujeres. En Italia, la disparidad es aún más pronunciada, con el 100% de los hombres y el 73% de las mujeres reportando jugar videojuegos. Reafirmando la predominancia masculina en el uso de este divertimento, asimismo son quienes mayor disposición de juego problemático presentan. Menéndez et al. (2022) indican que el uso de los videojuegos se ha expandido en todo el mundo. Cuyo uso está diseñado para cubrir los tiempos libres. Sin embargo, un uso excesivo se está transformando cada vez más en un motivo de preocupación, ya que el 15% de los adolescentes emplea más de tres horas a jugar videojuegos en un día de escuela (lunes a viernes). Sin embargo, aun siendo motivo de objeto de debate, hay cada vez más investigaciones que afirman que el trastorno de juego en Internet son adicciones conductuales.

Méndez et al. (2023) refieren que los videojuegos se han clasificado como uno de los medios de entretenimientos y expresiones más empleados de nuestra cultura, apoderándose de los jugadores de diferentes edades en cada extremo del mundo. Actualmente el tipo de videojuegos más arriesgado se caracteriza por llevar a comportamientos agresivos, adicción y distanciamiento social, entre otras posibles consecuencias contrarias provenientes del uso y/o práctica.

ChatGPT

López et al. (2022) señalan que en la última década, los videojuegos se han convertido en una parte integral de la vida diaria de los jóvenes, facilitado por la accesibilidad y atractivo de los dispositivos móviles, lo que ha impulsado el crecimiento de los juegos en red a través de internet. Además, se estima que entre el 5% y el 8% de los jugadores habituales pueden desarrollar trastornos relacionados, con una proporción significativa de adultos jóvenes dentro de este grupo, fluctuando entre el 3% y el 13%. Asimismo, se observa una tendencia en la que los hombres muestran una mayor inclinación hacia los videojuegos en línea y dedican más tiempo a estas actividades en comparación con las mujeres.

López et al. (2022) indican que los videojuegos son la principal alternativa de diversión audiovisual en varios países, por ejemplo: España, donde el 47% de la comunidad de 6 y 64 años juega a videojuegos, esto es casi 15.9 millones de individuos, el 74.2% todas las 4 semanas del mes. Ello se hace más fuerte en el caso de la población adolescente, donde el 72% entre 11 y

14 juegan a videojuegos de modo habitual.

Sánchez et al. (2021) refieren que el 85.5% de los adolescentes en México han utilizado videojuegos, y se ha informado que más del 44.6% de ellos llevan jugando más de cinco años. Las consolas de videojuegos son las más populares, utilizadas por el 50.9% de los encuestados, y el juego más común es Garena Free Fire, con un 36.6% de los participantes mencionándolo. Además, el 35.4% indicó que juega menos de una hora al día, mientras que el 33.5% juega de lunes a viernes.

Ortega et al. (2023) mencionan que el crecimiento abrumante del uso de videojuegos a nivel mundial representa un 5.3% más que el del 2020, ya que según los resultados obtenidos por Newzoo; en ese año en América Latina existía 289 millones de jugadores lo que representaba el 10% de todos los jugadores del mundo, sin embargo, hoy en día el número de jugadores se sitúa en 3.000 millones. En donde la media de adolescentes ecuatorianos alcanza un 50.79% hombres y 44.08% en mujeres. A nivel nacional, Peralta y Torres (2020) mencionan que, en el Perú, se reportó que la adicción a los videojuegos tiene una relación con la agresividad en los adolescentes y se identificó un mayor posibilidad de agresividad en los caballeros en comparación a las féminas. Asimismo, se indicó que el 28% tiene un nivel muy elevado de agresividad y el 32.3% presenta un nivel alto. Por ello, se conoce a la agresividad como un rasgo que puede estar de manera concurrente en la personalidad del ser humano.

Peralta y Torres (2020) citan a la

Organización Mundial de la Salud (2018) quien incluyó dentro del manual diagnóstico el trastorno por videojuegos. Para su diagnóstico debe cumplir con ciertos criterios: tener un practica de juego continuo, es decir, que haya una práctica exagerada y desmesurada; un aumento en cuanto al interés y necesidad que se crea a los videojuegos; y la desaparición para frenar su conducta de juego que como repercusión se conserva a pesar de tener conocimiento de las consecuencias perniciosas.

Estrada (2023) refiere que existe una relación directa y significativa entre el trastorno de uso de videojuegos (TUV) y el comportamiento agresivo (CA) en los adolescentes de la educación secundaria de la Amazonía peruana, en donde de los estudiantes con sujeción a los videojuegos presentan un 54.08% de uso leve, de igual manera se observó un 42.86% en un nivel medio, mientras que la conducta delictiva presente 71.43% en un nivel bajo.

La revisión se realizó a partir de la pregunta ¿Cuál es el efecto del uso de videojuegos en adolescentes?

En cuanto a la justificación, a nivel teórico, la presente revisión sistemática se justifica, porque permite informarse y renovar información sobre la variable estudiada, lo cual será de mucha ayuda para nuevas revisiones. A nivel social, los resultados permitirán identificar y comunicar sobre los efectos del uso de videojuegos en los adolescentes. A nivel metodológico, porque nos va a permitir adecuar una guía paso a paso sobre cómo abordar un proyecto.

Se investigó los efectos del uso de videojuegos en los adolescentes, por lo que se planteó como objetivo general,

describir los efectos del uso de videojuegos en los adolescentes. Asimismo, se planteó los objetivos específicos, analizar las causas sobre el uso de videojuegos en adolescentes y conocer las características sobre el uso de videojuegos en adolescentes.

La revisión de literatura a nivel internacional reveló que Guarnizo et al. (2024) llevaron a cabo un estudio con el propósito de investigar los efectos del uso de videojuegos en el desempeño académico de los estudiantes de educación media en la Institución Educativa San Luis Gonzaga, Chicoral. Utilizaron un enfoque metodológico cuali-cuantitativo con un diseño mixto y descriptivo. El instrumento utilizado fue un cuestionario virtual aprobado por la OMS titulado "¿Do I Play Too Much Videogames?" Los resultados obtenidos indicaron que no se encontró una asociación negativa entre el uso de videojuegos y el rendimiento académico. García et al. (2022) indican que el objetivo principal de su estudio fue realizar una revisión sistemática sobre la participación femenina en los videojuegos y los esports, utilizando la metodología PRISMA. Se llevaron a cabo búsquedas exhaustivas en documentos publicados desde 2017 hasta el 15 de septiembre de 2022. Un total de 98 artículos fueron recopilados de las bases de datos Science Direct, PubMed y PsycINFO. Luego de aplicar criterios de inclusión y exclusión, se analizaron detalladamente 17 artículos científicos relevantes. Los hallazgos revelaron, entre otros datos, que un poco menos del 50% de las mujeres participan en los juegos de video.

Rojas et al. (2023) en su investigación, se propusieron identificar el trastorno

por uso excesivo de videojuegos en adolescentes, analizando las características de los jóvenes que lo padecen, sus efectos a nivel cerebral, los factores asociados y las herramientas de evaluación disponibles. Para ello, llevaron a cabo una revisión sistemática de los estudios científicos publicados en Scopus sobre este trastorno en la población adolescente. Los hallazgos revelan que los adolescentes con este trastorno son principalmente varones y dedican más horas diarias y semanales al juego en comparación con aquellos que no lo presentan. Además, exhiben una variedad de síntomas en las áreas conductual, emocional y cognitiva.

A continuación, se describe la investigación de revisión sistemática realizada por Davila y García (2021) a nivel nacional. Su objetivo fue definir las características de la dependencia a

METODOLOGÍA

La presente revisión fue de tipo básica, puramente teórica y tiene como objetivo proponer nuevas teorías editar las existentes, para ampliar conocimientos científicos o fisiológicos. Teniendo en cuenta esto, el estudio se encarga de realizar un análisis de los efectos del uso de videojuegos en los adolescentes, lo que permite visualizar aspectos prácticos (Ortega, 2017). más allá de la problemática. El diseño de estudio tiene por nombre revisión sistemática, que tiene como objetivo obtener una gran cantidad de información veraz obtenida a través de artículos, experimentos o estudios, con la finalidad de tener la información necesaria para el estudio académico. La RS se caracteriza por la objetividad que busca transmitir y la identificación de vacíos en

los videojuegos en adolescentes. La muestra inicial estuvo conformada por 40 artículos, de los cuales se seleccionaron 25 artículos finales publicados en revistas indexadas y encontrados en motores de búsqueda de impacto como PubMed, Eric, MDPI, REDIB, Researchgate, Scielo, Scencedirect, Scopus, Taylor and Francis y Wiley. Los resultados obtenidos indicaron que los varones tienen un mayor riesgo de desarrollar adicción a los videojuegos. Las causas comunes de esta adicción en adolescentes suelen ser la permisividad de los padres, el deseo de evitar emociones negativas y la tendencia a la introversión. En cuanto a los efectos, se identificaron cinco principales: ansiedad y problemas académicos como el más común, seguido por dificultades para establecer relaciones sociales, depresión y estrés.

la investigación bajo revisión (Grijalva et al, 2019).

La muestra es un subconjunto exactamente representativo de una población, existiendo diferentes tipos de muestras; y el tipo de muestra que elijas dependerá de la calidad y representatividad que desees de tu población de estudio (Rojas, 2017).

Por ello, la muestra se obtuvo a partir de los criterios que establecieron los mismos investigadores, generando en un comienzo 164 artículos científicos, y culminando con un total de 25 artículos, que se publicaron en revistas objetivas, resaltando su capacidad de impacto en buscadores como: PubMed, ERIC, MDPI, REDIB, Researchgate, Scielo,

Scimedirect, Scopus, Taylor and Francis y Wiley.

Teniendo en consideración la incógnita planteada en el estudio, se pudo definir palabras claves como: videojuegos, adolescentes, secundaria, estudiantes, addiction, video game, school. Considerando (9) artículos científicos para el objetivo general, (8) artículos científicos para el primer objetivo específico y (8) artículos científicos para el segundo objetivo específico.

Los criterios de inclusión para este estudio son los siguientes: Se seleccionarán artículos científicos que se centren en el estudio de la variable de investigación, que es el uso de videojuegos en adolescentes. Además, se incluirán artículos publicados en el período de tiempo entre 2021 y 2024. Se considerarán tanto artículos escritos en español como en inglés.

Por otro lado, los criterios de exclusión son: Artículos científicos que tratan del

uso de videojuegos en adultos, niños, adictos., así como artículos científicos psicométricos que miden la adicción a los videojuegos.

La técnica que se empleó fue el análisis documental, consiste en encontrar referencias de calidad y agrupar la información para comprender la investigación teórica fundamental, complementaria en apoyo al desarrollo de diversos métodos de investigación de la socio-información (Guevara, 2018 pág. 108).

Se utilizó una lista de cotejo como instrumento de recolección de información, que permite la identificación y documentación del aprendizaje con respecto a actitudes, habilidades y destrezas. Consta de una serie de indicadores de desempeño, cuya presencia o ausencia se puede afirmar en un momento dado a partir del desempeño del indicador evaluado (Ministerio de Salud, 2022).

Flujograma

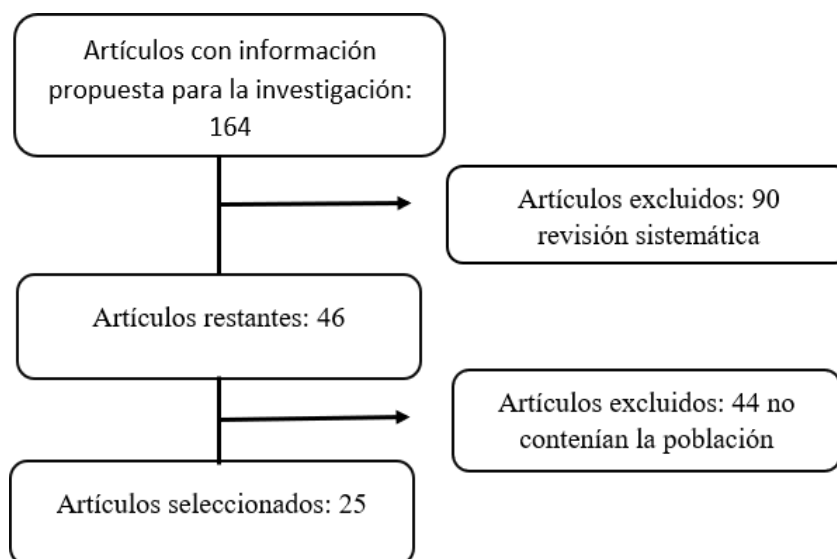


Figura 1 Flujograma de selección de artículos científicos

RESULTADOS

Tabla 1

Efectos del uso de videojuegos en adolescentes

N°	autor y año	efectos del uso de videojuegos
1	Peralta, L. Torres, M. (2020).	Conductas agresivas e incluso violentas
2	Sánchez et al (2021)	Vulnerables a comportamientos patológicos
3	Menéndez et al (2022).	Variar de acuerdo al tiempo de uso de los videojuegos
4	Méndez et al (2023).	Aislamiento social y escasez en habilidades psicosociales
5	Davila, R. García, M. (2021).	Dificultades para la sociabilidad y para una vida saludable donde la actividad física esté presente.
6	Barros et al. (2015).	Cambio de actitud y endeudamiento
7	Guarnizo et al, (2024).	Aumentar la motivación en los estudiantes
8	Ministerio de Salud Argentina (2022).	Especificar con claridad los pasos a seguir, para la realización de alguna investigación.
9	Ortega (2017)	Proceso ordenada y sistemática, de análisis y estudio.

En la tabla 1, se puede observar que los efectos del uso de videojuegos en adolescentes encontrados, el 36% de los artículos estudiados mencionan estos aspectos, donde el 60% refiere que se generan cambios de actitud, comportamientos agresivos y

dificultades para establecer relaciones interpersonales mientras que un 20% menciona que sirven como fuentes de motivación para las actividades escolares donde logran incrementar su rendimiento escolar.

Tabla 2**Causas sobre el uso de videojuegos en adolescentes**

N°	Autor y año	Causas del uso de videojuegos
10	López et al (2022).	Introdujo a los videojuegos como herramientas para el aprendizaje y el desarrollo como en el TDAH Y Dificultades de Aprendizaje.
11	López et al (2022).	Baja autoestima y problemas para relacionarse con sus pares.
12	Iglesias et al (2022).	El género masculino hace un mayor uso de videojuegos que el femenino.
13	Barros et al. (2015).	Situación de riesgo futuro debido a un mal manejo financiero
14	Sans, D. (2019).	En las últimas décadas el uso de videojuegos ha ido aumentando
15	López et al. (2022).	El entorno familiar y el estilo de crianza, relacionado con la permisividad excesiva.
16	Portillo et al. (2023).	La edad y la vulnerabilidad en la adolescencia.
17	Rojas et al. (2022)	La creciente expansión de los videojuegos manifiesta trastornos en los adolescentes

En la tabla 2, se evidencia que respecto a los causas del uso de videojuegos en adolescentes encontrados, el 32% de los artículos estudiados indigna en estos aspectos, donde el 40% refiere que su uso descontrolado está relacionado con la dinámica familiar

en la que se encuentra el adolescente, 25% sin embargo menciona que es por la vulnerabilidad propio de la edad y etapa que va atravesando y 10% es generado como plan de intervención para adolescentes con problemas de atención y tdah.

Tabla 3**Conocer las características sobre el uso de videojuegos en adolescentes**

N°	Autor y año	Características de la violencia
18	Ortega et al (2023).	Incremento del uso de videojuegos debido a la pandemia del COVID 19
19	Estrada et al (2023).	Comportamiento negativo caracterizado por la pérdida de control sobre el juego y el tiempo total dedicado.
20	Cuevas et al. (2022).	El consumo de videojuegos puede generar conflictos y discusiones en el núcleo familiar
21	Cervigón et al. (2022).	Problemas para controlar el tiempo de uso de videojuegos.
22	García et al. (2022).	Los juegan más tiempo que las chicas a los videojuegos
23	Jiménez et al. (2023).	Las características más comunes en los videojuegos son la motivación y competitividad
24	Rojas (2017).	la población objetiva cumple con los criterios para una investigación.
25	Paschke et al, (2021).	Pérdida de autonomía y sedentarismo.

En la tabla 3, se observa que, respecto a las características del uso de videojuegos en adolescentes encontrados, el 32% de los artículos estudiados indigna en estos aspectos, donde el 45% mencionan como

característica principal los problemas de conducta, pérdida de sueño, irritabilidad, etc. Un 25% considera personas con poca motivación e interés, así como un estilo de vida sedentario.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La presente revisión tuvo como finalidad conocer los efectos del uso de videojuegos en adolescentes, Ortega et al. (2023) mencionan que el uso de videojuegos ha aumentado debido a la pandemia de COVID 19, puesto que los adolescentes son el grupo poblacional más vulnerable, aquellos que al no poder tener las herramientas para controlarlo y usarlo con moderación podrían desarrollar una adicción, eso traería consigo consecuencias negativas. Estos pueden estar relacionados con problemas de sueño, efectos sobre la salud, pérdida de control, aislamiento social y reducción de la actividad física (Paschke et al, 2021). Como también se puede valorar que los resultados obtenidos fueron, 48.18% de los adolescentes tiene un uso moderado de videojuegos y un nivel de enfrentamiento de 17.29%, demostrando que a mayor flexibilidad de enfrentamiento menos uso de videojuegos por lo tanto menos posibilidades del desarrollo un mal comportamiento. (Ortega et al, 2023). Sin embargo, Jiménez et al. (2023) mencionan que las características más comunes en los videojuegos para aumentar la

motivación y la competitividad son: incluir los niveles o etapas, diferentes niveles de vida o de salud, o incluso equipos adicionales para la recuperación de vida (preparados, comida, pastillas, límites de tiempo; múltiples objetivos a corto, medio y largo plazo); y a medida de que avanza y transcurre el juego se activa el sistemas de recompensa, como derrotar al enemigo, conseguir trofeos, puntos, vidas o algunas monedas reales. En cuanto al primer objetivo específico, Cuevas et al. (2022) mencionan que los videojuegos, al igual que otras herramientas surgidas y aplicadas mediante las tecnologías de la información y las comunicaciones, han ido adquiriendo una mayor relevancia en nuestra sociedad. Aunque siguen siendo principalmente asociados al ocio y, por ende, utilizados en entornos privados, el crecimiento de enfoques como la gamificación ha llevado a los videojuegos a ocupar un lugar destacado en el ámbito educativo. Según varios estudios, una cantidad significativa de jugadores, que oscila entre el 67.5% y el 82%, declaran que no suelen prestar atención al tiempo cuando juegan, y a menudo terminan jugando más tiempo del que tenían previsto. Esto sugiere que la

pérdida de la noción del tiempo es más frecuente en aquellos que juegan con mayor regularidad. (Cervigón et al. 2022). Por otro lado, está la investigación de García et al. (2022) quienes refieren que el bajo índice de uso de videojuegos en mujeres se debe a que en su mayoría los juegos están diseñados para los hombres con características estereotipadas positivas para ellos y negativas hacia la mujer. Aquello que tiene tendencia a aumentar si es que no se realizan acciones para generar un cambio, educar en valores y luchar por la igualdad. Asimismo, tenemos a Sans (2019) quien menciona que el negocio de los videojuegos va dirigido a los adolescentes varones, siendo el principal objetivo de las industrias, las ofertas son para ellos, integrando lo menos posibles a las mujeres. Por otro lado, tenemos a Rojas et al. (2022) quienes refieren que la familia, es una de las principales causas para el uso de los videojuegos, ya que la disponibilidad de dispositivos electrónicos es lo que facilitará el contacto temprano y prematuro para con los videojuegos. Asimismo, la dinámica familiar y la cultura empleada dentro del hogar será vital para el uso de videojuegos

independiente de que si el adolescente es hombre o mujer. En cuanto al segundo objetivo específico, Rojas et al. (2022) mencionan que los adolescentes ensimismados en el uso de videojuegos tienen problemas dentro de su núcleo familiar, no les es fácil relacionarse con sus pares evitando su interacción con ellos y refugiándose en los videojuegos, siendo un tipo salvavidas dentro de su vida diaria. Sin embargo, López et al. (2022) refieren que los videojuegos pueden ofrecer oportunidades creativas y generar un compromiso significativo en los jóvenes, promoviendo el desarrollo de habilidades y formas de compromiso cognitivo y emocional. Sin embargo, también conllevan riesgos como la adicción a la tecnología, el sedentarismo y dificultades en la interacción social. Asimismo, Portillo et al. (2023) mencionan que se encuentran diferencias significativas entre hombres y mujeres en la adicción a los videojuegos, siendo los hombres la población más vulnerable. Reafirmando tal vulnerabilidad, Barros et al. (2015) mencionan que la adolescencia constituye una etapa del desarrollo psicosocial que se ve influenciada por los contextos económico-político, social y cultural. Estos no solo inciden en la

conformación de identidades sociales, sino también en la subjetividad y en las prácticas de consumo y endeudamiento de los adolescentes. Acorde al objetivo general se puede determinar que los efectos del uso de videojuegos en adolescentes son insomnio, conductas impulsivas, aislamiento social, pérdida de actividad física y bajo rendimiento escolar. Conforme al primer objetivo específico, las causas del uso de

videojuegos, se evidencia a la disponibilidad de aparatos tecnológicos en el hogar y a la falta de control por parte de los padres para con estos juegos, así como una dinámica familiar disfuncional. Respecto al segundo objetivo específico, las características de uso de videojuegos es que nos enfrentamos con adolescentes que tienden a tener una baja autoestima, así como problemas para relacionarse con sus pares.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barros, S. Cardenas, C. Denegri, M. (2015). Concepciones y prácticas de consumo y endeudamiento en adolescentes de la ciudad de Temuco, Chile. *Revista de la facultad de psicología*, 18. 17-28. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/psico/article/view/11770/10524>
- Cuevas, N. Gabarda, V. Cánovas, P. (2022). El uso responsable de videojuegos: ¿una cuestión familiar o escolar? *Revista Colombiana de Educación*, 1(84), 1-18. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=413674311012>
- Cervigón, V. García, C. Ballester, R. Giménez, C. Castro, J. (2022). Uso de videojuegos y estimación del tiempo: ¿existen diferencias en función del género? *Revista de Psicología*, 1(1). <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/38.+Ver%C3%B3nica+Cervig%C3%B3n+Carrasco.pdf>
- Estrada, E. Gallegos, N. Paricahua, J. (2023). Trastorno por uso de videojuegos y comportamiento agresivo en adolescentes de educación secundaria: Un estudio transversal en Perú. *Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios*. 13(1). 395-404. <http://saber.ucv.ve/ojs/index.php/revgmc/article/view/26562/144814492530>
- García, A. Agustín, N. Santos, O. (2022). Women, video games and sports: a systematic review. *Psicología del Deporte: aplicaciones prácticas*. 1(24) 29-46. <https://www.informaciopsicologica.info/revista/article/view/1948/1886>
- Grijalva, P. Cornejo, G. Gómez, R. Real, K. Fernández, A. (2019). Herramientas colaborativas para revisiones sistemáticas. *Revista Espacios*, 40(25), 1-10. <https://www.revistaespacios.com/a19v40n25/a19v40n25p09.pdf>
- Guevara, G. (2018). Análisis documental: Propuestas metodológicas para la transformación en programas de posgrado desde el enfoque socioformativo. Artículo de investigación.

- https://www.researchgate.net/publication/34233194_Analisis_documental_Propuestas_metodologicas_para_la_transformacion_en_programas_de_posgrado_desde_el_enfoque_socioformativo
- Guarnizo; F. Quintero; H. Castro; C. (2024). Efectos del uso de videojuegos en el Rendimiento Académico de Estudiantes de Educación Media. *Revista de Educación*. 6(16). 1-11. <https://revistamerito.org/index.php/merito/article/view/1235/2668>
- Iglesias, G. Domínguez, J. González, R. (2022). Influencia del género y la edad en el uso de los videojuegos en la población adolescente. *Psychology, Society & Education*, 14(2), 11-19. <https://journals.uco.es/psye/article/view/14267/13477>
- Jiménez, A. Lavín, J. Martín, N. (2023). El videojuego como motor de la trama fílmica: una intertextualidad en auge. *Artículo científico*. <https://www.redalyc.org/journal/105/10574559002/10574559002.pdf>
- López; C. Álvarez, O. González, J. Castillo, I. (2022). Sensibilidad a la ansiedad y adicción a los videojuegos en deportistas. El rol protector de la dureza mental. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 22(1), 124-137. <https://revistas.um.es/cpd/article/view/466831/319021>
- López, S. Rial, A. Marín, D. Rodríguez, J. (2022). Videojuegos, salud, convivencia y adicción. ¿Qué dice la evidencia científica? *Psychology, Society & Education*, 14(1), 45-54. <https://journals.uco.es/psye/article/view/14178/12818>
- López, F. Gallardo, J. Muñoz, D. (2022). Videojuegos y preadolescencia. Uso, hábitos e implicaciones socioeducativas en función del género. *Revista Colombiana de Educación*, 1(84), 1-25. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=413674311017>
- Méndez, C. Palacios, N. Méndez, D. (2023). Uso de videojuegos y su incidencia en la juventud actual. *Revista Killkana Sociales*. 7(1).83-94. <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-UsoDeVideojuegosYSuIncidenciaEnLaJuventudActual-9075847.pdf>
- Menéndez, A. Jiménez, A. Rodrigo, M. Marín, M. Sánchez, F. Roman, E. Blasco, H. (2022). Internet, video game and mobile phone addiction in children and adolescents: A case-control study. *Adicciones*, 34(3). 208-217. <https://adicciones.es/index.php/adicciones/article/view/1469/1168>
- Ministerio de Salud Argentina (2022). Guía para la elaboración de Instrumentos de Evaluación de Residentes. Dirección Nacional de Talento Humano y Conocimiento. <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/03-2023-guia-herramientas-evaluacion-residentes.pdf>
- Ortega, J. (2017). Cómo se genera una investigación científica que luego sea motivo de publicación. *Journal of the Selva Andina Research Society*, 8(2), 145-146. <https://www.redalyc.org/pdf/3613/361353711008.pdf>
- Ortega, J. Cedeño, G. Del Rocío, M. (2023). Uso problemático de videojuegos y flexibilidad de afrontamiento en adolescentes ecuatorianos. *Health and Addictions/Salud y Drogas*. 23(1).289-301. <https://ojs.haaaj.org/?journal=haaj&page=article&op=view&path%5B%5D=748&path%5B%5D=569>
- Paschke et al, (2021). Adolescent gaming and social media usage before and during the COVID- 19 pandemic Interim results of a longitudinal study. *Research and Practice* 67(1).13-22.

- <https://www.researchgate.net/publication/349368138> Adolescent gaming and social media usage before and during the COVID-19 pandemic Interim results of a longitudinal study
- Peralta, L. Torres, M. (2020). Adicción a videojuegos en relación con la conducta antisocial y delictiva en adolescentes de un colegio estatal de Lima. CASUS. 5(3);118-130.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7770608>
- Portillo, S. Caldera, J. Sedeño, K. Zamora, M. Reynoso, O. Pérez, (2023). Adicción a los videojuegos y al internet en estudiantado mexicano de bachillerato. Revista Electrónica Educare, 27(3). 1-19.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194177511024>
- Rojas, C. Polanco, R. Navarro, R. Faúndez, F. Chamorro, M. (2022) “Game (not) Over”: A Systematic Review of Video Game Disorder in Adolescents, Revista colombiana de psicología. 31(2).1-20.
<http://www.scielo.org.co/pdf/rcps/v31n2/0121-5469-rcps-31-02-45.pdf>
- Rojas, A. (2017). Investigación e Innovación Metodológica.
<https://investigacionmetodologica.derojas.blogspot.com/2017/09/poblacion-y-muestra.html>
- Sánchez, J. Telumbre, J. Castillo, L. (2021) Description of the use and dependence to videogames in adolescents schooled in Ciudad del Carmen, Campeche. Health and Addictions / Salud y Drogas, 21(1), 1-14.
<https://ojs.haaj.org/?journal=haaj&page=article&op=view&path%5B%5D=558&path%5B%5D=405>
- Sans, D. (2019). Adolescencia y consumo de videojuegos: Una revisión narrativa del Estado del Arte. Universidad de Buenos Aires-Argentina. Anuario de Investigaciones; vol. XXVI.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=369163433017>

REVISTA CIENTÍFICA
YACHAQ

**MARKETING RELACIONAL Y CALIDAD DE SERVICIO EN UNA EMPRESA EN
UNA DE TRANSPORTES DE SERVICIO DE TAXY EN LA CIUDAD DE
AYACUCHO**

RELATIONAL MARKETING AND SERVICE QUALITY IN A TAXY SERVICE
TRANSPORTATION COMPANY IN THE CITY OF AYACUCHO

Liseth Wendy Ccoyllo Quispe¹

Universidad Católica de Trujillo

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5896-0619>

Guisella Balbina Mosqueira Rodríguez²

Universidad César Vallejo

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6170-5838>

Edgard Stalin Paz Muro³

Universidad Cesar Vallejo

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4598-6913>



Recibido: 26/08/2024

Aceptado: 16/11/2024

DOI: https://doi.org/10.46363/yachaq.v7i2_4

RESUMEN

El presente artículo tiene como fin determinar la asociación entre el marketing relacional y la calidad de servicio en una empresa de transportes de servicio de taxi de la ciudad de Ayacucho. El estudio es de tipo aplicada, de diseño no experimental, descriptivo, correlacional y corte transversal. Se aplicó la técnica de encuesta y los instrumentos fueron dos cuestionarios; el modelo RM (Relationship Marketing) y el modelo SERVQUAL, los cuales fueron administrados a 315 usuarios.

Se determinó que existe asociación entre las variables marketing relacional y la calidad de servicio, con un p-valor de 0.033 (<0.05), siendo de baja intensidad debido a que el indicador V de Cramer = 0.148, por lo que se aceptó la hipótesis alterna de la investigación: existe asociación entre el marketing relacional con la calidad de servicio en una empresa de transportes de servicio de taxi de la ciudad de Ayacucho y se rechazó la hipótesis nula.

PALABRAS CLAVE: Marketing Relacional, calidad de servicio, usuario, taxi.

ABSTRACT

The purpose of this article is to determine the association between relational marketing and service quality in a taxi transport company in the city of Ayacucho. The study is applied, non-experimental, descriptive, correlational and cross-sectional. The survey technique was applied and the instruments were two questionnaires; the RM (Relationship Marketing) model and the SERVQUAL model, which were administered to 315 users.

It was determined that there is an association between the variables relational marketing and service quality, with a p-value of 0.033 (<0.05), being of low intensity due to the fact that Cramer's V indicator = 0.148, so the alternative hypothesis of the research was accepted: there is an association between relational marketing with service quality in a taxi transport company in the city of Ayacucho and the hypothesis was rejected Null.

KEYWORDS: Relationship marketing, quality of service, user, taxi

INTRODUCCIÓN

Considerando el contexto actual, competitivo y cambiante, las empresas afrontan diversas dificultades para atraer y retener clientes, por ello, resulta necesario adaptarse a las nuevas tendencias del mercado para competir exitosamente, tal como refiere Ingunza (2019).

El marketing, a través del tiempo, ha evolucionado constantemente, según James et al. (2019) señalan que han surgido diferentes tendencias de marketing, tales como: relacional, transaccional y tradicional.

El marketing que busca la fidelidad del cliente con la marca es el relacional, considerado como el nuevo enfoque frente a los nuevos retos de hoy y que han permitido aumentar la cartera de clientes gracias al trato personal e individualizado (Ávila, 2020).

En relación a la calidad de servicio, el cual es un aspecto clave para competir

entre organizaciones comerciales e industriales de todo el mundo, ya que influyen en los resultados al corto y largo plazo, por consiguiente, es indispensable alcanzar una excelente calidad (Arellano, 2017).

En el estudio realizado, en el Perú, por Ingunza (2019), a empresas de servicio de taxi, tales como: Uber y Taxibeat, precisó que existe un interés gradual en el uso del marketing experiencial, debido a que modernizaron el servicio e hicieron la búsqueda de nuevas formas de llegar al consumidor y lograr la fidelización con el uso de estrategias de marketing enfocados en la relación con sus consumidores, a través del uso de la tecnología, el servicio personalizado, la comunicación activa con los usuarios, estrategia de precios y alianzas estratégicas.

El sector transporte, a nivel nacional, se ha visto marcado por la

delincuencia y la inseguridad; razón por la cual, distintas empresas extranjeras, como Uber, Easy Taxi, Taxi Beat y Cabify entraron al Perú con una fuerte estrategia de filtros de seguridad, precios y promociones, creando un nicho de mercado altamente potencial (Aguado et al., 2016).

En la ciudad de Ayacucho, el sector de servicios de taxi aumentó a consecuencia del acelerado crecimiento de la población. Según la información de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones (DRTCA) - Ayacucho, se registró la presencia de 47 empresas de radio taxis y, que cada año, podría incrementarse en un 2% más. Se detectó, además, que diversas empresas de radio taxis no registran el total de sus unidades, por lo que operan de manera ilegal evitando así pagar los impuestos (Cruzatt y Huamaní, 2018).

En contraste, diversas empresas de taxi se ven amenazadas por el incremento de disputa que hay, de modo que se ven obligados a recurrir a nuevas formas de ofrecer sus servicios.

El estudio nace en respuesta a la preocupación sobre el marketing relacional y su relación con la calidad de servicio, dado que ambas variables conllevan a la satisfacción del consumidor.

Dentro del mercado competitivo de taxis, en la ciudad de Ayacucho existe una empresa líder en el sector, la cual inicio sus actividades hace siete años y, hasta la actualidad, continúa brindando el servicio de taxi en los principales distritos de la región.

Se ha observado que la empresa, no

desarrolla estrategias orientadas a la fidelización de clientes, centrándose solo en el marketing tradicional, por consiguiente, no se logra ganar la confianza del cliente con el servicio, ya que se pierde el deseo de mantener una relación al largo plazo; sin embargo, existe una buena comunicación por parte de la empresa, pues emplea publicidad en la radio y en las redes sociales, pero carece de un servicio posventa; como un buzón de sugerencias, que recoja las quejas, reclamos de los usuarios, por lo que el manejo de conflictos es deficiente, obteniéndose como resultado una base de clientes desleales.

En cuanto a la calidad de servicio, la compañía posee unidades de taxi visualmente atractivas, cuentan con letreros distintivos, los colores del vehículo llevan la marca de la compañía, no obstante, el tráfico y la falta del GPS en los móviles dificulta que el servicio de taxi sea rápido, por lo que no se consigue llegar a las ubicaciones exactas de los pasajeros, incumpliendo así los acuerdos y promesas que se hicieron al inicio del servicio, por ello; los usuarios muestran su insatisfacción. El esfuerzo que realiza la empresa para fortalecer su capital humano, se ve reflejado en las capacitaciones periódicas a los conductores y las operadoras de radio; a pesar de ello, los clientes no distinguen la calidad en el servicio, por lo que buscan una atención más individualizada y personalizada.

Ante ello, surge la siguiente interrogante: ¿Existe asociación entre el marketing relacional y la calidad de servicio en una empresa de transportes de servicio de taxi de la ciudad de

Ayacucho?

Se tiene como antecedentes relacionados a las variables de estudio a Holguin et al. (2020), quienes en su investigación sostuvo como objetivo reconocer las causas que afectan la percepción de la calidad en el servicio de taxi en la ciudad de Medellín, Colombia, fue de enfoque cuantitativo, con una población de 103 usuarios. Los resultados obtenidos fueron identificar la sensibilidad como un factor determinante en la calidad del servicio de taxi, pues un alto porcentaje de usuarios calificó a los conductores como indispuestos a prestar ayuda. El estudio concluyó que el principal problema es la falta de servicio en el transporte tipo taxi; por ello, los autores sugieren sensibilizar a los conductores a fin de mejorar la comunicación y empatía con los usuarios.

Se considera a Machaca (2019), en su estudio realizado en la ciudad de Tacna, planteó como objetivo conocer el nivel de incidencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente, utilizó una metodología de diseño no experimental, transversal, correlacional y administró un cuestionario a 384 usuarios. Se demostró que las dimensiones de la calidad del servicio tienen una correlación fuerte con la variable satisfacción del cliente. Las conclusiones a los que llegó la investigación fue que la calidad del servicio influye en la satisfacción del cliente; razón por la cual, el autor propone efectuar cambios importantes, estableciendo planes, medidas sancionadoras, de control y regulatorias, con el objetivo de mejorar la satisfacción del cliente.

Gómez y Vásquez (2017) realizaron un estudio con el objeto de analizar la percepción del marketing relacional y la calidad de servicio. El análisis fue de carácter descriptivo de diseño no experimental – transversal, la muestra fue de 54 conductores pertenecientes a la empresa y 341 usuarios externos. Los resultados obtenidos fueron que el 74% de los colaboradores manifiestan que el marketing relacional se efectúa casi siempre en la empresa y referente a clase de trabajo 65% de usuarios señalan que es buena. Se concluye que la empresa desarrolla casi siempre el marketing relacional con sus trabajadores y regularmente la calidad de servicio con los usuarios, recomiendan, además, utilizar estrategias competitivas, como reconocimientos y/o felicitaciones por el trabajo que desempeñan los colaboradores en la empresa.

Paredes (2019) en su estudio planteó como objetivo definir la relación entre el marketing relacional y la calidad de servicio, para lo cual utilizó una investigación aplicada, de enfoque cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, nivel correlacional. Concluyendo que la empresa debe invertir en el marketing enfocándose en la fidelización de los clientes para lograr la calidad en el servicio y, por ende, mejorar la satisfacción del usuario, mejorando la publicidad a través de campañas y así conquistar nuevos segmentos de mercado.

En el presente artículo, se ha considerado como objetivo general del estudio determinar la asociación entre el marketing relacional y la calidad de servicio en una empresa de transportes de servicio de taxi de la ciudad de Ayacucho. Como objetivos

específicos: determinar la asociación entre el marketing relacional y las dimensiones de la calidad de servicio: elementos físicos, credibilidad, capacidad de reacción, seguridad y comprensión en una empresa de transportes de servicio de taxi de la ciudad de Ayacucho.

Las hipótesis que se han formulado son las siguientes: H_a : existe asociación entre el marketing relacional con la calidad de servicio en una empresa de transportes de servicio de taxi de la ciudad de Ayacucho. H_0 : no existe asociación entre el marketing relacional con la calidad de servicio en una empresa de transportes de servicio de taxi de la ciudad de Ayacucho.

A continuación, algunas definiciones de las variables de estudio:

El marketing relacional, según Grönroos (1994), es un proceso donde se identifica, mantiene, desarrolla y, de ser posible, se concluye las relaciones con los consumidores y

distintos interesados, para el beneficio de ambos, mediante el intercambio y el cumplimiento de promesas. Kotler y Armstrong (2013) precisan que el marketing relacional se ocupa del cliente, más que cualquier otra función de negocio, tiene como propósito atraer nuevos clientes a través de la promesa de alto valor y mantiene a los clientes actuales por medio de la satisfacción.

En lo que respecta a la calidad de servicio, Deming (1989) la define como la traducción de necesidades futuras del cliente en rasgos medibles, ya que solo así se puede diseñar y fabricar un buen producto que proporcione satisfacción a un precio que el comprador estará dispuesto a pagar. Parasuraman et al., (1988) definen la calidad de servicio, como la diferencia entre las expectativas del cliente antes de consumir un servicio y la percepción del servicio recibido.

METODOLOGÍA

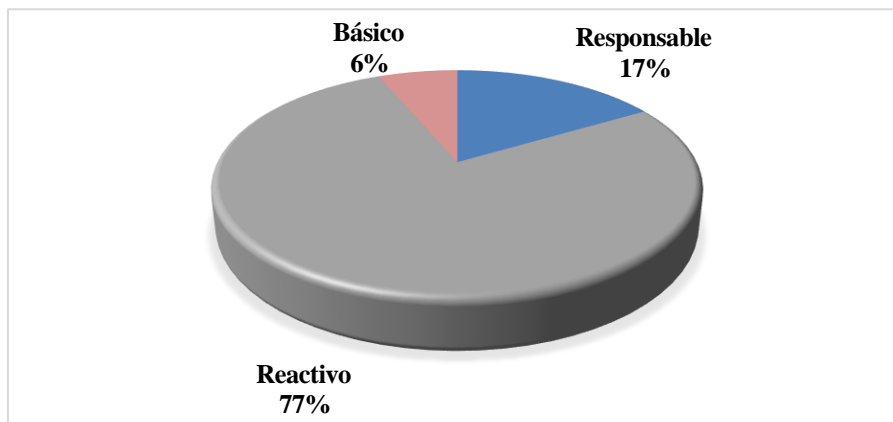
El estudio tuvo un enfoque cuantitativo. Hernández et al. (2014) indica que las variables se miden en un determinado entorno, a través de métodos estadísticos y, con los resultados, se obtuvieron una serie de conclusiones. El diseño fue no experimental, ya que el análisis se realizó sin manipulación de variables, de carácter transversal, descriptivo, correlacional, porque se describieron las relaciones existentes entre las variables en un determinado momento.

La técnica aplicada fue la encuesta con su instrumento el cuestionario, conformado por 16 preguntas para la variable marketing relacional, de acuerdo al modelo RM (Relationship Marketing), elaborado por Ndubisi (2007) y 22 preguntas para la variable calidad de servicio, según el modelo SERVQUAL. La muestra estuvo conformada por 315 usuarios, se utilizó el muestreo aleatorio simple, con un nivel de confianza del 95% y un error máximo de 5%.

RESULTADOS

Figura 1

Nivel de marketing relacional en una empresa de transportes de servicio de taxi de la ciudad de Ayacucho



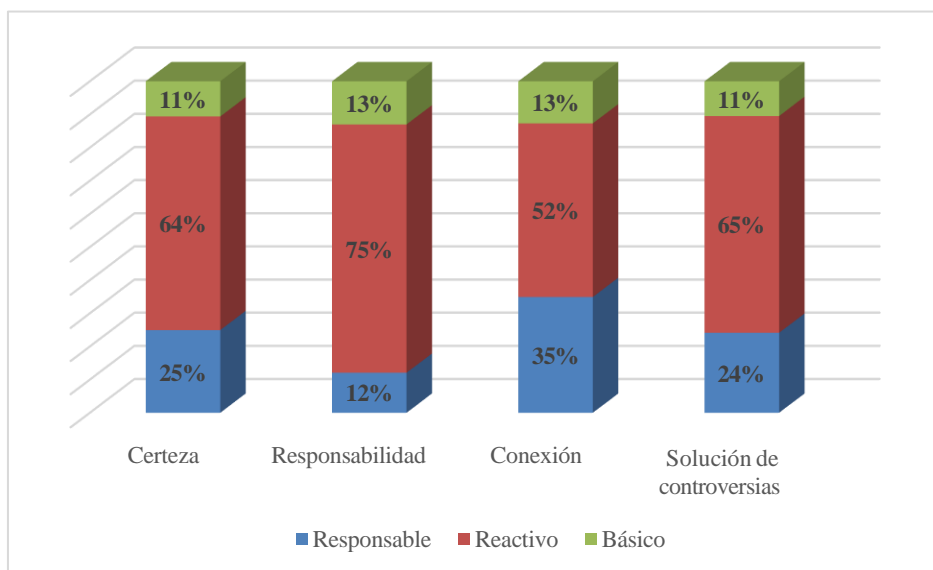
Nota. Información recolectada de la base de datos de una muestra de 315 usuarios.

En la figura 1 se observa que, según la percepción de los usuarios, el mayor nivel de marketing relacional se encuentra en reactivo, es decir 77%, responsable en un 17% y básico 6%. Esto se concluye que los colaboradores de la

empresa brindan información oportuna relacionada a los servicios que se ofrece. Asimismo, se esfuerza por evitar conflictos con los usuarios y maneja oportuna y adecuadamente las quejas de los mismos.

Figura 2

Nivel de dimensiones del marketing relacional en una empresa de transportes de servicio de taxi de la ciudad de Ayacucho



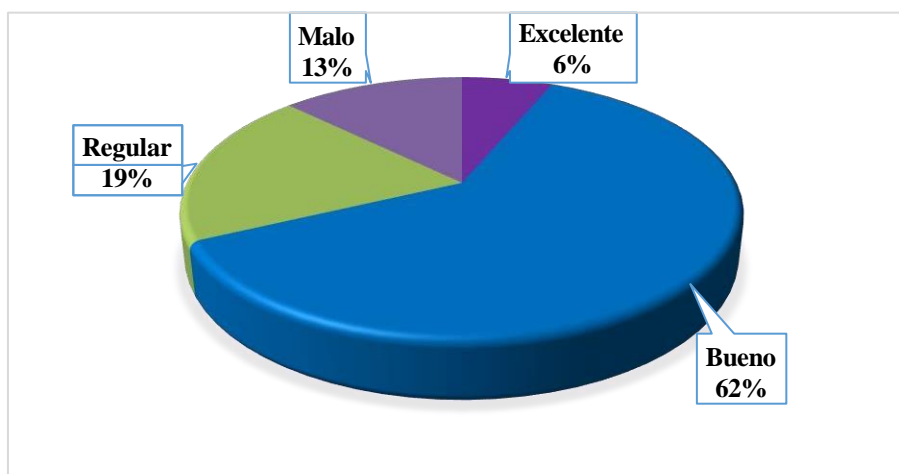
Nota. Información recolectada de la base de datos de una muestra de 315 usuarios.

En la figura 2 se aprecia, en cuanto a la dimensión responsabilidad, que se tiene un nivel reactivo de 75%, esto quiere decir que la empresa ofrece servicios personalizados que logran la satisfacción de los usuarios. En la dimensión solución de controversias se obtuvo un 65% en nivel reactivo, debido a que la empresa maneja de manera moderada los conflictos y quejas de los usuarios

buscando abiertamente soluciones. La dimensión certeza presenta un 64% de nivel reactivo, ya que los conductores de la empresa demuestran respeto y ofrecen seguridad a los usuarios, cumpliendo con el servicio prometido. La dimensión conexión presenta un 52% en nivel reactivo, pues consideran que la publicidad de la empresa es oportuna y confiable.

Figura 3

Nivel de calidad de servicio en una empresa de transportes de servicio de taxi de la ciudad de Ayacucho



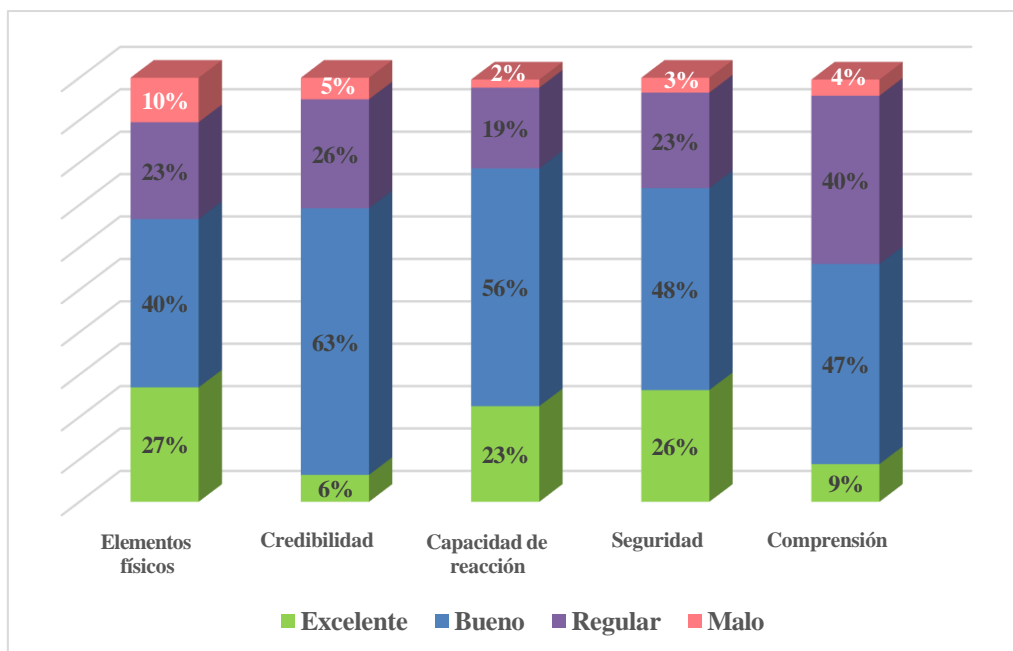
Nota. Información recolectada de la base de datos de una muestra de 315 usuarios.

Se observa en la figura 3 que el nivel de calidad de servicio, es considerado por los usuarios en un nivel bueno con un 62%, seguido por el 19% nivel regular, 13% nivel malo y solo el 6% lo considera como excelente. Esto demuestra que la

mayoría de los usuarios está satisfecho con la calidad de servicio ofrecido por la empresa. No obstante, la empresa debería de reducir los porcentajes de los niveles regular y malo.

Figura 4

Nivel de dimensiones de la calidad de servicio en una empresa de transportes de servicio de taxi de la ciudad de Ayacucho



Nota. Información recolectada de la base de datos de una muestra de 315 usuarios.

En la figura 4 se aprecia que la dimensión credibilidad obtuvo el 63% nivel bueno debido a que la empresa cumple con el tiempo estimado de llegada al destino solicitado, además se preocupa por la devolución de alguna pertenencia en caso de olvido dentro del vehículo. El 56% en nivel bueno, en la dimensión capacidad de reacción, esto demuestra que los conductores resuelven, oportunamente, las dudas de los usuarios respecto al servicio ofrecido. La dimensión seguridad, con un nivel bueno de 48%

nos indica que el comportamiento de los conductores transmite confianza, amabilidad y cordialidad. La comprensión presenta un 47%, nivel bueno, debido a que la empresa cuenta con disponibilidad de unidades móviles las 24 horas del día. Por último, la dimensión elementos físicos, presenta un 40% en nivel bueno por las unidades atractivas y modernas con que cuenta la empresa, además de la adecuada formalidad en la identificación de los conductores.

Resultado obtenido del objetivo específico 1:

Tabla 1

Asociación entre el marketing relacional y dimensión elementos físicos

		Valor	Significación aproximada
Nominal por ordinal	V de Cramer	,101	,374
Casos		315	

Se aprecia en la tabla 1 que la variable marketing relacional y la dimensión elementos físicos, son independientes, es decir, no existe relación entre éstas, ya que

se obtuvo un p-valor de 0.374 (p-valor > 0.05), esto lo confirma el indicador V de Cramer = 0.101, lo cual indica una baja intensidad de asociación.

Resultados del objetivo específico 2:

Tabla 2

Asociación entre el marketing relacional y dimensión credibilidad

		Valor	Significación aproximada
Nominal por ordinal	V de Cramer	,106	,309
Casos		315	

En la tabla 2 se obtuvo un p-valor de 0.309 > 0.05, demostrando, el indicador V de Cramer = 0.106, una baja intensidad de

asociación entre la variable marketing relacional y la dimensión credibilidad de la calidad de servicio.

Resultados del objetivo específico 3:

Tabla 3

Asociación entre el marketing relacional y dimensión capacidad de reacción

		Valor	Significación aproximada
Nominal por ordinal	V de Cramer	,144	,041
Casos		315	

Se observa en la tabla 3 que existe asociación entre la variable marketing relacional y la dimensión capacidad de reacción, se obtuvo un p-valor de 0.41,

p- valor < 0.05 , sin embargo, el indicador V de Cramer = 0.144, muestra una baja intensidad de asociación entre variable y dimensión.

Resultados del objetivo específico 4:

Tabla 4

Asociación entre el marketing relacional y dimensión seguridad

		Valor	Significación aproximada
Nominal por ordinal	V de Cramer	,086	,581
Casos		315	

En la tabla 4 se obtuvo un p-valor de 0.581 > 0.05 , demostrando, el indicador V de Cramer = 0.086, una muy baja intensidad

de asociación entre la variable marketing relacional y la dimensión seguridad de la calidad de servicio.

Resultados del objetivo específico 5:

Tabla 5

Asociación entre el marketing relacional y dimensión comprensión

		Valor	Significación aproximada
Nominal por ordinal	V de Cramer	,101	,376
Casos		315	

En la tabla 5 se observa que la variable marketing relacional y la dimensión comprensión, son independientes, es decir, no existe asociación entre variable y dimensión, ya que se obtuvo un p-valor

de 0.376 (p-valor > 0.05), esto lo corrobora el indicador V de Cramer = 0.101, lo cual indica una muy baja intensidad de asociación.

Resultados del objetivo e hipótesis general:

Tabla 6

Asociación entre el marketing relacional y calidad de servicio

		Valor	Significación aproximada
Nominal por ordinal	V de Cramer	,148	,033
Casos		315	

Se puede apreciar en la tabla 6 la existencia de asociación entre las variables marketing relacional y calidad de servicio, con un p-valor de 0.033 (< 0.05) precisando que esta asociación es de baja intensidad debido a que el indicador V de Cramer = 0.148. Esto quiere decir que la empresa debe dar mayor relevancia al cumplimiento del marketing relacional

a fin de mejorar la calidad de servicio que se brinda a los usuarios. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna (H_a) de la investigación: existe asociación entre el marketing relacional con la calidad de servicio en una empresa de transportes de servicio de taxi de la ciudad de Ayacucho y se rechaza la hipótesis nula.

DISCUSIÓN

En relación al objetivo específico uno, se determinó la independencia entre la variable marketing relacional y la dimensión elementos físicos, ya que se obtuvo un p-valor > 0.05 (0.374), el mismo que fue corroborado por el indicador v de Cramer = 0.101, indicando una baja intensidad de asociación. Los resultados son corroborados con la investigación realizada por Gómez y Vásquez (2017), evidenciaron que existe ausencia de relación entre variable y dimensión, debido a que no se tiene una planificación en los programas de capacitación y selección de personal, asimismo, los clientes consideran necesario mejorar las instalaciones físicas, la facilidad en el servicio y la apariencia de los choferes.

En el objetivo específico dos, se

determinó una baja intensidad de asociación entre la variable marketing relacional y la dimensión credibilidad, ya que se obtuvo 0.309 (p-valor > 0.05) y, de acuerdo al indicador de V de Cramer =

0.106. El resultado coincide con Paredes (2019), quien en su estudio demostró que existe una correlación positiva baja según Rho de Spearman = 0.316, entre variable y dimensión.

De acuerdo al objetivo específico tres, se determinó una baja intensidad de asociación entre la variable marketing relacional y la dimensión capacidad de reacción, se obtuvo 0.041 (p-valor < 0.05) y, de acuerdo al indicador de V de Cramer = 0.144. El resultado es coincidente con el de Machaca (2019), quien asevera que la

capacidad de respuesta interviene en la satisfacción del cliente en las empresas de taxi, precisando la importancia de la reacción oportuna de la empresa en resolver las dudas de los usuarios.

Según el objetivo específico cuatro, se encontró una muy baja intensidad de asociación entre la variable marketing relacional y la dimensión seguridad de la calidad de servicio, un p-valor de 0.581 y el indicador V de Cramer = 0.086. Los estudios coinciden con el trabajo realizado por Gómez y Vásquez (2017) pues consideran que para el cliente la seguridad es relevante en el servicio considerando la inseguridad que se vive en algunas zonas, por ello las empresas de servicio de taxi, deben brindar seguridad y confianza desde el momento que el cliente solicita el servicio.

En el objetivo específico cinco, se obtuvo un p-valor de 0.376 (p-valor > 0.05), corroborado por el indicador V de Cramer = 0.101, lo cual indica una muy baja intensidad de asociación entre la variable marketing relacional y la dimensión comprensión. Los resultados coinciden con el estudio de Holguín et al. (2020) pues consideran que la empatía es un factor principal en la calidad del servicio de taxi, un alto porcentaje de usuarios

CONCLUSIONES

En el objetivo específico uno se concluye que la variable marketing relacional y la dimensión elementos físicos son independientes, ya que no existe asociación entre variable y dimensión, debido a que se obtuvo un p-valor = 0.374 (< 0.05) y un indicador V de Cramer = 0.101, precisando la existencia de una baja intensidad de asociación.

Se concluye, en el objetivo específico

calificó a los conductores como indispuestos a prestar ayuda, falta de atención, cortesía, empatía, entre otros. Consideran que se debe contar con colaboradores eficientes y comprometidos con la organización a fin de brindar un buen servicio a los usuarios, por lo que el resultado indicó la no existencia de correlación entre variable y dimensión.

En el objetivo general, asociación entre el marketing relacional y calidad de servicio, el p-valor obtenido fue de 0.033 (< 0.05), existiendo relación con baja intensidad, el indicador V de Cramer obtenido fue = 0.148, por lo que se aceptó la hipótesis alterna de la investigación H_a : existe asociación entre el marketing relacional con la calidad de servicio en una empresa de transportes de servicio de taxi de la ciudad de Ayacucho y se rechazó la hipótesis nula. Estos resultados coinciden con Paredes (2019) quien argumentó que existe relación positiva entre el marketing relacional y la calidad de servicio, debido a que se obtuvo rho Spearman = 0.713, es decir, una correlación positiva alta y un nivel de significancia < 0.05, aceptándose la hipótesis alterna.

dos, que no existe asociación entre la variable marketing relacional y la dimensión credibilidad, debido a que se obtuvo un p-valor = 0.309 (> 0.05) y un indicador V de Cramer = 0.106, lo cual indica la existencia de una baja intensidad de asociación entre variable y dimensión. En el objetivo específico tres se concluye que existe asociación entre la variable marketing relacional y la dimensión

reacción, debido a que se obtuvo un p-valor = 0.041

(< 0.05) y un indicador V de Cramer = 0.144, afirma que es baja la intensidad de asociación entre la variable y dimensión. Se concluye, en el objetivo específico cuatro, que existe una muy baja intensidad de asociación entre la variable marketing relacional y la dimensión seguridad, debido a que se obtuvo un p-valor = 0.581 (> 0.05) y un indicador V de Cramer = 0.086.

En el objetivo específico cinco se concluye la no existencia de asociación entre la variable marketing relacional y la dimensión comprensión, debido a que se

obtuvo un p-valor = 0.376 (> 0.05) y un indicador V de Cramer = 0.101, lo que indica una muy baja intensidad de asociación entre variable y dimensión.

En el objetivo general se concluye que existe asociación de baja intensidad entre la variable marketing relacional y calidad de servicio, debido a que se obtuvo un p-valor = 0.033 (< 0.05) y el indicador V de Cramer obtenido fue = 0.148, aceptándose la hipótesis alterna de la investigación; existe asociación entre el marketing relacional con la calidad de servicio en una empresa de transportes de servicio de taxi de la ciudad de Ayacucho.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguado, B., Carbajal, N., Herrera, L. y Pachas, K. (2016). *Fidelización para usuarios de Apps de taxis en Lima Metropolitana* [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. <http://hdl.handle.net/10757/621160>
- Arellano, H. (2017). La calidad en el servicio como ventaja competitiva. *Dominio de las Ciencias*, 3(3), 72-83. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6128526>
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica* (3° ed.). Episteme.
- Cronin, J. & Taylor, S. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension [Medición de la calidad del servicio: un reexamen y una extensión]. *Journal of Marketing*, 56, 55-68.
- <https://doi.org/10.1177/002224299205600304>
- Cruzatt, J. y Huamaní, K. (2018). *Dimensiones de La Calidad del Servicio de Radio Taxis y Satisfacción de los usuarios, en la Ciudad de Ayacucho, 2017*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga]. <http://repositorio.unsch.edu.pe/handle/UNSCH/2986>
- Deming, W. (1989). *Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis*. Ediciones Díaz de Santos.
- Dwyer, F., Schurr, P. & Oh, S. (1987). Developing Buyer-Seller Relationships [Desarrollo de relaciones comprador-vendedor]. *Journal of Marketing*, 51(1), 11-27. <https://doi.org/10.1177/002224298705100202>
- Grönroos, C & Gummesson, E. (1985).

- Service Marketing: Nordic School Perspectives [Marketing de servicios: perspectivas de la Escuela Nórdica].* Stockholm University.
- Grönroos, C. (1978). A Service-Orientated Approach to Marketing of Services [Un enfoque orientado a los servicios para la comercialización de servicios]. *European Journal of Marketing*, 12(8), 588-601. <https://doi.org/10.1108/EUM00000000004985>
- Grönroos, C. (1988). Service Quality: The Six Criteria of Good Service Quality [Calidad del servicio: los seis criterios de la buena calidad de servicio]. *Review of Business*, 9(3), 10-13.
- Grönroos, C. (1994). From marketing mix to relationship marketing: Towards a paradigm shift in marketing [Del marketing mix al marketing relacional: hacia un cambio de paradigma en marketing]. *Asia-Australia Marketing Journal*, 2(1), 9-29. [https://doi.org/10.1016/S1320-1646\(94\)70275-6](https://doi.org/10.1016/S1320-1646(94)70275-6)
- Grönroos, C. (1994). *Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios.* Ediciones Díaz de Santos.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6° ed.). McGraw-Hill.
- Herring, T. (1996). The Global Positioning System. *Scientific American*, 274(2), 44-50.
- Ingunza, M. (2019). *Marketing experiencial y Customer Relationship Management (CRM) de Taxi Perú Ejecutivo E.I.R.L., Callao, 2019.* [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/43037>
- Ishikawa, K. (1986). *¿Qué es control total de la calidad?*. Editorial Norma.
- Kotler, P. (1984). *Marketing Essentials [Fundamentos de marketing]*. Prentice Hall.
- Kotler, P. (1997). *Mercadotecnia.* Prentice-Hall.
- Kotler, P., y Armstrong, G. (2013). *Fundamentos del marketing (11° ed.)*. Pearson Educación.
- Lovelock, C. (1983). Classifying Services to Gain Strategic Marketing Insights [Clasificación de servicios para obtener información estratégica de marketing]. *Journal of Marketing*, 47(3), 9-20. <https://doi.org/10.1177/002224298304700303>
- Machaca, A. (2019). *La calidad del servicio y su influencia en la satisfacción del cliente de la empresa Radio Taxi Pavill, Tacna 2019.* [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada de Tacna]. <http://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/792>
- Ndubisi, N. & Wah, C. (2005). Factorial and discriminant analyses of the underpinnings of relationship marketing and customer satisfaction [Análisis factorial y discriminante de los fundamentos del marketing relacional y la satisfacción del cliente]. *International Journal of Bank*

- Marketing*, 23(7), 542-557.
- Ndubisi, N. (2007). Relationship marketing and customer loyalty [Marketing relacional y fidelización de clientes]. *Marketing Intelligence & Planning*, 25(1), 98-106. <https://www.researchgate.net/publication/228344686>
- Oblitas, A. (2019). Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios del transporte público (taxis) en la ciudad de Sucre. *Revista de investigación y Negocios*. 12(20), 149-171. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-27372019000200012&lng=es&tlng=es
- Oplatka, I. & Lapidot, A. (2018). Novice principals' perceptions of their mentoring process in early career stage: the key role of mentor-protégé relations [Percepciones de los directores novatos sobre su proceso de tutoría en la etapa inicial de su carrera: el papel clave de las relaciones]. *Journal of Educational Administration and History*, 50(3), 204-222. <https://doi.org/10.1080/00220620.2017.1420044>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research [Un modelo conceptual de la calidad del servicio y sus implicaciones para futuras investigaciones]. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50. <https://doi.org/10.2307/1251430>
- Parasuraman, A.; Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality [SERVQUAL: una escala de ítems múltiples para medir las percepciones de los consumidores sobre la calidad del servicio]. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40. <https://www.researchgate.net/publication/225083802>
- Paredes, R. (2019). *Marketing relacional y la calidad de servicio en la empresa de transporte de carga por carretera Edewit SRL, Comas 2019*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/53357>
- Zeithaml, V. (1981). How Consumer Evaluation Processes Differ between Goods and Services [Cómo difieren los procesos de evaluación del consumidor entre bienes y servicios]. *Marketing of Services*, 186-189. <https://www.researchgate.net/publication/235363095>

REVISTA CIENTÍFICA
YACHAQ

**MARKETING DIGITAL Y POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA DE
TRANSPORTES SERVICIOS GENERALES Y TURISMO MILAGRITOS SAC,
TRUJILLO - 2022**

DIGITAL MARKETING AND POSITIONS OF THE TRANSPORTATION COMPANY
GENERAL SERVICES AND TOURISM MILAGRITOS SAC, TRUJILLO 2022

Lic. Noé Rogers Castillo Echevarría
Universidad Católica de Trujillo
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1433-4752>
Trujillo - Perú



Recibido:23/05/2024
Aceptado:26/10/2024

DOI: https://doi.org/10.46363/yachaq.v7i2_5

RESUMEN

El marketing digital es de vital importancia en todas las empresas y tiene vínculo directo con el posicionamiento de la misma, pues permite ser competitivo en un mercado cada vez más exigente. En esa misma línea, el estudio buscó investigar cómo se relacionan el marketing digital y el posicionamiento de la empresa de transportes servicios generales y turismo Milagritos SAC en la ciudad de Trujillo, 2022. Para ello se aplicó una investigación de tipo básica y utilizó un enfoque cuantitativo, de método hipotético-deductivo y un diseño no experimental descriptivo-correlacional.

Se tomó una muestra de 40 clientes de la empresa para determinar esto. La información se recopiló utilizando la técnica de encuesta. Se utilizaron dos cuestionarios que contenían 18 ítems de la variable de marketing digital y 10 ítems de la variable de posicionamiento, que se midieron utilizando la escala Likert ordinal. Debido a que estas variables obtuvieron un coeficiente de correlación de $r=0.600^{**}$ y un Sig. (Bilateral) de 0,000, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, estos resultados se obtuvieron utilizando la prueba de hipótesis Rho de Spearman.

Concluyendo, con la afirmación de que

tiene relación significativa moderada con el posicionamiento en la empresa servicios de marketing digital

generales y turismo Milagritos SAC en la ciudad de Trujillo, 2022.

Palabras Clave: Marketing digital – posicionamiento – social media marketing – identidad de marca

ABSTRACT

Digital marketing is of vital importance in all companies and has a direct link with its positioning, as it allows it to be competitive in an increasingly demanding market. Along the same lines, the study sought to investigate how digital marketing and the positioning of the general services and tourism transport company Milagritos SAC are related in the city of Trujillo, 2022. For this, a basic type of research was applied and a quantitative, hypothetical-deductive method and a non-experimental descriptive-correlational design. A sample of 40 clients of the company was taken to determine this. The information was collected using the survey technique.

Two questionnaires were used containing 18 items from the digital marketing variable and 10 items from the positioning variable, which were measured using the ordinal Likert scale. Because these variables obtained a correlation coefficient of $r=0.600^{**}$ and a Sig. (Bilateral) of 0.000, the null hypothesis is rejected and the research hypothesis is accepted. These results were obtained using the Rho hypothesis test of Spearman. Concluding, with the statement that digital marketing has a moderate significant relationship with the positioning of the general services and tourism company Milagritos SAC in the city of Trujillo, 2022.

Keywords: Digital marketing – positioning – social media marketing – Brand identity

INTRODUCCIÓN

Hoy en día, el marketing digital ha surgido como una herramienta esencial para las empresas, especialmente durante la crisis sanitaria que hace poco atravesamos por el Covid-19, y que permitió la comercialización y posicionamiento de marcas a través de plataformas digitales (Bote, 2021). Según un estudio publicitario de medios digitales del 2015 realizado por IAB Spain, la inversión en publicidad en plataformas digitales representa el 25% de la inversión total, mientras que la inversión en operadores móviles ha aumentado a un 82%. Esto se debe a que la inversión en publicidad en

plataformas digitales representa el 25% de la inversión total. Debido a esto, las compañías deben establecer una posición en el mercado para revitalizar sus bienes o servicios mediante la utilización de estos mecanismos (Ramos, 2018). Por lo cual el adaptarse al marketing digital es fundamental para no desaparecer y a su vez asegurar la relevancia en un entorno empresarial competitivo (More, 2018). Es así, que el éxito empresarial está estrechamente ligado a la capacidad de posicionarse y diferenciarse mediante estrategias digitales efectivas (Naum, 2021).

En este contexto, el uso de mensajes

instantáneos a través de plataformas digitales se ha vuelto fundamental para las empresas que buscan interactuar de manera efectiva con su público objetivo. (Olivares, 2017). Además, se ha constatado que el internet es fundamental para la visibilidad de una marca, dado el tiempo considerable que pasamos en línea (Digital in, 2019). Las marcas que establecen una interacción significativa con sus clientes experimentan un mayor crecimiento y éxito en el mercado (Interbrand, 2019).

A nivel nacional, las redes sociales son la mejor opción para promocionar una marca de manera amplia. Además, el marketing digital está ganando importancia en las estrategias y acciones de las empresas, lo que se evidencia en el aumento del 6% en las inversiones en publicidad virtual en el año 2020. (Luciano, 2021). Debido a la inclusión de una variedad de mecanismos digitales en internet, el ámbito virtual se ha convertido en la nueva forma de vida que busca quedarse. Por lo tanto, debido a lo que está sucediendo actualmente, las marcas nacionales tienen la oportunidad de establecerse con una forma diferente de generar beneficio, basándose en el marketing digital, un instrumento en constante evolución. Afirma el IAB el cuál registró un aumento del 6% en las inversiones en publicidad virtual. (Gutiérrez, 2021).

En Perú, el marketing digital ha tenido una gran influencia en los últimos años, especialmente debido a la crisis sanitaria causada por el COVID-19. Esto ha llevado a las marcas a adoptar el marketing digital como su método más directo para llegar al cliente. Las marcas se vieron obligadas a adaptarse y reinventarse para satisfacer las demandas de un público cada vez más

digitalizado y que está comenzando en este nuevo mercado (Gutiérrez, 2021).

Milagritos SAC es una empresa de transporte de servicios generales y turismo en el ámbito local que se estableció en 2005 y ofrece una amplia gama de servicios, incluyendo transporte interprovincial, transporte de personal y transporte de turistas a nivel nacional. A pesar de la crisis sanitaria del 2020, que afectó a muchas empresas nacionales y locales, la empresa se mantuvo firme a pesar de los efectos de la crisis y hubo muchas empresas que se vieron afectadas, sin embargo, los medios digitales se utilizan empíricamente, por lo que no se proporciona contenido atractivo para atraer a nuevos clientes y no se realiza la supervisión y control de los correos electrónicos para el seguimiento de los clientes. Como resultado, aún se enfrentan ciertas dificultades para aumentar la audiencia y, por lo tanto, aumentar las ventas en el ámbito virtual y establecerse en un mercado tan competitivo como el de Trujillo.

Los estudios previos que respaldan esta investigación incluyen el trabajo de: Gonzales (2019) quien investigó la relación entre la imagen corporativa y el posicionamiento en el mercado de una empresa de transporte en Ecuador. El estudio fue de campo porque se llevó a cabo en el entorno de la empresa y tenía un diseño no experimental y causal. Se utilizó el instrumento del cuestionario y la técnica de la encuesta para la población, que consistió en 324 usuarios. El autor llegó a la conclusión de que el posicionamiento puede verse influenciado por la imagen corporativa: si la organización tiene autenticidad organizacional, empresarial y visual, los usuarios recordarán la marca. Además,

según la encuesta, el 68% de los encuestados no conocían la marca.

Por su parte Valdez y Villareal en el año 2020. En su investigación sobre la "Imagen corporativa y posicionamiento de la empresa de transportes Rápido Bus, Huaraz-2020" Peru El estudio fue de tipo aplicado, con un diseño no experimental, un enfoque cuantitativo y un nivel correlacional-causal. Se utilizó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento para la población de 280 clientes. El objetivo principal fue determinar si la imagen corporativa de la empresa afecta el posicionamiento. Los resultados del análisis estadístico indican que ambas variables tienen un valor de 0,902 y un Sig. de 0.000. Con un valor preponderante del 57% en la variable Imagen corporativa y un valor preponderante del 64% en la variable Posicionamiento, se acepta la hipótesis de estudio. Concluyendo, que la imagen corporativa de la empresa en cuestión tiene un impacto significativo en el posicionamiento.

Miguel (2019). En su investigación sobre "El branding y su impacto en el posicionamiento de la empresa de transportes Huanchaco S.A. en el distrito de Trujillo - 2019" Perú El diseño del estudio fue no experimental y de tipo correlacional. La población consistió en 368.645 personas que vivían en Huanchaco y Trujillo, con 384 clientes de la empresa como muestra; el cuestionario fue utilizado como instrumento. El objetivo del estudio fue determinar cómo el branding influye en la posición de la empresa mencionada. Un 98 % de las personas en la encuesta dijeron que conocían a la empresa mencionada hace algunos años. Sin embargo, el coeficiente de correlación

es bajo con 0,08 y la significancia es 0.00, lo que indica que el branding es bajo. Concluyendo que tiene una baja influencia.

Vigo en 2018. Realizó una investigación sobre el "Posicionamiento en el mercado de la empresa de transportes Tunesa de Trujillo- 2018". Peru Debido a que los datos se recopilaban en un solo momento, la investigación fue no experimental, de diseño descriptivo y transversal. 384 clientes de la empresa de transportes Tunesa participaron en la muestra. El objetivo de la investigación fue determinar la posición de la empresa, así como la relevancia, diferenciación, estimación y presencia de la empresa que la han afectado. Por lo tanto, la competencia tiene más influencia en ese sector con respecto a su ruta, y esto se refleja en el hecho de que la empresa no tiene una justificación teórica el marketing digital, posición de mercado favorable.

En cuanto a la según Chaffey & Chadwick (2019), se refiere al uso de tecnología, datos y medios digitales para complementar el marketing, manifestándose en el uso de instrumentos virtuales para comunicarse con los usuarios y realizar acciones que se ajustan a los objetivos de la empresa. Ramesh y Vidhya (2019) lo definen como intercambios económicos realizados en plataformas digitales como Instagram y Google. Según Price et al. (2018), la promoción de productos y marcas mediante el uso de técnicas publicitarias en plataformas digitales utilizando herramientas como redes sociales. Su papel en la creación de relaciones mutuamente beneficiosas entre consumidores y empresas, influyendo en las decisiones de compra a través de medios como las redes

sociales, fue destacado por Zuazo (2018).

Mejía (2020) destaca la importancia de las estrategias como el sitio web, el blog corporativo, el posicionamiento en buscadores, las redes sociales, la publicidad en línea, el marketing por correo electrónico y el marketing de influencers. Según Merca 2.0 (2013), los objetivos del marketing digital deben ser específicos, medibles, alcanzables, cohesivos y estables, y estas tácticas son esenciales para alcanzarlos.

El marketing digital en las organizaciones ha experimentado cambios debido a la tecnología y la forma en que los consumidores se comportan en el mundo virtual en los últimos años. Según Herrera (2014), este cambio ha hecho que el marketing digital sea crucial para las organizaciones. En la actualidad, las empresas deben estar a la altura de sus clientes y diseñar sus estrategias digitales de manera más planificada, controlada y llevada a cabo para alcanzar los objetivos. Estos objetivos pueden lograrse a bajo costo, ya que esta estrategia de marketing permite realizar campañas de marketing más fáciles que las tradicionales. Así mismo, en cuanto a las características del marketing digital, según Herrera (2014), incluyen la planificación, la definición de objetivos claros, la integración del mundo online y offline, y la generación de contenido relevante.

Maciá (2015) enumera tres dimensiones del marketing digital: marketing de contenidos, marketing de redes sociales y marketing electrónico. El marketing de contenidos se enfoca en atraer y retener a los consumidores mediante la creación y promoción de contenido que

sea relevante para ellos. El marketing de redes sociales se enfoca en la interacción entre la empresa y los consumidores en las redes sociales y otras plataformas digitales. El marketing electrónico utiliza el correo electrónico como una herramienta para comunicarse con los clientes a través de estrategias como correos transaccionales, boletines electrónicos y correos electrónicos promocionales.

El posicionamiento de marca es fundamental para cualquier empresa porque define cómo desea ser vista por el mercado y por los clientes. Se trata de crear una imagen que la diferencie de la competencia. Este proceso requiere que la marca se asocie con características específicas para que las personas la asocien (Leyva, 2016).

Ser importante, distintivo, no imitable, comunicable, comprensible y rentable son características fundamentales del posicionamiento. Es fundamental que los clientes perciban un valor distintivo que sea valioso para ellos. Además de ser accesible al mercado objetivo, el posicionamiento debe generar un retorno de inversión para la empresa. (Grande, 2014).

El conocimiento del mercado, las percepciones de los clientes y la identificación de segmentos específicos están estrechamente relacionados con el posicionamiento. Es fundamental comprender cómo la marca se ve en los ojos de los consumidores y adaptarse a los cambios en las percepciones y preferencias de la competencia. (Ries & Trout, 2002).

La diferenciación a través de los empleados, el canal de distribución, la imagen de marca y los servicios ofrecidos son solo algunas de las muchas estrategias disponibles para

diferenciar el posicionamiento. Estas tácticas tienen como objetivo destacar la marca en la mente del consumidor y generar una conexión emocional y valiosa. (Kotler & Keller, 2012).

El posicionamiento puede clasificarse en diferentes categorías, como basado en el producto, precio/calidad, orientado al usuario, estilo de vida, competencia, atributos y calidad. Cada tipo busca satisfacer las necesidades y preferencias del cliente destacando aspectos específicos de la marca. (Kotler, 2007).

La identidad de la marca, la proposición de valor y la diferenciación son factores de posicionamiento. Para crear una imagen sólida y distintiva que resone en la mente del cliente y genere una relación duradera y rentable, estos elementos son cruciales. Mir (2015).

En resumen, el posicionamiento de marca es un proceso clave para establecer una identidad única y valiosa en el mercado. Implica asociar la marca con atributos específicos, diferenciarse de la competencia y generar una conexión emocional y rentable con los clientes.

Ante lo antes mencionado se plantea

METODOLOGÍA

Según Relat (2010), este tipo de investigación es fundamental porque tiene como origen el marco teórico y se mantiene en él, por lo que su objetivo es aumentar el conocimiento de los investigadores, pero no llevarlo a la práctica. Por esta razón, se llevó a cabo un análisis de los procedimientos de los antecedentes considerados en esta investigación, los cuales también investigaron la relación entre el marketing digital y el posicionamiento, lo que se consideró de tipo básica.

Hernández y Mendoza (2018) definen

el propósito general de esta investigación el cual fue: determinar el grado de relación entre el marketing digital y el posicionamiento en la empresa de transportes servicios generales y turismo Milagritos SAC, Trujillo.

La hipótesis general plantea que hay una relación significativa entre el marketing digital y el posicionamiento de la empresa de transportes Servicios Generales y Turismo Milagritos SAC en Trujillo. La hipótesis nula sugiere que no existe una relación significativa entre ambos.

Las hipótesis específicas abordan diferentes aspectos del marketing digital: La primera hipótesis específica sugiere que hay una relación significativa entre el marketing de contenidos y el posicionamiento de la empresa. La segunda hipótesis específica plantea que existe una relación significativa entre el Social Media Marketing y el posicionamiento de la empresa. La tercera hipótesis específica indica que hay una relación significativa entre el E-Marketing y el posicionamiento de la empresa.

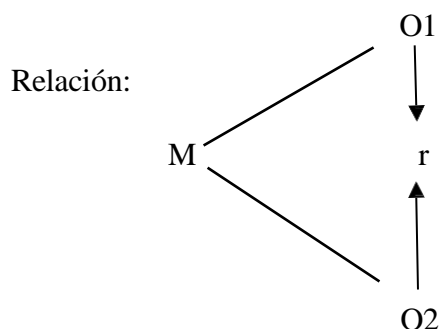
el "método hipotético deductivo" como el que utiliza el método científico para buscar la comparación de hipótesis, utilizando un enfoque cuantitativo y estadística. Debido a que el enfoque cuantitativo se utilizó en esta investigación para verificar la hipótesis, se utilizó el método hipotético deductivo.

Hernández et al. (2014) afirma que "la investigación que se aplica sin manipular de forma deliberada las variables es de diseño no experimental". Esto se refiere a investigaciones en las

que las variables independientes no se alteran intencionalmente para determinar sus efectos en otras variables. Por lo tanto, este diseño presentó tipos, considerando el diseño "no experimental de tipo descriptivo -

correlacional y corte transversal" para la investigación. Debido a que no hubo manipulación de variables, solo se buscó una relación única y temporal usando la descripción.

Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 110) presentan el siguiente modelo de estudio:



M: Clientes de la empresa de transportes turismo Milagritos SAC.

O1: Marketing digital.

O2: Posicionamiento.

r: Relación entre variables.

Según Hernández et al. (2014), la población se refiere al "conjunto o grupo que compone un determinado lugar".

La población consistió en 40 clientes de la empresa de transportes turismo Milagritos SAC, según la base de datos de la empresa.

Tabla 1

Población de clientes de la empresa de transportes turismo Milagritos SAC

CLIENTES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Varones	11	27.5%
Mujeres	29	72.5%
TOTAL	40	100%

Nota: registro de clientes de la empresa turismo Milagritos SAC.

Como se utilizó la encuesta como técnica, se pensó que el instrumento sería un cuestionario con 28 ítems de opción múltiple en una escala de Likert para recopilar información relevante sobre las variables estudiadas. Después de esto, se llevó a cabo el análisis estadístico.

El procesamiento de datos se realizó utilizando Microsoft Excel y el software estadístico SPSS v.23. Además, se aplicó la prueba de

normalidad y estadística descriptiva e inferencial para analizar los datos recopilados.

Cabe mencionar que se respetaron los principios éticos, garantizando la protección de la identidad de los participantes y la veracidad de la información utilizada, en línea con el código de ética de la investigación. Los participantes colaboraron voluntariamente y se mantuvo su anonimato.

RESULTADOS

Estadística Descriptiva:

Tabla 2

Dimensión/variable	Niveles del marketing digital							
	Bajo		Medio		Alto		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Marketing de contenidos	0	0,0%	17	42,5%	23	57,5%	40	100,0%
Social media marketing	3	7,5%	19	47,5%	18	45,0%	40	100,0%
E-marketing	2	5,0%	16	40,0%	22	55,0%	40	100,0%
Marketing digital	2	5,0%	16	40,0%	22	55,0%	40	100,0%

Nota: Distribución de frecuencias y porcentajes del marketing digital y sus respectivas dimensiones, de los clientes en la empresa de transportes Servicios Generales y Turismo Milagritos SAC

Interpretación:

En la tabla 2; se observa que el nivel que predomina para la variable marketing digital en la empresa de transportes servicios generales y turismo Milagritos SAC, es el nivel alto con un 55%, seguido del nivel medio

con un 40% y nivel bajo con un 5%. De igual forma, predomina el nivel medio en cada dimensión del marketing digital es: marketing de contenidos con un 42,5%, social media marketing con 47.5%, y e-marketing con un 40.0%.

Tabla 3

Dimensión/variable	Niveles del posicionamiento							
	Bajo		Medio		Alto		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Identificación de marca	0	0,0%	20	50,0%	20	50,0%	40	100.0%
Proposición de valor	2	5.0%	11	27.5%	27	67.5%	40	100.0%
Diferenciación	2	5.0%	12	30,0%	26	65,0%	40	100.0%
Posicionamiento	2	5.0%	14	35,0%	24	60,0%	40	100.0%

Nota: Distribución de frecuencias y porcentajes del posicionamiento y sus respectivas dimensiones, de los clientes en la empresa de transportes Servicios Generales y Turismo Milagritos SAC

Interpretación:

En la tabla 3; se observa que el nivel que predomina para la variable marketing digital en la empresa de transportes servicios generales y turismo milagritos SAC, es el nivel alto con un 60%, seguido del nivel medio con un 35% y nivel bajo con un 5%.

De igual forma, predomina el nivel medio en cada dimensión del posicionamiento es: identificación de marca con un 50%, proposición con 67.5%, y diferenciación con un 65.0%.

Tabla 4

Correlación entre marketing digital y posicionamiento de la empresa

			Marketing digital	Posicionamiento de la empresa
Rho de Spearman	Marketing digital	Coeficiente de correlación	1,000	,600**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	Posicionamiento de la empresa	Coeficiente de correlación	,600**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

Nota. Data marketing digital y toma de posicionamiento de la empresa

Interpretación:

En la tabla 4, se observa que existe correlación directa y moderada entre el marketing digital y el posicionamiento en la empresa de Transportes Servicios Generales y Turismo Milagritos SAC

($r=0.832^{**}$ Sig.= 0,000), Así mismo, se observa un Sig. bilateral menor a 0.01 lo que da a entender que hay un nivel de fiabilidad de resultados del 99%. Por lo que la investigación es muy significativa.

Tabla 5*Correlación entre marketing de contenidos y posicionamiento de la empresa*

			Marketing de contenidos	Posicionamiento de la empresa
Rho de Spearman	Marketing de contenidos	Coeficiente de correlación	1,000	,655**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	Posicionamiento de la empresa	Coeficiente de correlación	,655**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

Nota. Data de marketing digital y toma de posicionamiento de la empresa

Interpretación:

En la tabla 5, se observa que existe correlación directa y moderada entre el marketing digital y el posicionamiento en la empresa de Transportes Servicios Generales y Turismo Milagritos SAC

($r=0,655^{**}$ Sig.= 0,000).

Así mismo, se observa un Sig. bilateral menor a 0.01 lo que da a entender que hay un nivel de fiabilidad de resultados del 99%. Por lo que la investigación es muy significativa.

Tabla 6*Correlación entre social media marketing y posicionamiento de la empresa*

			Social media marketing	Posicionamiento de la empresa
Rho de Spearman	Social media marketing	Coeficiente de correlación	1,000	,532**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	Posicionamiento de la empresa	Coeficiente de correlación	,532**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

Nota: Data de marketing digital y toma de posicionamiento de la empresa

Interpretación:

En la tabla 6, se observa que existe correlación directa y moderada el marketing digital y el posicionamiento en la empresa de Transportes Servicios Generales y Turismo Milagritos SAC ($r=0,655^{**}$ Sig.= 0,000,).

Asimismo, se observa un Sig. bilateral menor a 0.01 lo que da a entender que hay un nivel de fiabilidad de resultados del 99%. Por lo que la investigación es muy significativa.

Tabla 7
Correlación entre e-marketing y posicionamiento de la empresa

			E-marketing	Posicionamiento de la empresa
Rho de Spearman	E-marketing	Coefficiente de correlación	1,000	,546**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
Posicionamiento de la empresa	Posicionamiento de la empresa	Coefficiente de correlación	,546**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

Nota: Data de marketing digital y toma de posicionamiento de la empresa

INTERPRETACIÓN

En la tabla 7, se observa que existe correlación directa y moderada entre el marketing digital y el posicionamiento en la empresa de Transportes Servicios Generales y Turismo Milagritos SAC ($r=0,546^{**}$ Sig.= 0,000,).

DISCUSIÓN

La investigación se llevó a cabo para ampliar el punto de vista de la empresa de servicios generales y turismo Milagritos SAC, lo que resultó beneficioso para la investigación porque permitió comparar los resultados obtenidos con la teoría. En cuanto al objetivo general de determinar la relación entre el marketing digital y el posicionamiento en dicha empresa, los resultados revelan una correlación significativa entre ambas variables, respaldada por la prueba de Rho de Spearman con un resultado de $r=0.600^{**}$ y un valor de significancia de 0.000, lo que respalda la aceptación de la hipótesis y el rechazo de la hipótesis nula. Estos hallazgos concuerdan con la investigación de Huayto y Murga (2020), que también encontraron una relación significativa entre el marketing digital y el posicionamiento de marca en una empresa de

Asímismo, se observa un Sig. bilateral menor a 0.01 lo que da a entender que hay un nivel de fiabilidad de resultados del 99%. Por lo que la investigación es muy significativa.

transporte.

Con respecto al objetivo específico 1, que es evaluar el nivel de relación del marketing digital en la empresa de transportes servicios generales y turismo Milagritos SAC, Trujillo. Se descubrió que el 55% de los clientes creen que la empresa tiene un alto nivel de marketing digital. Cjuiro (2021) compara estos resultados con la misma variable de investigación y ha obtenido resultados positivos, ya que el autor ha obtenido un $r=0.627$ y un sig. < 0.05 , lo que indica que hay una relación aceptable entre las variables. Por lo tanto, estamos de acuerdo con las conclusiones que cada uno ha obtenido, ya que el marketing digital permite atraer clientes potenciales, por lo cual la empresa debe publicitar su bien o servicio en varias plataformas de Internet.

Con respecto al objetivo específico 2, que es

evaluar el nivel de relación de posicionamiento en la empresa de transportes servicios generales y turismo Milagritos SAC, Trujillo, Se descubrió que el 60 % de los clientes considera que el posicionamiento del negocio es alto. Valdez y Villareal (2020) comparan estos resultados con la misma variable de investigación y ha obtenido resultados positivos, ya que el autor descubrió que el 64% de los encuestados cree que la posición de la marca de la organización es alta. Este es el motivo por el cual estamos de acuerdo con los resultados que ha obtenido cada uno, ya que el posicionamiento de una organización ayuda a que se diferencie de las demás en el mismo rubro, por lo que se deben utilizar las estrategias de posicionamiento adecuadas para lograr este objetivo. tienen una fuerte conexión. Estamos de acuerdo con los resultados que ha obtenido cada uno, ya que cuando se logra atraer a los clientes con contenidos entretenidos e interesantes, estos buscarán conocer sobre la organización y los productos que les ofrece para satisfacer sus necesidades. De esta manera, la organización empieza a ser reconocida y logra posicionarse, diferenciándose de las demás.

Ya que ha obtenido un coeficiente Chi cuadrado de 3.8415 y un sig. de 0.05, lo que Como resultado, estamos de acuerdo con los resultados que ha obtenido cada uno, ya que se debe interactuar con los clientes en diversas plataformas digitales y brindarle un trato se ha obtenido un coeficiente $r=0.655^{**}$ y un

sig. 0.000 para el objetivo específico 3, que es determinar la relación entre el marketing de contenidos y el posicionamiento en Milagritos SAC, una empresa de transportes servicios generales y turismo en Trujillo. Estos hallazgos indican que existe una relación de alta significancia entre la dimensión y la variable. Gonzales (2019) ha examinado la relación entre las variables del estudio y ha obtenido resultados favorables, ya que la pendiente arrojó un resultado Chi cuadrado de 3,8415 y un sig. de 0.05, lo que indica que las variables tienen una relación con una fuerte significancia.

En relación con el objetivo específico 4, que es identificar la relación entre el marketing en redes sociales y el posicionamiento en Milagritos SAC, una empresa de transportes servicios generales y turismo en Trujillo, los resultados se muestran en la Tabla 13, con un coeficiente $r=0.532^{**}$ y un sig. 0.000. Estos resultados indican que se ha encontrado una relación significativa entre el marketing en redes sociales y el posicionamiento en la empresa. Gonzales (2019) ha comparado estos resultados con la misma variable y ha obtenido resultados favorables.

indica que ambas variables se han relacionado significativamente.

personalizado para que pueda mantenerse fiel a la empresa y lograr una posición en un mercado cada vez más competitivo.

En relación con el objetivo específico 5, que es determinar la relación entre el marketing

electrónico y el posicionamiento en la empresa de transportes servicios generales y turismo Milagritos SAC, Trujillo, los resultados se muestran en la Tabla 14, con un coeficiente $r=0.546^{**}$ y un sig.0.000. Estos resultados indican que se ha encontrado una relación de alta importancia entre el marketing electrónico

CONCLUSIONES

Las pruebas estadísticas, como la correlación de Rho de Spearman ($r=0.600^{**}$, sig. 0.000), respaldan la conclusión del estudio de que existe una relación alta y significativa entre el marketing digital y el posicionamiento de la empresa de transportes Milagritos Servicios Generales y Turismo SAC. Además, se encontró que los clientes consideran que tanto el marketing digital como el posicionamiento

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aaker, D. (1996). El éxito del producto está en la marca. Barcelona, España: Prentice Hall Empresa.

Aaker, D., (1996). Construir marcas poderosas. Barcelona. España: Ediciones

Gestión 2000, S.A. agroquímicos en Colombia.

Revista Lasallista de Investigación.

Arias, F. (2012). El proyecto de investigación (7ma ed.). Caracas: Editorial Episteme, C.A.

y el posicionamiento. Gonzales (2019) ha comparado estos resultados con la misma variable y ha obtenido resultados positivos, ya que la pendiente arrojó un coeficiente Chi cuadrado de 3.8415 y una significancia, lo que indica que las variables se han relacionado fuertemente.

son altos, lo que demuestra la importancia de estas variables en la estrategia empresarial. Además, se descubrió una relación significativa entre el marketing de contenidos, el marketing de redes sociales, el marketing electrónico y el posicionamiento, lo que demuestra la importancia de estas áreas en la estrategia de marketing digital de la empresa.

Bote, S. (2021). Redes sociales y el desarrollo empresarial, en el contexto del COVID-19. Revista Científica Arbitrada De Investigación En Comunicación, Marketing Y Empresa REICOMUNICAR. ISSN 2737-6354., 4(7 Ed. esp.), 8-20. Obtenido de <https://doi.org/10.46296/rc.v4i7.edespju.n.0027>.

Chaffey, D. y Chadwick, F. (2014). Marketing digital. (5.a ed.). México: Pearson.

Cjuiro (2021). Marketing de relaciones y el

- posicionamiento de la marca en la empresa Transporte Turismo Mer S.R.L. de la ciudad del cuzco 2021. (Tesis de licenciatura). Repositorio de la Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/64722>.
- CONCYTEC (30 de octubre de 2019). Código nacional de la integridad científica. El peruano. <https://busquedas.elperuano.pe/normas-legales/formalizan-la-aprobacion-del-codigo-nacional-de-la-integridad-resolucion-n-192-2019-concytec-p-1822725-1/>
- Docavo Malvezzi, M. (2010). Plan de marketing online: Guía de implementación de estrategias de marketing online para pymes. <https://unblogdemarketing.files.wordpress.com/2014/03/plan-marketingonline.pdf>
- Gonzales, J. (2019). Imagen corporativa en la Compañía de Transporte Pesado Rutas Tixaneñas S.S. y el Posicionamiento en el mercado de la ciudad de Riobamba período 2017. (tesis de licenciatura). Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/5913>
- Guanolema (2017). Calidad de servicio de transporte interprovincial de pasajeros en la ruta Riobamba – Quito y su posicionamiento en el mercado en el 2017. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5861/1/UNACH-EC-FCP-ING-COM-2019-0032.pdf>
- Gutiérrez, M. (2021). Blog Marki | Evolución del marketing digital en Perú en la nueva era digital. (2021). Marki.la. Obtenido de <https://www.marki.la/post/evolucion-del-marketing-digital-en-peru-en-la-nueva-era-digital>
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación (1a ed.). Mc Graw – Hill Interamericana.
- Hernández, S. Fernández, C. Baptista, L. (2008). Metodología de la Investigación (5.a ed.). México: Mc Graw Hill.
- Hernández, S. Fernández, C. y Baptista, L. (2014). Metodología de la investigación.
- Herrera, F. (2014). Principios básicos del marketing digital para empresas. Obtenido de: <http://fabianherrera.net/3-principios-basicos-delmarketing-digitalpara-empresas/>
- Interbrand. (2019). Mejores marcas españolas 2019: Metodología. New york, EE.UU.: Interbrand. Obtenido de

- <https://www.interbrand.com/es/best-brands/best-spanishbrands/methodology/>
- Murga (2020). El marketing digital y su influencia en el posicionamiento de marca de la empresa de transportes Juliaca -Puno, caso: Virgen de Fátima, 2020. (Tesis de licenciatura). Repositorio de Tesis Universidad Peruana Unión. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12840/4110>
- Juan José Castaño, S. J. (2016). Comercio Electrónico. En S. J. Juan José Castaño, Comercio Electrónico (pág. 32). Madrid: Editora Editex, S.A.
- Kobuszewski Volles, B., & Hoeltgebaum, M. (2016). The COO Effect in the International Brand Positioning Strategy. [El Efecto COO en la Estrategia Internacional de Posicionamiento de Marcas.] Obtenido de: http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?_af=123ef55b537d70%40sdcseesmgr02&_bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT11ZHMTbGI2ZQ%3d%3d#db=bth&AN=120396243
- Kotler, P & Keller, K. (2012). Dirección de Marketing Décimo Cuarta Edición. México: Pearson Educación.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2013). Fundamentos de Marketing. México: Pearson Educación.
- Leyva, A. (2016). Marketing en esencia: Gestión de la Marca personal y posicionamiento (E. Granica (ed.); 2°). <https://n9.cl/wga0d>
- Ludeña, K. W., & Salazar, K. S. (2016). Estrategias de marketing y su influencia en el posicionamiento de una empresa de transporte terrestre de carga pesada y almacenaje en Trujillo en el año 2016 (Tesis de licenciatura). Repositorio de la Universidad Privada del Norte. Obtenido de <http://hdl.handle.net/11537/9800>
- Maciá, F. (2015). Marketing online 2.0. (3ª ed.). Madrid: Ediciones Anaya multimedia.
- Merca2.0. (18 de 12 de 2013). Merca2.0. Obtenido de <https://www.merca20.com/3-definiciones-de-marketing-digital/>
- Meza, P., & Vera, K. (2018). Propuesta de Marketing Digital para mejorar el posicionamiento de marca de empresa Frenoseguro. (Tesis pregrado). Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redu/g/27461>
- Miguel Lujan, D. (2019). El branding y su

- incidencia en el posicionamiento de la empresa de Transportes Huanchaco S.A en el distrito de Trujillo, 2019. Repositorio universidad Cesar Vallejo. (Tesis de licenciatura). Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/43617>
- Mir Juliá, Joan (2015) Posicionarse o desaparecer. Madrid, España. ESIC Editorial.
- More Egoavil, J. A. (2018). Marketing Digital Y Posicionamiento. Retrieved from <http://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/14453>
- Moschini, S. (2012). Claves de Marketing Digital la nueva Comunicación Empresarial en el Mundo 3.0. (1ra ed.). La vanguardia Ediciones.
- Ortegon, L. (2017). Imagen y posicionamiento de marcas en la industria de agroquímicos en Colombia. Recuperado el 20 de mayo del 2020, <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69551301002>
- Patel, S. (2019). The 2019 Guide to Successful Brand Positioning in Your Market [La guía 2019 para el posicionamiento exitoso de la marca en su mercado] Recuperado de <https://blog.hubspot.com/sales/brand-positioning-strategy>
- Pearson, & Lexus. (2013). La biblia del marketing. Barcelona: Lexus. Obtenido de <http://190.57.147.202:90/xmlui/handle/123456789/2678>
- Perez Cardona, M. (2016). Manueling. Obtenido de <https://www.manuelperzcardona.com/>
- Price, R., College, M., & Mississippi, C. (2018). Incorporating Digital Marketing in the Marketing Curriculum: An Approach for Small Colleges and Universities. Elm Streed Press, 51–59.
- Ramesh, M., & Vidhya, B. (2019). Digital marketing and its effect on online consumer buying behavior. Journal of Services Research, 19(2), 61–77. Retrieved from <http://proxy.lib.sfu.ca/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=145293180&site=ehost-live>.
- Ramos Lara, K. F. (2018). Marketing Digital y Posicionamiento del Consultorio Estético Almaplasty – Lima, 2018. Retrieved from http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/1891/Casas_Ochochoque_Joel_Rainier.pdf?sequence=1&isAllowed=y Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/695/69551301002.pdf>.

- Ries, & Trout, J. (2002). Posicionamiento: La Batalla Por Su Mente (2da Ed.). México: Mcgraw-Hill / Interamericana De Mexico.
- Serna. (2006). propuesta de mejoras del servicio al cliente en las entidades financieras. Bogotá D.C - Colombia.
- Torreblanca, F. (2015). Las expectativas y su papel en la estrategia de marketing. Recuperado de:
<https://franciscotorreblanca.es/las-expectativas-estrategiamarketing/>
- Valdez & Villareal (2020). Imagen corporativa y posicionamiento de la Empresa de Transportes Rápido Bus, Huaraz – 2020. (Tesis de Licenciatura). Repositorio Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de
- <https://hdl.handle.net/20.500.12692/63912>.
- Valverde (2019). Marketing digital y posicionamiento de KM DATA S.A.C. Chiclayo – 2018. (Tesis Licenciatura). Repositorio Universidad Señor de Sipán. Obtenido de
<https://hdl.handle.net/20.500.12802/6266>.
- Vigo Quispe, L. (2018). Posicionamiento en el mercado de la empresa de transportes Tunesa de la ciudad de Trujillo 2018. (Tesis Licenciatura). Repositorio Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/26522>
- Zuazo Arciniega, J. A. (2018). Estrategias de marketing digital y su relación con la decisión de compra. Universidad Esan

REVISTA CIENTÍFICA
YACHAQ

**HERRAMIENTAS DIGITALES Y APRENDIZAJE COLABORATIVO EN EL ÁMBITO
UNIVERSITARIO**

DIGITAL TOOLS AND COLLABORATIVE LEARNING IN THE UNIVERSITY FIELD

Cornelio Mulatillo Ruiz
Universidad Católica Sedes Sapientiae-UCSS
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8047-1253>
Piura - Perú



Recibido:27/05/2024
Aceptado:30/11/2024

DOI: https://doi.org/10.46363/yachaq.v7i2_6

RESUMEN

Las herramientas tecnológicas han contribuido de manera puntual en los procesos de aprendizaje colaborativo en tiempos de pandemia y pospandemia, así como en los espacios de empoderamiento y contribución del conocimiento a nivel universitario. El objetivo de esta investigación es sintetizar la importancia de las herramientas digitales y su incidencia en el aprendizaje colaborativo en el ámbito universitario, para tal efecto, se ha

seguido un diseño bibliográfico, basado en un enfoque mixto mediante el uso de gestores de contenidos (Dialnet, Redalyc, Scielo, Scopus y Google académico) de los cuales se ha inferido que en los últimos años el uso de herramientas tecnológicas en estudiantes y docentes de todos los niveles, en especial, en el nivel universitario han sido de vital importancia para aprender y generar nuevos conocimientos de manera colaborativa.

Palabras Clave: Recursos educacionales – aprendizaje en línea
enseñanza superior – disponibilidad para el aprendizaje

ABSTRACT

Technological tools have specifically contributed to collaborative learning processes in times of pandemic and post-pandemic, as well as in spaces of empowerment and contribution of

knowledge at the university level. The objective of this research is to synthesize the importance of digital tools and their impact on collaborative learning in the university environment.

for this purpose, a bibliographic design has been followed, based on a mixed approach through the use of content managers (Dialnet, Redalyc, Scielo, Scopus and Google Scholar) from which it has been inferred that in the last two years the use of technological

tools by students and teachers at all levels, especially at the university level, have been of vital importance for learning and generate new knowledge collaboratively within the context of asynchronous and synchronous virtuality.

Keywords: Educational resources – online learning – higher education – availability for learning

RÉSUMÉ

Les outils technologiques ont spécifiquement contribué aux processus d'apprentissage collaboratif en période de pandémie et post-pandémique, ainsi que dans les espaces d'autonomisation et d'apport de connaissances au niveau universitaire. L'objectif de cette recherche est de synthétiser l'importance des outils numériques et leur impact sur l'apprentissage collaboratif en milieu universitaire. Pour cela, une conception bibliographique a été suivie, basée sur une approche mixte à travers l'utilisation de questionnaires de contenu

(Dialnet, Redalyc), Scielo, Scopus et Google Scholar), d'où il a été déduit qu'au cours des deux dernières années, l'utilisation d'outils technologiques par les étudiants et les enseignants à tous les niveaux, en particulier au niveau universitaire, a été d'une importance vitale pour l'apprentissage et génère de nouvelles connaissances de manière collaborative dans le contexte de la virtualité asynchrone et synchrone.

MOTS CLES: Enseñanza superior, Disponibilidad para l'apprentissage.

INTRODUCCIÓN

Vivimos en tiempos de cambio y transformación permanente, los modelos tradicionales han dejado de ser aconsejables para incidir en la enseñanza (Calvo.,2017). La actualización y manejo de las tecnologías se presentan como el camino a seguir para abrir horizontes a una nueva forma de estar en el mundo e interactuar y aprender (Pascagaza y Estrada., 2020). En este sentido, los educadores deben estar dotados de herramientas digitales que permitan generar pertinentes espacios de aprendizaje (Nivela et al., 2019).

El avance tecnológico ha permitido llegar a todas las áreas del conocimiento, a umbrales que antes parecían inalcanzables, convirtiéndose

en herramientas imprescindibles para los docentes y estudiantes dentro de la dinámica del aprendizaje (Llamas y Serrano., 2022). Tanto nativos como migrantes digitales han comprendido la relevancia de las nuevas tecnologías para empoderarse de ignorados conocimientos y crear en base a ello, círculos de aprendizaje colaborativo (Utrera., 2021). De manera que, los docentes y alumnos se encuentran integrados y en constante comunicación virtual a través de los recursos digitales (Rodríguez et al., 2019). Sin duda, el beneficio es mutuo para educativos y estudiantes, que pueden enviar y recibir trabajos,tener clases asincrónicas y sincrónicas, ciertamente la ciencia ha demostrado que las nuevas tecnologías

facilitan nuevas oportunidades. Por tanto, nuevos métodos para aprovechar mejor el conocimiento (Nivela, et al., 2019).

La era digital, está generando una amplia gama de herramientas didácticas que permiten a los formadores incrementar sus conocimientos por vías más accesibles y a escala multidimensional (Arenas et al., 2023). Por ello, la educación necesariamente tiene que estar enfocada en el uso del internet y las herramientas digitales, de lo contrario, no formaría parte de la aldea global y las ofertas del mundo interconectado (Mero et al., 2021). De ahí que, es importante en la práctica educativa, adoptar caminos pedagógicos que sean altamente asequibles a las nuevas tecnologías, sin perder de vista la realidad de muchos pueblos que todavía están lejos de entrar en el escenario de lo digital por la falta de conectividad y equipos tecnológicos (Rodríguez., 2021).

Los tiempos nefastos del COVID -19 trajo como consecuencia la aceleración de la práctica pedagógica en el ámbito virtual, dando pie a un aprendizaje continuo sobre estrategias para la enseñanza y el uso de herramientas digitales en las clases virtuales (Espinel., 2019). Se dio grandes desafíos en los docentes que sintieron obligación de buscar y empoderarse de las estrategias y metodologías innovadoras para entornos virtuales (Jase., 2021). Este contexto abrió interrogantes sobre el papel fundamental que desempeñan los formadores de profesores, en el adiestramiento y el uso de las nuevas tecnologías y las competencias digitales con vistas a generar un aprendizaje colaborativo (García,

2022).

Como refiere Hernández (2021), en el contexto de pandemia las ecologías de aprendizaje han adoptado modelos técnicos dando pie a una migración brusca a los sistemas tecnológicos que ha integrado aspectos culturales, sociales y ha facilitado la interacción adecuada para el aprendizaje colaborativo, de manera que la práctica educativa se puede construir con múltiples actores a través de la red y el uso de las TIC (Lizcano et al., 2019). En esta misma línea Andonegui et al. (2017), pone de manifiesto que las redes sociales son herramientas que facilitan el aprendizaje colaborativo. No cabe duda que las universidades han implantado nuevas metodologías que faciliten la innovación docente para mejores resultados en el trabajo colaborativo (Cea et al, 2019). Pero es interesante, que pese a lo relevante que es trabajar colaborativamente dentro del contexto digital, falten investigaciones referentes al mayor uso de las herramientas digitales avocadas a este fin (Herrada et al., 2018).

Según Méndez (2018), la evolución de la tecnología permite la integración del conocimiento a través del abanico de herramientas digitales como son los murales o pizarras colaborativas que permiten un aprendizaje colaborativo. El mundo digital, sin duda alguna está en constantes cambios, por lo que es un aliado a la educación, sin embargo, es un reto a superar (Calzadilla, 2002).

En relación, González et al. (2019), manifiesta que los estudiantes deben emplear nuevos roles que permitan poder adquirir conocimientos, donde sean capaces de adiestrarse en desarrollar habilidades digitales. Poseer habilidades es un reto en el ámbito de

la educación superior considerando la tecnología como un aliado, el aprender colaborativamente enriquece el aprendizaje (García, 2021). Sin duda que el aprendizaje colaborativo surge como una opción distinta donde cada estudiante tiene oportunidad de aprender y enseñar al equipo (Guerra et al. 2019).

En lo referente a las herramientas digitales se define a todo software que se encuentra en computadoras o dispositivos tecnológicos que permiten crear, organizar y publicar documentos para interactuar de manera colaborativa dentro de la web. Las herramientas se pueden clasificar según las necesidades de lo que se quiere compartir a través de las redes sociales (Roig et al., 2015). Así como señalar los beneficios que aportan para agilizar el trabajo, ubicar la información, organizar los contenidos, mejorar la productividad, fomentar conectividad, acercarnos a las realidades de investigación, adquirir información en tiempo real que permiten acelerar el trabajo tanto personal como colaborativo. Los sitios o gestores de contenidos disponibles en la web tales como los, blogger, wikis, wordpress y Works, se pueden administrar de manera sencilla a través de un correo electrónico sin necesidad de ser un experto en informática, lo que se requiere es tener el interés por transmitir o expresar algo y, práctica para hacerlo (Nivela et al., 2019).

Para Mero (2021), el aprendizaje siempre se da en base a nuevos conocimientos que permiten la mejora continua del estudiante, para tal empresa las nuevas perspectivas pedagógicas se encuentran en las redes, dado que hoy por hoy son escenario del

aprendizaje y de intercambio de conocimiento a gran escala que permite el aprendizaje individual y colaborativo.

Evidentemente que para gestar mejores aprendizajes es imprescindible contar con las herramientas adecuadas requeridas para dicho fin, que permitan el uso sencillo de herramientas para concretarse a la red (Vargas et al., 2019). Impartir conocimientos y asimilar la información, requiere habilidades y conocimientos digitales que permitan el progreso de nuevas competencias para el aprendizaje en línea (Mero., 2021).

El educador es el principal iniciador del aprendizaje en red, porque desde su condición de profesor en los tiempos actuales ya no se limita a enseñar a una población limitada por el espacio tiempo, sino que está dentro de la aldea global, conectado a un espacio abierto capaz de enlazar a través de la red cultural y nuevos condicionamientos a un universo de alumnos que aprenden a través de la red (Mamani., 2021). Las herramientas digitales, presentes en la red, es favorable y de gran valor para estudiantes universitarios, quienes pueden compartir conocimientos y facilitar la información y empoderarse de nuevos saberes (García et al., 2019). Respecto al aprendizaje colaborativo, dentro del contexto de la virtualidad, se ha visto favorecido, por las nuevas tecnologías que han ocupado un puesto importante en los círculos académicos, permitiendo a los alumnos y profesores compartir y receptionar el conocimiento tanto en la educación básica regular como en los ambientes de nivel superior o universitario (Lizcano., 2019). Los numerosos estudios sobre el tema en

cuestión, muestran que las estrategias usadas en el aprendizaje colaborativo asincrónico y sincrónico han sido un soporte cognitivo, afectivo-motivacional y socio-relacional en los ambientes universitarios (Angulo., 2021). Desde esta perspectiva, se infiere que el aprendizaje colaborativo no es más que una estrategia que ayuda acrecentar el conocimiento, integra bases teóricas como el conflicto sociocognitivo, intersubjetividad y cognición distribuida que dentro de los contextos de pandemia han sido posibles a través de los espacios de interacción mediante las habilidades digitales y puntos de conexión en la web (Abanto.2022).

Las herramientas utilizadas para el aprendizaje colaborativo virtual están enmarcadas sobre la base de cuestionarios, test y guías de observación a través de medios tecnológicos y digitales como Google Forms, Quizizz, Kahoot, documentos de Google, Idroo, Jamboard, zoom y otros con el soporte de las plataformas Moodle, Edmodo y Blackboard que han permitido compartir el conocimiento de manera fluida y sistemática a pequeños y grandes grupos de interés (Martínez y Gaeta.,2019. Como señala García et al. (2021), los sistemas de educación han

METODOLOGÍA

La investigación realizada ha tenido como punto de partida la exploración y el análisis cualitativo, la decodificación e interpretación de la información encontrada y la sistematización sintética de los principales hallazgos (Angulo, et al., 2021). Por tanto, el diseño corresponde a la teoría

respondido a las demandas sociales y dentro de los contextos de pandemia las competencias digitales desarrolladas por los docentes han sido un gran aliciente y ayuda para la transmisión del conocimiento y la adquisición de nuevos aprendizajes (Barrera, et al., 2018).

En lo que se refiere al aprendizaje Universitario, diferentes estudios señalan que el uso de las herramientas digitales, generan un gran impacto en el aprendizaje universitario de manera significativa (Bahamón, 2013). Esto permite afianzar diferentes ideas donde se logre la integración del aprendizaje individual a colaborativo, ya que este permite recopilar y anotar información, lluvia de ideas, o la conexión con personas de diferentes lugares donde intercambian información académica o social (Guanipa y Ginoid., 2021).

Con el objetivo de sintetizar la importancia de las herramientas digitales y su incidencia en el aprendizaje colaborativo en el ámbito universitario, se consultó algunos artículos, obtenidos de base de datos como Google académico, Redalyc y Dialnet en lo cual se utilizaron descriptores tales como: Aprendizaje en línea, aprendizaje significativo, herramientas digitales y procesos de aprendizaje al momento de seleccionar los artículos.

fundamental del esbozo sistemático que ha permitido extraer la información más relevante y puntualizar en las ideas fuerza que respondan a la variable de estudio denominado herramientas digitales que facilitan el aprendizaje colaborativo en el ámbito universitario. La búsqueda bibliográfica se realizó en

los principales buscadores de internet que permitió acercarse a los repositorios de las universidades y revistas indexadas como Scopus, Scielo, Redalyc, Dialnet y Google académico, para dicho proceso se tuvo en cuenta el filtro que permitió considerar únicamente las investigaciones del 2018 en adelante. Además, dentro del proceso de la selección de la información, se tuvo en cuenta los criterios de inclusión, para asegurar que los artículos recopilados

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Dentro del marco de la recopilación y sistematización de la información de los artículos analizados se desprenden los resultados que responden al objetivo y pregunta de investigación implícita en la introducción. Las herramientas digitales para generar el aprendizaje colaborativo tienen como base el uso de los recursos tecnológicos que alcanzan a docentes y alumnos (González y Suarez., 2019). Se encontró que el uso de las TIC es el trabajo colaborativo en los diversos escenarios virtuales que han permitido compartir, recepcionar y generar nuevos aprendizajes (García et al., 2021).

Como señala Guanipa et al. (2021) y Rodríguez. (2021), los docentes como estudiantes en todos los niveles de la educación han sido capaces de aprender el manejo de las TIC y de empoderarse de abundantes herramientas digitales y redes sociales para la divulgación y generación de nuevos conocimientos. Esta práctica se ha visto reflejada en las casas de estudios superiores que es donde se produce y se genera el conocimiento

hagan referencia a la variable nombrada “herramientas digitales y aprendizaje colaborativo en el ámbito universitario y se excluye toda información lejana a la variable de estudio o de dudosa procedencia. Así se indica que el trabajo tiene algunas limitaciones dado que los artículos encontrados abordan la variable de estudio entremezclada con otras variables que se alejan del tema en cuestión, pero no por ello deja de tener relevancia la presente investigación.

(Troncoso L.,2023).

De manera unánime los teóricos ponen de manifiesto que las diferentes redes sociales como es el caso de Facebook lograron un impacto en la interacción y aprendizaje del alumnado de forma colaborativa ya que la información es oportuna dentro del aula de clases permitiendo intercambiar saberes y producir información dinámica y activa (Martínez y Gaeta.,2019) y (Barrera, et al., 2018). Así mismo, el utilizar herramientas como redes sociales, blogs o wikis permiten al estudiante familiarizarse ya sea para uso de manera personal o social. Tales herramientas conllevan a que los estudiantes puedan realizar diferentes actividades colaborativas, como la creación de mapas conceptuales, mentales, u otros que son de gran ayuda para la enseñanza (Cea, V., 2019). Para Bahamón (2013); Guanipa y Ginoid. (2021); García et al. (2021) y Mora (2020), el ámbito universitario es un espacio dedicado a la investigación para dar solución a las diversas problemáticas de la sociedad, es una condición imprescindible que el empoderamiento de los recursos digitales, medios tecnológicos y el uso

de las TIC han sido los caudales que sostuvieron la investigación y la producción del conocimiento de manera colaborativa en el tiempo de confinamiento. Esto ha permitido

CONCLUSIONES

Las herramientas digitales hacen referencia a todo software que se encuentra en computadoras o dispositivos tecnológicos que permiten crear, organizar y publicar documentos para interactuar de manera colaborativa dentro de la web. El aprendizaje siempre se da en base a nuevos conocimientos que permiten la mejora continua del estudiante, para tal empresa las nuevas perspectivas pedagógicas se encuentran en las redes y el uso de las nuevas tecnologías. Se considera que el educador es el principal iniciador del aprendizaje en red, dado que desde su condición de profesor en los tiempos actuales ya no se limita a enseñar a una población limitada por el espacio-tiempo, sino que está dentro de la aldea global, por tanto, la gestión de nuevos conocimientos a través de las

seguir interactuando y abriendo verdaderos espacios de aprendizaje colaborativo, práctica que sin lugar a duda sigue su curso en tiempos de post pandemia.

tecnologías y el uso de las TIC es algo imprescindible, dado que la virtualidad ha ocupado un puesto importante en los círculos académicos de manera sincrónica, asincrónica e híbrida.

El aprendizaje colaborativo virtual está enmarcado sobre la base de cuestionarios, test y guías de observación a través de medios tecnológicos y digitales que permiten compartir el conocimiento de manera fluida y sistemática a pequeños y grandes grupos de interés.

En el ámbito universitario, el empoderamiento de los recursos digitales, medios tecnológicos y uso de las TICs, han sido los medios que durante el tiempo de pandemia y post pandemia mostraron el camino a seguir para la interacción y el aprendizaje colaborativo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Angulo, P. (2021). El aprendizaje colaborativo virtual para la enseñanza de la matemática. *Domino de las Ciencias*, 7(1), 253-267.
<https://doi.org/10.23857/dc.v7i1.1703>
- Arenas, R., Cerna, A., Ramos, M., Serón, G., Loli, M., León, G., (2023). La educación virtual como ciencia: tendencias en herramientas informáticas.
<https://osf.io/preprints/osf/ejbqk>
- García, J., y García Martín, S. (2021). Uso de herramientas digitales para la docencia en España durante la pandemia COVID-19. *Revista española de educación comparada*, 38, 151-173.
<http://hdl.handle.net/10366/155868>
- Abanto, J. (2022) El Aprendizaje Colaborativo y uso de las TIC en los docentes: Revisión sistemática. Repositorio UCV.
<https://hdl.handle.net/20.500.1269/2893>
- Ciurlizza de las Casas, A. (2021). Las competencias digitales y el aprendizaje colaborativo de los docentes de la red 2 y 3 de Huaral, 2020.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/60197>
- Calvo, P. (2017). El paradigma del campus didáctico: revisión conceptual y proyección en los espacios físicos de la universidad.
<https://www.torrossa.com/en/resources/an/4301467>
- Barrera, C. et al, (2018). Una intervención

- interactiva por medio de foros en el aprendizaje colaborativo. *EduTec. Revista Electrónica De Tecnología Educativa*, (62), 73-82. <https://doi.org/10.21556/edutec.2017.62.1013>
- Cea, M, Y Vicente, D. (2019). El aprendizaje colaborativo online en la Educación Superior: propuesta e implementación en una asignatura de Grado. <https://accedacris.ulpgc.es/handle/10553/58109>
- Calzadilla, M. (2002). Aprendizaje colaborativo y tecnologías de la información y la comunicación. *Revista Iberoamericana De Educación*, 29(1), 1-10. <https://doi.org/10.35362/rie2912868>
- Espinel, J. (s. f) Reflexiones en torno a las prácticas pedagógicas en el contexto universitario colombiano en el confinamiento por COVID-19. <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/40290>
- Guerra, M. (2019). Aprendizaje colaborativo: experiencia innovadora en el alumnado universitario. *Revista de Estudios y Experiencias en Educación*, vol. 18(36). 269-283. <https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-51622019000100269&script=sciarttext>
- García, M. (2021). Aprendizaje colaborativo, mediado por internet, en procesos de educación superior. *Revista Electrónica Educare*, 25(2), 422-440. [fecha de Consulta 4 de Agosto de 2022]. https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-42582021000200422
- García, M., y cantón, I. (2019). Uso de tecnologías y rendimiento académico en estudiantes adolescentes. *Comunicar*, 59, 73-81. 2019-07. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6868306>
- Gonzales, D. Suárez, N. (2019). Aprendizaje cooperativomediante herramientas digitales. De los procesos de cambio al cambio consentido. 247-260. <https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/14295>
- Hernández, N. (2021). Herramientas que facilitan el aprendizaje colaborativo en entornos virtuales: nuevas oportunidades para el desarrollo de las ecologías digitales de aprendizaje. *Educatio Siglo XXI*, 39(2), 81-100. <https://revistas.um.es/educatio/article/view/465741>
- Herrada, I.(2018). Aprendizaje cooperativo a través de las nuevas tecnologías: Una revisión @ tic. *revista d'innovació educativa*, (20). <https://openurl.ebsco.com/EPDB%3Agcd%3A3%3A18873523/detailv2?sid=ebsco%3Aplink%3Ascholar&id=ebsco%3Agcd%3A130535970&crl=c>
- Jasem, M.(2021). Gamificación, aprender jugando o jugar a aprender (Bachelor's thesis). <https://repositorio.21.edu.ar/handle/ues21/23270>
- Tuárez, M. y Loor, I. (2021). Herramientas digitales para la enseñanza creativa de química en el aprendizaje significativo de los estudiantes. *Dominio de las Ciencias*, 7(6), 1048-1063. <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2380>
- Nivela, M., Echeverría, S., y Espinosa, J., (2019). Herramientas digitales en el trabajo colaborativo. *Revista multidisciplinaria de investigación* ISSN: 2550-6862. <https://www.revistaespirales.com/index.php/es/article/view/444>
- Mero, J. (2021). Herramientas digitales educativas y el aprendizaje significativo en los estudiantes. *Revista de investigación científica de dominio público* Vol. 7, núm. 1, Especial febrero 2021, pp. 712-724 Tuarez, M., Loor, I. (2021). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8385914>
- Méndez, M. (2018). Uso de herramientas digitales para la escritura colaborativa en línea: el caso de Padlet. *Marco ELE. Revista de Didáctica Español Lengua Extranjera*, (27), 1-17. Fecha de Consulta 4 de agosto de 2022]. ISSN: <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/111891>
- Mayorga, A. Aveiga, C. Fierro, W. Cepeda, L. (2020), *Los modelos*

- elearning en el desarrollo del aprendizaje colaborativo en la educación superior. Revista científica dominio de las ciencias. 6(2), 847-865
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7425697>
<https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/1198>
- Mora, A., y Mora, J. (2020), El aprendizaje colaborativo y su contribución en los ambientes virtuales. Revista Ciencia e investigación, 6(1), 164184.
<https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/955>
- Martínez- F., y Gaeta, M.L. (2019). Utilización de la plataforma virtual Moodle para el desarrollo del aprendizaje autorregulado en estudiantes universitarios. Educar, 55(2), 479-498.
<https://www.raco.cat/index.php/Educador/article/view/v55-n2-martinez-sarmiento-gaeta/>
- Mamani, (2021). Herramientas Digitales para Entornos Educativos Virtuales. Revistas.Uap.Edu.Pe.
<https://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/LEX/article/view/2265>
- Jiménez, A. et al. (2014). Integración de las Tecnologías Geoespaciales como herramientas docentes de Ciencias de la Tierra para Educación Secundaria. Enseñanza de las Ciencias de la Tierra, 22(3), 239-250.
<https://digibug.ugr.es/handle/10481/39130>
- Llamas, C. Serrano, A. (2022). Socrative como herramienta de mejora del proceso de enseñanza-aprendizaje en Educación Superior. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia, 25(1), 279-292.
<https://www.redalyc.org/journal/3314/331469022017/331469022017.pdf>
- Lizcano, A. Barbosa, J. (2019). Aprendizaje colaborativo con apoyo en TIC: concepto, metodología y recursos. Magis. Revista Internacional de Investigación en Educación, 12(24), 5-24.
<https://www.redalyc.org/journal/2810/281060624002/281060624002.pdf>
- Andonegui, A. Ruiz, G. (2017). Aprendizaje colaborativo a través de redes sociales en contextos universitarios. Edutec. Revista Electrónica de Tecnología Educativa, (62), 62-72.
<https://www.edutec.es/revista/index.php/edutec-e/article/view/999>
- Guanipa, L. Ginoid, F. (2021) Aprendizaje colaborativo en tiempos de pandemia hacia la construcción de un eje socioeducativo. Revista de Tecnología de Información y Comunicación en Educación. Volumen 15, N° 3. Septiembre-diciembre 2021.
<https://revistaeduweb.org/index.php/eduweb/article/view/390>
- Pascagaza, E. F., Y Estrada, L. C. C. (2020). Modernización de la educación virtual y su incidencia en el contexto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Revista Academia y virtualidad, 13(2), 103-116.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7643870>
- Roig-Vila, R., Mengual-Andrés, S., y Quinto-Medrano, P. (2015). Conocimientos tecnológicos, pedagógicos y disciplinares del profesorado de Primaria. Comunicar, 45(23), 151-159.
<https://www.torrossa.com/en/resources/an/3059003>
- Rodríguez, A-M., Raso, F., y Ruiz-Palmero, J. (2019). Competencia digital, educación superior y formación del profesorado: un estudio de meta-análisis en la Web of Science. PIXEL BIT. Revista de Medios y Educación, 54, 65-81.
<https://redined.educacion.gob.es/xmlui/handle/11162/180507>
- Rodríguez, C. M. (2021). El uso de las tecnologías y la transformación pedagógica en los procesos de enseñanza en espacios híbridos en nivel primario: una aproximación teórica (Master's thesis, Universidad Católica de Córdoba (Argentina)).
<https://www.proquest.com/openview/7e1501293986740c2db2725c608f7d41/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>
- Rodríguez, Z. et al. (2017). Trabajo colaborativo y estrategias de aprendizaje en entornos virtuales en jóvenes universitarios / Collaborative

work and learning strategies in virtual environments in Young University students. RIDE Revista Iberoamericana para la investigación y el Desarrollo Educativo, 7(14), 86-109.

<https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-74672017000100086&script=sciarttex>

Vargas, J. et al (2019). Relación entre las competencias digitales de docentes de educación básica y el uso educativo de las tecnologías en las aulas. Profesorado. Revista de Currículum y Formación del Profesorado, 18(3), 361-377.

<https://digibug.ugr.es/handle/10481/34544>

Troncoso L. (2023). Gestión del conocimiento y Recursos Humanos en los servicios de Extensión Universitaria: trabajo basado en proyectos (Doctoral dissertation, Universitat de València).

<https://producciocientifica.uv.es/documentos/6531007917325e4eea344286?lang=ca>

Utrera, J. (2021). Para leerte mejor: un taller de animación a la lectura para estudiantes universitarios.

<https://cdigital.uv.mx/handle/1944/50568>

REVISTA CIENTÍFICA
YACHAQ

**CULTURA TRIBUTARIA Y EL IMPACTO EN LA RECAUDACIÓN DE LOS
GOBIERNOS LOCALES**

TAX CULTURE AND THE IMPACT ON LOCAL GOVERNMENT COLLECTION

Nelly Victoria de la Cruz Ruiz
Universidad Católica de Trujillo
nelvick24@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6832-6953>

Miguel Ángel Reynerio Bocanegra García
Universidad Católica de Trujillo
mbocanegrac@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8619-0321>



Recibido:23/05/2024
Aceptado:29/11/2024

DOI: https://doi.org/10.46363/yachaq.v7i2_7

RESUMEN

El presente artículo de revisión sistemática examina el impacto de la cultura tributaria en la recaudación de los gobiernos locales en Perú y propone estrategias para su mejora. Se utilizó una metodología rigurosa donde se revisaron 217 artículos científicos, seleccionando cuidadosamente 32 estudios relevantes. Se encontró que la cultura tributaria es fundamental en la recaudación de impuestos, afectando la eficiencia de los sistemas recaudatorios y el cumplimiento de obligaciones tributarias. Investigaciones específicas han revelado la relación entre esta cultura y la recaudación en diferentes contextos locales, resaltando la importancia de comprender y fortalecer esta cultura para

mejorar la recaudación en entornos específicos. La falta de una cultura tributaria sólida puede impactar negativamente la recaudación de impuestos a nivel local en Perú, lo que destaca la necesidad de implementar estrategias efectivas para promover una cultura tributaria responsable. Existe una correlación directa entre la cultura tributaria de la ciudadanía y la evasión fiscal, así como la relevancia de la educación tributaria y la informalidad económica en este proceso. Varios en los municipios peruanos, como la estructura económica del país, capacidad tributaria y factores influyen en la recaudación de impuestos corrupción, teniendo un impacto significativo en los

ingresos fiscales municipales.

Palabras Clave: Cultura tributaria – gobierno local – recaudación tributaria

ABSTRACT

This systematic review article examines the impact of tax culture on the collection of local governments in Peru and proposes strategies for its improvement. A rigorous methodology was used where 217 scientific articles were reviewed, carefully selecting 32 relevant studies. It was found that tax culture is fundamental in tax collection, affecting the efficiency of collection systems and compliance with tax obligations. Specific research has revealed the relationship between this culture and collection in different local contexts, highlighting the importance of understanding and strengthening this culture to improve

collection in specific environments. The lack of a strong tax culture can negatively impact tax collection at the local level in Peru, highlighting the need to implement effective strategies to promote a responsible tax culture. There is a direct correlation between the tax culture of citizens and tax evasion, as well as the relevance of tax education and economic informality in this process. Several factors influence tax collection in Peruvian municipalities, such as the country's economic structure, tax capacity and corruption, having a significant impact on municipal tax revenues.

Keywords: Tax culture – local government – tax collection

INTRODUCCIÓN

En el Perú, la recaudación de impuestos por parte de los gobiernos locales se ve afectada por una cultura tributaria débil. Diversos estudios (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, 2023) revelan que la evasión y elusión fiscal son problemas generalizados, lo que limita la capacidad de los gobiernos locales para financiar servicios básicos y proyectos de desarrollo.

En la compleja trama del funcionamiento gubernamental, uno de los hilos más cruciales es la recaudación de impuestos. La cultura

tributaria, es decir, las actitudes, percepciones y comportamientos de los ciudadanos hacia el pago de impuestos, juega un papel determinante en la eficiencia de esta maquinaria fiscal. En este artículo, exploraremos cómo la cultura tributaria influye directamente en la recaudación de los gobiernos locales, analizando su impacto y posibles vías de mejora.

La cultura tributaria se refiere a la predisposición de los ciudadanos a cumplir con sus obligaciones fiscales. ¿Cómo perciben los contribuyentes el pago de impuestos? ¿Consideran

que es una responsabilidad ciudadana o más bien una carga injusta? Estas son preguntas cruciales que definen la cultura tributaria de una sociedad.

La relación directa entre cultura tributaria y recaudación es un fenómeno de "efecto dominó" (Macas- Ñaguazo et al., 2021). Si la población confía en que sus impuestos se utilizan adecuadamente y ven resultados tangibles, la disposición a contribuir aumenta, generando un impacto positivo en la recaudación local.

La transparencia en la administración de fondos públicos es un factor clave. Cuando los ciudadanos comprenden claramente cómo se utiliza el dinero recaudado, se sienten más inclinados a cumplir con sus obligaciones fiscales. La rendición de cuentas y la comunicación efectiva son, por lo tanto, elementos fundamentales para cultivar una cultura tributaria saludable (Martínez- Quevedo et al., 2022).

La educación financiera y fiscal juega un papel esencial en la formación de la cultura tributaria. Cuando los ciudadanos comprenden la importancia de los impuestos en el desarrollo de la sociedad, están más dispuestos a contribuir. Promover programas educativos sobre asuntos fiscales puede tener un impacto positivo a largo plazo en la percepción de los contribuyentes.

La cultura tributaria influye directamente en la economía local. Una cultura tributaria sólida impulsa la recaudación, permitiendo que los gobiernos locales financien proyectos y servicios que benefician a la comunidad, generando así un ciclo

positivo de desarrollo económico (Tapia et al., 2023).

La transparencia, la participación ciudadana y la educación son herramientas clave. Los gobiernos deben comunicar de manera efectiva cómo se utilizan los fondos y fomentar la comprensión de la importancia de los impuestos en la construcción de una sociedad próspera.

La cultura tributaria influye en la evasión fiscal. Cuando la población percibe que los impuestos son injustos o mal administrados, la tentación de evadir aumenta. Mejorar la cultura tributaria puede contribuir a reducir la evasión fiscal (Martínez-Quevedo et al., 2022). Entre los estudios tenemos Arcaya & Chávez (2022), encontraron que existe una relación directa entre la cultura tributaria y la recaudación de impuestos. Cuando la población tiene una actitud positiva hacia el pago de impuestos, la evasión y elusión fiscal se reducen, lo que aumenta la recaudación de los gobiernos locales. Güemes (2020) concluyo que la confianza en que los impuestos se utilizarán de manera eficiente y transparente es un factor clave para una cultura tributaria fuerte. También Jordán (2018) a destacado que la percepción de que el sistema tributario es justo y equitativo también es importante para fomentar el cumplimiento voluntario de las obligaciones fiscales. En cuanto a educación fiscal un estudio encontró que la educación fiscal juega un papel fundamental en la formación de una cultura tributaria sólida. Los ciudadanos deben comprender la importancia de los impuestos en el financiamiento del Estado y los beneficios que estos generan para la sociedad y es importante

que la educación fiscal se imparta desde la educación básica hasta la formación profesional, con el objetivo de crear conciencia sobre la importancia de los impuestos y el papel que estos juegan en el desarrollo del país. (Zambrano, 2024). Cabrera Sánchez et al. (2021) en un artículo encontró que la cultura tributaria influye significativamente en la evasión tributaria en las rentas de cuarta categoría, principalmente en el rubro médico, lo que afecta la eficiencia del sistema tributario en Perú, la evasión tributaria es difícil de controlar por los organismos estatales, con su principal origen en la cultura tributaria de la ciudadanía, donde la conciencia de tributar no es asumida completamente. Un estudio no experimental realizado en la ciudad de Trujillo-Perú reveló que la mayoría de los contribuyentes del rubro médico tienen un nivel de cultura tributaria bajo, con un 62,30%, y la evasión fiscal es alta, alcanzando el 65,57%. La cultura tributaria en Perú, definida como el conjunto de valores, creencias y actitudes compartidos por la sociedad en relación con la tributación y el cumplimiento de las leyes fiscales, es

METODOLOGÍA

En la elaboración de este artículo de investigación, se optó por la metodología de revisión sistemática con el objetivo de indagar sobre la Cultura tributaria y su repercusión en la recaudación de los gobiernos locales en Perú (Ramos et al., 2021). La revisión sistemática (Arévalo Barea et al., 2010; Galarza & Cruz, 2024), reconocida por su rigurosidad, implicó el análisis de 217 artículos científicos procedentes de destacadas bases de datos como Google

Académico, SciELO, EBSCO, Scopus, Web of Science, Redalyc y Dialnet. Se usaron herramientas de inteligencia artificial que permiten a los investigadores explorar de manera visual y navegar por la literatura científica y que ayudan a identificar trabajos relacionados con una investigación específica mediante la creación de mapas visuales de artículos conectados. Posteriormente, tras una exhaustiva evaluación formal y de contenido, se seleccionaron 32

crucial para la recaudación de impuestos y el sostenimiento del país (Reategui, 2015). Sin embargo, se ha observado que el país sufre de bajas tasas de recaudación, falta de cultura tributaria y una urgente necesidad de actualización de herramientas tecnológicas en las municipalidades (Carazas, 2021). La cultura tributaria, como mecanismo para hacer más completos los sistemas tributarios, es esencial para la recaudación de impuestos (Sebá, 2014). A lo largo de la historia, el tributo indígena ha sido un importante ingreso para la hacienda castellana en Perú, lo que destaca la importancia de la recaudación de impuestos para el sostenimiento del país (Stern, 1981). Estos antecedentes demuestran que la cultura tributaria tiene un impacto significativo en la evasión tributaria en Perú, lo que puede afectar la recaudación de impuestos en los municipios peruanos. Este estudio tiene como objetivo analizar el impacto de la cultura tributaria en la recaudación de los gobiernos locales en Perú, así como proponer estrategias para su mejora.

artículos que se alineaban de manera precisa con la finalidad del artículo, enmarcado en una investigación de alcance descriptivo. Estos artículos, obtenidos a través de criterios de inclusión y un plan de búsqueda cuidadosamente diseñado, ofrecieron la información necesaria para la construcción de estudios explicativos.

Es relevante destacar que, aunque existen numerosos artículos relacionados con la Cultura tributaria y su impacto en la recaudación de los gobiernos locales en Perú, la revisión sistemática permitió la identificación y selección de aquellos que

RESULTADOS

La cultura tributaria desempeña un papel fundamental en la recaudación de impuestos por parte de los gobiernos locales y municipios en Perú. Diversos estudios han destacado la importancia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones fiscales. Se ha observado que la eficiencia de los sistemas recaudatorios y las condiciones para el cumplimiento de las obligaciones tributarias se ven influenciadas por la cultura tributaria de la población (Granda et al., 2023). Además, se ha señalado que una cultura tributaria sólida puede generar confianza en los ciudadanos y, a su vez, aumentar la recaudación tributaria de manera progresiva (Burga, 2021).

Investigaciones específicas han analizado la relación entre la cultura tributaria y la recaudación en diferentes contextos locales. Por ejemplo, se ha estudiado la incidencia de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto predial urbano en ciertos gobiernos autónomos descentralizados (Chóez, 2023). Asimismo, se ha evaluado cómo la cultura tributaria influye en la recaudación fiscal

aportan significativamente a la investigación. Los criterios de selección aplicados se centraron en la relación con las variables y el propósito de la investigación, la publicación en los últimos 5 años, la disponibilidad en formato completo y la accesibilidad sin costos adicionales. La implementación de la revisión sistemática en el desarrollo de este artículo científico fue fundamental, ya que facilitó la elección de artículos e investigaciones pertinentes para la revisión literaria, reduciendo sustancialmente el riesgo de sesgo de información.

en las micro y pequeñas empresas de Lima Metropolitana (Zumaeta- Julca, 2022). Estos estudios resaltan la relevancia de comprender y fortalecer la cultura tributaria para mejorar la recaudación en entornos locales específicos.

Además, se ha mencionado que la falta de una cultura tributaria sólida puede afectar la recaudación de impuestos a nivel local en Perú (Vigil & Hirano, 2020). Es fundamental que los gobiernos locales implementen estrategias efectivas para promover una cultura tributaria responsable entre los contribuyentes, lo que puede traducirse en un aumento de los ingresos fiscales necesarios para financiar servicios públicos y proyectos de desarrollo local.

Investigaciones han demostrado que la cultura tributaria de la ciudadanía incide directamente en la evasión tributaria, lo cual representa un desafío significativo para el país (Alarcón et al., 2023; Sánchez et al., 2021). Asimismo, se ha evaluado la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de

obligaciones tributarias en comerciantes de mercados locales, evidenciando una correlación positiva entre ambos aspectos (Unzueta et al., 2022). La educación tributaria también ha sido identificada como un factor relevante en la recaudación fiscal, como se ha estudiado en el contexto de estudiantes universitarios en Perú (Callohuanca et al., 2020). Por otro lado, la informalidad económica ha demostrado impactar negativamente en la evasión tributaria, como se ha observado en bodegas del distrito de Ferreñafe, donde la informalidad genera una evasión tributaria significativa (Gil et al., 2021). Además, la presión fiscal y la estructura tributaria han sido analizadas en relación con la recaudación tributaria, mostrando cómo estos factores influyen en la generación de ingresos para los gobiernos locales (Quispe-Fernández & Nina, 2021; Álvarez, 2021).

La recaudación de impuestos en los municipios peruanos se ve influenciada por varios factores de la cultura tributaria. Estudios han demostrado que factores como la estructura económica del país, la capacidad tributaria, la corrupción, la estabilidad política, la apertura comercial, el ingreso per cápita real, la inflación, y la agricultura tienen un impacto significativo en la recaudación de impuestos (Teera & Hudson, 2004; Amin et al., 2014). Además, la calidad de la administración tributaria, la evasión fiscal, las exenciones fiscales inapropiadas, y la debilidad en la administración de ingresos también juegan un papel crucial en la capacidad de recaudación de ingresos (Javid & Arif, 2012).

La literatura también destaca que factores institucionales, como la libertad

económica, y factores externos, como la ayuda extranjera, pueden influir en la recaudación de impuestos (Alabede, 2018; Wen et al., 2021). Asimismo, la estructura política y económica heredada de la época colonial puede tener un impacto en los esfuerzos fiscales actuales (Mkandawire, 2010). La educación fiscal, la psicología de los contribuyentes, y la tecnología también se han identificado como factores que afectan el desempeño de la recaudación de impuestos (Rongping et al., 2023).

Además, la relación entre los niveles de recaudación tributaria y la inversión pública a nivel departamental en Perú ha sido objeto de análisis, lo que sugiere una interconexión entre estos dos aspectos (Manrique-Cáceres & Narváez-Soto, 2020).

La estructura económica del país, la capacidad tributaria, la corrupción, la estabilidad política, la apertura comercial, el ingreso per cápita real, la inflación y la agricultura son factores que también pueden influir en la recaudación tributaria. Por ejemplo, se ha observado que el crecimiento económico está relacionado con los ingresos tributarios en Perú (Ferro, 2014; Fernández & Domínguez, 2019). Además, la relación entre las variables macroeconómicas y la recaudación tributaria en Ecuador sugiere que factores económicos más amplios pueden afectar la recaudación de impuestos (Llumiluisa-Morocho et al., 2022).

La cultura tributaria, definida como la interrelación entre el conocimiento de los tributos, la importancia del cumplimiento y la responsabilidad ciudadana, juega un papel crucial en el cumplimiento de las obligaciones tributarias (Narváez et al., 2019). Además, la educación tributaria se

ha identificado como una alternativa para mejorar el cumplimiento de las obligaciones tributarias, lo que destaca la importancia de la formación en este ámbito (Rojas, 2021).

La confianza en las instituciones gubernamentales y la transparencia también son aspectos relevantes. Asimismo, la transparencia en la gestión de los recursos públicos y en las políticas tributarias puede impactar en la percepción de equidad y en la voluntad de contribuir al sistema tributario (Flores et al., 2019).

Además, la eficacia de la administración tributaria y la equidad en la distribución de la carga tributaria son elementos determinantes. Una administración tributaria eficiente puede facilitar el cumplimiento de los contribuyentes, mientras que una distribución equitativa de la carga tributaria puede promover la aceptación y legitimidad del sistema impositivo (De La Cruz Sánchez et al., 2022).

Los factores de recaudación de impuestos en los municipios peruanos están influenciados por varios factores. El nivel de desarrollo socioeconómico y la recaudación de impuestos a la propiedad están correlacionados positivamente, lo

que indica que niveles más altos de desarrollo socioeconómico conducen a una mejor recaudación de impuestos (de la Cruz et al., 2021). Sin embargo, la cultura tributaria no tiene una relación significativa con la recaudación de impuestos en el municipio de Comas (Maguiña-Guanilo et al., 2021). Las estrategias para mejorar la recaudación de impuestos en la Municipalidad Provincial de Chota incluyen estrategias administrativas y de servicio, estrategias legales y políticas, y estrategias socioeducativas y de comunicación (Idrogo-Gálvez, 2018). Un estudio sobre microempresarios rurales en Perú encontró que la cultura tributaria se correlaciona significativamente con el cumplimiento de impuestos, con un número significativo de microempresarios incumpliendo y teniendo una cultura tributaria deficiente (Ramírez Zamudio & Nolazco Cama, 2020). Además, el esfuerzo fiscal y el cumplimiento voluntario juegan un papel en el pago de impuestos en Perú, y las políticas públicas no disuasorias basadas en la investigación sobre la moral tributaria pueden ayudar a mejorar el cumplimiento fiscal (Betancur et al., 2021).

Tabla 1*Factores de la Cultura Tributaria y la Incidencia en la Recaudación en Municipios Peruanos*

Factores de la Cultura Tributaria	Incidencia en la Recaudación	Impacto
Nivel de Educación Financiera de la Población	Mayor educación financiera conduce a una mejor comprensión de la importancia de los impuestos y, por lo tanto, a una mayor disposición para cumplir con las obligaciones fiscales, lo que puede aumentar la recaudación.	Alto
Transparencia y Confianza en las Instituciones Gubernamentales	La confianza en las instituciones gubernamentales y la percepción de que los impuestos se utilizan de manera eficiente y equitativa puede motivar a los contribuyentes a cumplir voluntariamente con sus obligaciones fiscales, lo que puede aumentar la recaudación.	Alto
Cultura de Cumplimiento Tributario	Una cultura arraigada de cumplimiento tributario, donde el pago de impuestos se percibe como una responsabilidad cívica, puede resultar en una mayor recaudación, ya que los contribuyentes están más dispuestos a pagar sus impuestos de manera voluntaria y oportuna.	Alto
Eficacia de la Administración Tributaria	Una administración tributaria eficiente y efectiva, que facilite el cumplimiento y la aplicación de las leyes fiscales, puede aumentar la recaudación al reducir la evasión y elusión fiscales.	Alto
Equidad en la Distribución de la Carga Tributaria	Una distribución equitativa de la carga tributaria, donde todos los contribuyentes perciben que están contribuyendo de manera justa según su capacidad económica, puede generar un mayor cumplimiento voluntario y, por lo tanto, aumentar la recaudación.	Alto

La Tabla 1 presenta una síntesis de los factores de la cultura tributaria y su incidencia en la recaudación en municipios peruanos. Según Camacho et al. (2017), "una mayor educación financiera conduce a una comprensión más profunda de la importancia de los impuestos". Además, según Rojas y Barbarán (2021), "la gestión de la recaudación en las municipalidades del Perú se ha agravado y presenta una serie de desatinos en el sistema administrativo

tributario". Por otro lado, Arcaya y Armi-Chávez (2018) mencionan que "el nivel de cultura tributaria es significativo en los contribuyentes, siendo de suma importancia la recaudación de los pagos de los impuestos". En resumen, estos estudios respaldan la importancia de promover una mayor educación financiera y mejorar la gestión de la recaudación para aumentar la recaudación y favorecer el desarrollo local en Perú.

Tabla 2*Factores de la de la Recaudación Fiscal y su impacto en Municipios Peruanos*

Factores de la Recaudación Fiscal en Municipios Peruanos	Descripción	Nivel
Economía Local y Nivel de Desarrollo	El nivel de actividad económica y desarrollo de un municipio influye en su capacidad para recaudar impuestos. Municipios con una economía próspera tienden a tener una base impositiva más amplia y una mayor capacidad de recaudación.	Alto
Eficiencia y Transparencia en la Administración Tributaria	La eficiencia en la gestión de los procesos tributarios, así como la transparencia en la administración de los fondos públicos, son cruciales para generar confianza entre los contribuyentes y aumentar la recaudación.	Alto
Cumplimiento Tributario y Cultura Fiscal	La disposición de los ciudadanos para cumplir con sus obligaciones fiscales y la existencia de una cultura fiscal sólida son factores determinantes en la recaudación de impuestos. La educación y sensibilización sobre la importancia de los impuestos juegan un papel fundamental.	Alto
Estructura y Efectividad del Sistema Tributario Local	La estructura del sistema tributario local, incluyendo los tipos de impuestos aplicados y su efectividad en la captación de ingresos, influye en la cantidad de recursos que un municipio puede recaudar para financiar sus actividades y proyectos.	Medio
Equidad en la Distribución de la Carga Tributaria	Es importante que la carga tributaria se distribuya de manera equitativa entre los contribuyentes, de acuerdo con su capacidad económica, para evitar desigualdades y fomentar un ambiente de cumplimiento voluntario.	Alto

La Tabla 2 detalla los factores determinantes en la recaudación fiscal de los municipios peruanos y su impacto respectivo. Desde la economía local hasta la equidad en la distribución de la carga tributaria, estos elementos son cruciales para la generación de ingresos fiscales municipales. La gestión de la recaudación tributaria en los municipios peruanos es esencial para su funcionamiento y desarrollo. Según estudios recientes, factores como la economía local, la eficiencia en la administración tributaria, el cumplimiento tributario, la estructura del

sistema tributario local y la equidad en la distribución de la carga tributaria son determinantes en la generación de ingresos fiscales municipales. Estos aspectos destacan la importancia de promover una economía próspera, una gestión tributaria eficiente y transparente (López Pérez & Ramírez Zamudio, 2019), un alto nivel de cumplimiento fiscal y una distribución equitativa de la carga impositiva para fortalecer las finanzas municipales y fomentar un desarrollo sostenible a nivel local.

Tabla 3

Comparación entre Factores de la Cultura Tributaria y Factores de la Recaudación Fiscal en Municipios Peruanos

Factores de la Cultura Tributaria	Nivel de Impacto	Factores de la Recaudación Fiscal en Municipios Peruanos	Nivel de Impacto
Nivel de Educación Financiera de la Población	alto	Economía Local y Nivel de Desarrollo	alto
Transparencia y Confianza en las Instituciones Gubernamentales	alto	Eficiencia y Transparencia en la Administración Tributaria	alto
Cultura de Cumplimiento Tributario	alto	Cumplimiento Tributario y Cultura Fiscal	alto
Eficacia de la Administración Tributaria	alto	Estructura y Efectividad del Sistema Tributario Local	medio
Equidad en la Distribución de la Carga Tributaria	alto	Equidad en la Distribución de la Carga Tributaria	alto

Los resultados de la Tabla 3 resaltan la correlación positiva entre la cultura tributaria y la recaudación fiscal en municipios peruanos, subrayando la necesidad de fortalecerla para potenciar la eficiencia y equidad en la administración tributaria. Se observa una discrepancia entre la eficacia de la administración tributaria y la

estructura del sistema, lo que sugiere áreas específicas de intervención para mejorar la recaudación fiscal a nivel local en Perú. Estos hallazgos ofrecen oportunidades para implementar medidas dirigidas a fortalecer la cultura tributaria y optimizar los sistemas tributarios locales en beneficio de la economía y sociedad peruana.

DISCUSIÓN

Los resultados de la revisión sistemática resaltan la necesidad de profundizar en el vínculo entre la Cultura tributaria y la recaudación de los gobiernos locales en Perú. Este análisis destaca estudios fundamentales que sirven como base sólida para investigaciones futuras, las cuales deben enfocarse en un examen más

detallado de las variables pertinentes. Se insta a explorar nuevas perspectivas y metodologías para ampliar la comprensión de estos fenómenos. Asimismo, se aconseja investigar la evolución temporal de la Cultura tributaria y su impacto en la recaudación en un periodo más amplio que el considerado en este estudio, que abarcó cinco años. Estas investigaciones

venideras no solo promoverían el progreso del conocimiento en este campo, sino que también podrían orientar el diseño

CONCLUSIONES

La cultura tributaria es un elemento fundamental en la recaudación de los gobiernos locales en Perú. Mejorarla requiere un enfoque integral que abarque desde la transparencia gubernamental hasta la educación financiera, lo que fortalecerá la confianza ciudadana y potenciará la recaudación fiscal de manera significativa. Esta cultura no solo refleja la relación entre ciudadanos y gobiernos, sino que también es crucial para el progreso y bienestar de la sociedad en su conjunto. Es responsabilidad de los ciudadanos comprender su rol en este proceso, ya que una cultura tributaria sólida es esencial para construir un futuro próspero y sostenible.

En el contexto peruano, la cultura tributaria desempeña un papel crucial en la capacidad de los gobiernos locales y municipios para recaudar impuestos de manera efectiva. Fortalecer esta cultura a través de estrategias efectivas puede tener un impacto significativo en la mejora de la

de políticas públicas más eficaces en el ámbito tributario y gubernamental dentro del contexto peruano.

recaudación tributaria y, en última instancia, en el desarrollo sostenible de las comunidades locales.

La recaudación de impuestos en los municipios peruanos se ve influenciada por factores económicos, políticos, institucionales y culturales. Por lo tanto, comprender y abordar estos factores de manera integral es fundamental para mejorar la eficacia de la recaudación de impuestos en el país.

En resumen, aspectos como la cultura tributaria, educación fiscal, informalidad económica, presión fiscal y estructura tributaria son elementos esenciales en la recaudación fiscal de los municipios en Perú. Estos aspectos están interconectados y afectan directamente cómo los contribuyentes cumplen con sus obligaciones fiscales, lo que a su vez incide en los ingresos que los municipios pueden obtener para financiar sus actividades y servicios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alabede, J. (2018). Economic freedom and tax revenue performance in sub-saharan africa. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 16(4), 610-638.

<https://doi.org/10.1108/jfra-04-017-0024>

Alarcón, C., Mamani, M., Cahuapaza, E., & Lupaca, Y. (2023). Cultura y evasión tributaria en productores mineros en proceso de formalización de una comunidad campesina en el altiplano peruano. *Gestionar Revista De Empresa y Gobierno*, 3(2), 108-119. <https://doi.org/10.35622/j.rg.2023.02.00>

9

Álvarez, E. (2021). Efectos de las transferencias intergubernamentales en la generación de ingresos de gobiernos locales: evidencia para el caso Perú. *Semestre Económico*, 10(2), 11-31.

<https://doi.org/10.26867/se2021.v10i2.117>

Amin, A., Nadeem, A., Parveen, S., Kamran, M., & Anwar, S. (2014). Factors affecting tax collection in pakistan: an empirical investigation. *Journal of Finance and Economics*, 2(5), 149-155. <https://doi.org/10.12691/jfe-2-5-3>

- Arcaya, R. M., & Chavez, L. M. (2021). *La cultura tributaria y su incidencia en la recaudación del impuesto a la renta de tercera categoría en las micro y pequeñas empresas comerciales en el distrito de La Victoria, año 2020* (Doctoral dissertation, Tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres). Repositorio USMPÁG. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8952/arcaya_ar_michavez_vlm.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arévalo Barea, Raúl Arturo, Ortuño, Gonzalo, & Arévalo Salazar, Dory Esther. (2010). REVISIONES SISTEMÁTICAS (1). *Revista Médica La Paz*, 16(2), 69-80. Recuperado en 10 de marzo de 2024, de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1726-89582010000200012&lng=es&tlng=es.
- Burga, A. (2021). Propuestas para incrementar la recaudación tributaria. *Advocatus*, (040), 57-69. <https://doi.org/10.26439/advocatus2021.n040.5284>
- Cabrera Sánchez, M. A., Sánchez-Chero, M. J., Cachay Sánchez, L. D. C., & Rosas-Prado, C. E. (2021). Cultura tributaria y su relación con la evasión fiscal en Perú. *Revista de Ciencias Sociales* (13159518), 27.
- Callohuanca, E., Flores, L., & Sucari, W. (2020). Educación tributaria y recaudación fiscal de rentas de primera categoría en estudiantes universitarios del Perú. *Revista Innova Educación*, 2(3), 506-517. <https://doi.org/10.35622/j.rie.2020.03.009>
- Carazas, R. R., Diaz, M. E. S., Gómez, W. D. C., & de Zavala, Y. C. (2021). El Estudio del impuesto predial en gobiernos locales del Perú. *ECA Sinergia*. https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v12i3.3583
- Chóez, Á. (2023). Cultura tributaria y recaudación del impuesto predial urbano, gobierno autónomo descentralizado del cantón Pedro Carbo. *Ciencia Y Desarrollo*, 26(4), 7. <https://doi.org/10.21503/cyd.v26i4.2498>
- Galarza, C. R., & Cruz, P. G. (2024). Guía para realizar estudios de revisión sistemática cuantitativa. *CienciaAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 13(1), 1-6. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9258000>
- Gil, M., Prado, C., & Sánchez, M. (2021). Impacto de la informalidad en la evasión tributaria de las bodegas del distrito de Ferreñafe, Perú. *Horizonte Empresarial*, 8(1), 302-310. <https://doi.org/10.26495/rce.v8i1.1632>
- Granda, P., Muñoz, V., & Morales, L. (2023). Impacto de la cultura fiscal en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las empresas de la ciudad de Machala, Ecuador. *Religación Revista De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 8(36), e2301022. <https://doi.org/10.46652/rgn.v8i36.1022> <https://www.redalyc.org/journal/280/28068276018/html/>
- Javid, A. and Arif, U. (2012). Analysis of revenue potential and revenue effort in developing asian countries. *The Pakistan Development Review*, 51(4II), 365-380. <https://doi.org/10.30541/v51i4iipp.365-380>
- Jordán, F. L. (2018). *Percepción de justicia, identidad y recaudación tributaria: una aproximación desde la nueva sociología fiscal*. IUS 360. <https://ius360.com/percepcion-de-justicia-identidad-y-recaudacion-tributaria-una-aproximacion-desde-la-nueva-sociologia-fiscal/>
- Macas-Iñaguazo, M., del Cisne Vega-Granda, A., & Sotomayor-Pereira, J. G. (2021). *cultura tributaria y su*

D: 177305823

- incidencia en la recaudación de impuestos. Caso Machala, provincia El Oro, periodo 2015-2019.* Retrieved from <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:236541971>
- Martínez-Quevedo, M., Reyes-Mesones, K. C., & Vega-Jaramillo, F. Y. (2022). Ecuador: Efecto de la presión fiscal sobre la recaudación tributaria. Estimación de la curva de Laffer, periodo 2000-2020. 593 *Digital Publisher CEIT.* Retrieved from <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:247345444>
- Quispe-Fernández, G. and Nina, V. (2021). Carga y presión tributaria. un estudio del efecto en la liquidez, rentabilidad e inversión de los contribuyentes en ecuador. *Retos*, 11(22), 251-270. <https://doi.org/10.17163/ret.n22.2021.04>
- Ramos, N., Chero, S., Vidaurre, W., Urbina, M., & Rosas, C. (2021). Cultura tributaria como instrumento para una efectiva recaudación de impuestos. *Ciencia y Desarrollo*, 24(4), 39-47. [https://www.academia.edu/69494079/Cultura Tributaria Como Instrumento Para Una Efectiva Recaudaci%C3%B3n De Impuestos](https://www.academia.edu/69494079/Cultura_Tributaria_Como_Instrumento_Para_Una_Efectiva_Recaudaci%C3%B3n_De_Impuestos)
- Sánchez, M., Sánchez-Chero, M., Sánchez, L., & Prado, C. (2021). Cultura tributaria y su relación con la evasión fiscal en Perú. RCS. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i.36503>
- Sebá, E. C. B. (2014). *La cultura tributaria como herramienta de política fiscal: la experiencia de Bogotá.* Retrieved from <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:247345444>
- Wen, J., Farooq, U., Tabash, M., Refae, G., & Subhani, B. (2021). Governance and tax revenue: does foreign aid matter?. *International Review of Administrative Sciences*, 89(1), 273-291. <https://doi.org/10.1177/00208523211056071>
- Stern, S. J. (1981). El tributo indígena en el Perú. Siglos XVI y XVII. *Américas*, 61, 316-317. <https://doi.org/10.1215/00182168-61.2.316>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (2023) *Cultura tributaria para un Perú más justo y solidario.* Cultura Tributaria Aduanera. Recuperado el 10 de marzo de 2024, de <https://cultura.sunat.gob.pe/noticias/cultura-tributaria-para-un-peru-mas-justo-y-solidario>
- Tapia, L. M. M., Moreno, E. G. E., & Ortiz, C. G. C. (2023). Recaudación de impuestos y creación de valor empresarial en las empresas manufactureras de Cotopaxi. *Pacha. Revista de Estudios Contemporáneos Del Sur Global.* Retrieved from <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:260943978>
- Teera, J. and Hudson, J. (2004). Tax performance: a comparative study. *Journal of International Development*, 16(6), 785-802. <https://doi.org/10.1002/jid.1113>
- Unzueta, R., Montes, H., & Montes, S. (2022). Cultura tributaria y su relación con el cumplimiento de obligaciones tributarias - mercado José Carlos Mariátegui - San Juan de Lurigancho. *Ágora Revista Científica*, 9(1), 65-73. <https://doi.org/10.21679/206>
- Vigil, F. and Hirano, P. (2020). *Economía aplicada: ensayos de investigación económica* 2017. <https://doi.org/10.21678/978-9972-57-457-3>
- Zambrano, R. (2024). “Educación Tributaria” o “Tributación en la Educación”, un acercamiento diferente. *Ciat.org.* Recuperado el 10 de marzo de 2024, de <https://www.ciat.org/educacion-tributaria-o-tributacion-en-la-educacion-un-acercamiento-diferente/>

- Zumaeta-Julca, P. (2022). La cultura tributaria y la recaudación fiscal: análisis en las mypes de lima metropolitana, Perú. *Semestre Económico*, 11(1), 18-27. <https://doi.org/10.26867/se.2022.v11i1.125>
- Betancur, M. T., Espejo, M. H., & Benito, O. M. (2021). Factores asociados al cumplimiento de la normatividad de gestión de residuos municipales de Juliaca, Perú. *Apuntes Universitarios*, 11(4), 203-215.
- De La Cruz Sánchez, E., Gonzales Rodríguez, E. Y., Sevilla Gamarra, M. A., & Calvanapón Alva, F. A. (2022). La cultura tributaria y recaudación tributaria municipal distrital de Olmos al 2021. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(3), 3530-3551. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i3.2482
- De la Cruz, A. V., Fasabi, J. B., Muñoz, R. K. R., & García, J. L. P. (2021). Análisis de los factores socioeconómicos apoyado por un modelo de componentes principales como predictor de la recaudación del impuesto predial, San Martín-Perú. *Sapienza: International Journal of Interdisciplinary Studies*, 2(2), 101-113. [doi: 10.51798/SIJIS.V2I2.106](https://doi.org/10.51798/SIJIS.V2I2.106)
- Fernández, J. and Dominguez, L. (2019). El producto bruto interno (pbi) y su relación con los ingresos tributarios en el Perú 2007-2018. *Quipukamayoc*, 27(55), 17-23. <https://doi.org/10.15381/quipu.v27i55.17174>
- Ferro, M. (2014). Crecimiento económico e ingresos tributarios del Perú. *economic growth and tax revenues of peru.. Logos*, 4(1). <https://doi.org/10.21503/log.v4i1.302>
- Flores, O. G. M., Jordán, R. P., & Choez, C. G.P. (2019). Políticas tributarias y la evasión fiscal en la República del Ecuador. *Aproximación a un modelo teórico. Revista Venezolana de Gerencia*, 24(88), 1147-1165. <https://doi.org/10.17162/au.v11i4.767>
- Idrogo-Gálvez, M. (2018). Estrategias para mejorar la recaudación tributaria en la Municipalidad Provincial de Chota: Strategies to improve tax collection in the Provincial Municipality of Chota. *Revista Ciencia Nor@ndina*, 1(2), 104-111. doi:10.37518/2663-6360X2020V1N2P104
- Llumiluisa-Morocho, R., Solorzano-Matamoros, K., & Davila-Herrera, J. (2022). Efecto de las variables macroeconómicas sobre la recaudación tributaria en Ecuador, periodo 2000 a 2020. *Digital Publisher Ceit*, 7(2), 326-338. <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.2.1023>
- Maguiña-Guanilo, A., Mayorca-Huané, A., & Baylón-Gonzales, B. (2021). Tax culture in the collection of municipal taxes. In *Artificial Intelligence, Computer and Software Engineering Advances: Proceedings of the CIT 2020 Volume 2 (pp. 112-123)*. Springer International Publishing. doi:10.1007/978-3-030-68083-1_9
- Manrique-Cáceres, J. and Narváez-Soto, J. (2020). Niveles de recaudación tributaria e inversión pública a nivel departamental en el Perú, 2008 - 2017. *Ciencia Unemi*, 13(33), 108-119. <https://doi.org/10.29076/issn.2528-7737vol13iss33.2020pp108-119p>
- Mkandawire, T. (2010). On tax efforts and colonial heritage in Africa. *The Journal of Development Studies*, 46(10), 1647-1669. <https://doi.org/10.1080/00220388.2010.500660>
- Narváez, M., Cruz, V., Farinango, J., Badillo, M., & Morejón, M. (2019). La cultura tributaria en el sector artesanal y su efecto en el cumplimiento de obligaciones. *Visión Empresarial*, (9), 41.

- <https://doi.org/10.32645/13906852.868>
- Ramírez Zamudio, Aldo, & Nolzco Cama, José Luis. (2020). Assessment of fiscal effort and voluntary tax compliance in Peru. *Revista Finanzas y Política Económica*, 12(1), 55-87. Epub December 05, 2020. <https://doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.v12.n1.2020.3121>
- Rojas, G. (2021). La educación tributaria en el Perú: una alternativa para mejorar el cumplimiento de las obligaciones tributarias. *In Crescendo*, 11(2), 241. <https://doi.org/10.21895/incres.2020.v11n2.07>
- Rongping, M., Fentaw, N., & Zhang, L. (2023). Tax evasion, psychological egoism, and revenue collection performance: evidence from amhara region, ethiopia. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1045537>
- Güemes, C. (2020). “Wish you were here” confianza en la administración pública en Latinoamérica. *Revista de Administração Pública*, 53, 1067-1090. <https://www.scielo.br/j/rap/a/LDFZGMndL54m4QxkccjK4WN/>
- Rojas Benites , F. M., & Barbarán Mozo , H. P. (2021). Gestión de la recaudación tributaria en las municipalidades del Perú. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(5), 10222-10234. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i5.1067
- Camacho-Castro, C., Hurtado-Ibarra, K., Navarro-Manotas, E., Hurtado-Márquez, J., & Nieves-Vanegas, S. (2017). Factores que inciden en el recaudo del Impuesto Predial Unificado en el distrito de Barranquilla. *Prospectiva*, 15(1), 64-73. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1692-82612017000100064&script=sci_arttext
- López Pérez, R., & Ramirez Zamudio, A. F. (2019). Giving Money to the Inca: Experiments and Theory on Social Norms and Tax Compliance in Peru. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/7894>

REVISTA CIENTÍFICA
YACHAQ

**INVERSIONES EN TELECOMUNICACIONES Y SU IMPACTO EN EL PBI DEL PERÚ,
PERÍODO 2000 - 2021**

INVESTMENTS IN TELECOMMUNICATIONS AND THEIR IMPACT ON THE PBI OF PERU
PERIOD 2000-2021

César Alfonso Montoya Francia
Universidad Científica del Sur - Lima
Orcid: <https://orcid.org/0009-0000-6219-0143>

Heylin Angie Vines Mena
Universidad Científica del Sur - Lima
Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6219-0143>



Recibido:17/05/2024
Aceptado:20/11/2024

DOI: https://doi.org/10.46363/yachaq.v7i2_8

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar, qué tan significativo ha sido el impacto de las inversiones en telecomunicaciones (banda ancha y telefonía móvil) sobre el crecimiento económico del Perú, durante los años 2000 – 2021, para ello se utilizó un modelo con diseño no experimental – correlacional,

con un enfoque cuantitativo, tomando como muestra data de 21 años de la evolución del PBI y de las inversiones en telecomunicaciones (banda ancha y telefonía móvil). Los resultados obtenidos demuestran que el nivel de correlación entre las variables es altamente significativa y positiva.

Palabras Clave: Crecimiento económico – Producto Nacional Bruto – Telecomunicación – Inversión

ABSTRACT

This research aims to determine how significant the impact of investments in telecommunications has been on the economic growth of Peru, during the years 2000-2021, for which a non-experimental – correlational

design was used, with a quantitative approach, taking as shown by data on the evolution of GDP and telecommunications investments (broadband and mobile telephony) for 21 years.

The results obtained show that the level of correlation between the variables is

highly significant and positive.

Keywords: Economic growth – Gross National Product – telecommunication - investment

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, con la llegada de la globalización el sector telecomunicaciones han tomado gran relevancia en las economías de los países, principalmente porque ha permitido interconectar a las economías de diferentes países, logrando la eficiencia en las transacciones comerciales, por ende, el aporte de este sector a la economía es cada vez mayor, así mismo, las inversiones, tanto por capital nacional como extranjero se han visto favorecidas. Escobar y Sámano (2018), sostienen que el sector telecomunicaciones solo favorece el crecimiento económico y la productividad de los países; sino que, además contribuye a mejorar la calidad de los servicios, al reducir los costos de producción y transacción. Sin embargo, para que el impacto de este sector sobre la economía sea mayor se requiere un mayor nivel de inversión y así continuar con los proyectos de modernización de infraestructura y tecnología, puesto que si bien es cierto se está invirtiendo por parte de las empresas privadas en telecomunicaciones, ésta se realiza principalmente en zonas urbanas, donde hay una mayor densidad poblacional, y escasamente en aquellas zonas alejadas rurales, es por ello que surge la necesidad de intensificar la inversión pública en estas zonas, y así reducir la brecha de

infraestructura en telecomunicaciones. Pacheco (2021), sostiene que desde el 2012 al 2021 el acceso a internet tanto fijo como móvil a nivel nacional se ha triplicado.

Actualmente, este sector es uno de los sectores más importantes respecto a aporte al PBI, según datos de Ministerio de Transportes y Comunicaciones MTC (2021), entre los años 2011 a 2019 este sector mostró un óptimo desempeño, con un crecimiento promedio de 10.3%, crecimiento superior al experimentado por el PBI, el cual durante este periodo solo experimentó un crecimiento promedio 4.1% ,no obstante, para el año 2020 a pesar que las economías de los países en general fueron golpeadas por la llegada del COVID 2019 el sector telecomunicaciones se vio favorecido, principalmente con las medidas de emergencia tomadas por las autoridades, ya que con el aislamiento social se intensificó el uso de la tecnología, generando un efecto positivo en este sector, principalmente por el incremento en las compras de teléfonos y computadoras en los hogares, así como también incremento de contratos de servicio de internet, es así que para el año 2021 los ingresos operativos del sector fueron de S/. 20431 millones, superior a los ingresos registrados en los años 2019 y 2020 S/.19509 y S/. 17405 millones respectivamente, según cifras del

Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones OSIPTEL (2022), El incremento de los ingresos operativos en este sector durante el 2021 se debió principalmente por el incremento en la venta de equipos, el cual mostró un crecimiento de 65.2%, como también por el incremento de la venta de servicios móviles 10.30% y los ingresos de los servicios de internet fijo 16.9%, ante el evidente favorable panorama para el sector telecomunicaciones las inversiones en dicho sector también mostraron una expansión, como señala García (1999), con el programa de privatización de las principales compañías de telefonía en el Perú a inicios de la década de los 90's, Perú atrajo inversiones extranjeras en dicho sector, principalmente con capital de Estados Unidos y España. Es así que según el MTC (2021), el sector telecomunicaciones ha demostrado ser uno de los sectores que más inversiones atrae, según Munte (2023), las inversiones en este sector desde el año 2000 se ha venido incrementando, hasta llegar a su máximo nivel en el año 2016, llegando a un total de 7212 millones de soles. Así mismo, durante los años

ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Cuenca – López y Torres (2020), concluyen que la inversión en infraestructura económica y social (energía, transporte, telecomunicaciones, agua potable y saneamiento) es relevante para la integración económica de los países de América Latina, por lo tanto,

2011 al 2019, logró una inversión total de S/.34720 millones. Además, según el Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones (2022), para el cuarto trimestre del 2021 el mercado de internet fijo tuvo un total de 1.8 millones de suscriptores en Lima y el Callao, mientras que a nivel nacional se tuvieron 3'013,095 suscriptores. Por el lado de internet móvil, Lima y Callao tuvieron 10.3 millones de suscriptores mientras que, a nivel nacional se sumaron 27'088,624 millones de suscriptores.

Sin embargo, aún falta inversión tanto pública como privada para poder cerrar las brechas de acceso a internet. Pues, según Munte (2023), en el año 2021 solo el 39.4% de los hogares peruanos cuentan con acceso a internet fijo y el 85.8% (Telecomunicaciones, 2022) con internet móvil, así mismo que, los hogares de Lima Metropolitana son los que más acceso tienen a internet tanto fijo como móvil con porcentajes de 68.5% y 92.3% respectivamente, por encima de los porcentajes de los hogares a nivel de Perú, esto principalmente porque las inversiones se centran principalmente en Lima Metropolitana.

contar con un mayor acceso a infraestructura impacta de manera significativa sobre los niveles de pobreza en América Latina, es decir mientras se empleen políticas macroeconómicas que favorezcan las inversiones en infraestructura (telecomunicaciones principalmente),

se tendrá un mayor impacto en el crecimiento económico.

De igual Manera Jordan et. Al (2013), en su investigación para la CEPAL, Banda ancha en América Latina Más allá de la conectividad, concluyen que mientras haya una mayor penetración de banda ancha, mayor será el impacto sobre el crecimiento del PBI, traducido en un incremento en los ingresos de los hogares y así como también generación de empleo. Así mismo, manifiestan que la digitalización es favorable para la actividad económica en el sentido, que un incremento del 10% en el índice de digitalización ocasiona un incremento del 0.81% de la tasa de crecimiento del PBI. Así mismo, Igualmente, García et. Al (2021), sostienen que el acceso al internet y el buen uso de la banda ancha contribuyen a la inclusión económica y social de los países principalmente en América Latina y el Caribe, con un incremento del 3.9% en el PBI de los países. Adicionalmente Machado y Hiroshi (2017) concluyen que al incrementar 1% las inversiones en telecomunicaciones el PBI se incrementa 0.00341% por lo que existe influencia de las inversiones en telecomunicaciones sobre el PBI. De igual manera, según Rojas (2017), existe una relación positiva, directa y significativa sobre el crecimiento económico y la inversión en infraestructura de transportes y telecomunicaciones.

Así mismo, Katz, (2015), concluye que las telecomunicaciones contribuyen al crecimiento económico de América Latina, generando bienestar en la

población, puesto que al incrementar en 10% la penetración de banda ancha móvil, el PBI se incrementa en 1.7%. Es decir, 36.6 millones de personas estarían conectadas. Según la conclusión de Lárrega (2022), la no intervención del Estado en la economía ocasiona que el PBI se mantenga constante, sin embargo, cuando el estado interviene mediante el gasto e inversión pública el PBI experimenta un incremento.

Por otro lado, De acuerdo con la investigación de Flores de Frutos et al. (2021), la inversión en infraestructura en telecomunicaciones tiene un efecto dinamizador en la economía, principalmente por los incrementos marginales en la inversión en telecomunicaciones.

Así mismo, Peña (2018), en su estudio concluye que si bien es cierto la inversión pública y privada aportan al PBI, esta no es suficiente para el crecimiento económico, puesto que existen otras variables que también impactan sobre el crecimiento.

Sin embargo, Cuéllar (2019), afirma que la relación existente entre el crecimiento económico y la inversión pública en infraestructura en telecomunicaciones es negativa, -0.036; es decir, las inversiones públicas en infraestructura de telecomunicaciones se incrementan en 1 punto porcentual, el crecimiento económico disminuye en 0.036 puntos porcentuales, por lo que la variable independiente no influye en el crecimiento económico.

NACIONALES

En la investigación del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones MTC (2021), se concluye que el acceso a internet en los hogares peruanos, tiene una relación de largo plazo con el crecimiento económico, es decir, que el PBI se incrementa en 2% ante un incremento de 10 puntos porcentuales en el acceso a internet. Por otro lado, Urrunaga y Aparicio (2012), afirman que la inversión del Estado en servicios como la electricidad y telecomunicaciones tienen un impacto muy incipiente en el crecimiento económico, por lo tanto, el impacto es significativo. Así mismo, Mellado (2016), determinan que, el sector telecomunicaciones tiene una influencia positiva sobre el crecimiento económico de los países, siendo el internet de banda ancha el que ha tenido un mayor impacto que la telefonía móvil y fija.

METODOLOGÍA

Para el desarrollo del trabajo se ha empleado un modelo de tipo de investigación aplicada - descriptivo, correlacional, de enfoque cuantitativo bajo un diseño no experimental, con el propósito de determinar la relación entre las dos variables de estudio, crecimiento económico e inversiones en telecomunicaciones. La población fue constituida por datos al 100% del erario nacional, utilizando como instrumentos, revisión documentaria y ficha de datos de inversión en banda ancha y telefonía móvil,

Zevallos (2019), concluye que la inversión y el gasto por parte del estado eleva o aporta en forma positiva el PBI, ya que a su vez por medio de ello se tiene mejor y mayor accesibilidad entre los mercados locales dentro de una región o a nivel nacional.

Por otro lado, Serrato (2020), manifiesta que cuando se realiza la inversión o gasto estatal en mayor grado, aumenta el PBI y cuando este disminuye, de igual manera se refleja una disminución en el PBI, probando así una correlación entre ambas variables.

Así mismo, -Según Cabanillas et al. (2018), la inversión pública es un pilar de gran importancia para el crecimiento económico, confirmando la existencia de elasticidad entre las variables, así como también se confirma una hipótesis de correlación positiva de las variables.

ambos proporcionados por las entidades oficiales del Estado, Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), MTC y OSIPTEL, “La confiabilidad fue validada a través del Alfa de Cronbach”, con un valor de 0.67 para la variable inversión en telecomunicaciones. Por otro lado, para la comprobación de las hipótesis se ha realizado la prueba del coeficiente de correlación de Spearman, dado que según Pendás, L. C. T et. Al (2009), esta prueba aporta una respuesta cuantificable a la relación que en momentos determinados

pueda existir entre dos variables, siendo esta un punto de partida para pronósticos y predicciones; obteniendo una correlación positiva e intensa, así mismo, la prueba de vectores auto regresivos (VAR), la

cual, según Novales, A. (2017), para sirve determinar validar la correlación entre las variables. Finalmente se analizó el impulso respuesta de las variables.

RESULTADOS

Para la investigación realizada, se ha empleado un modelo de carácter no experimental, el cual tuvo como finalidad determinar el nivel de influencia de las inversiones en telecomunicaciones sobre el crecimiento económico del Perú,

para ello se ha realizado la validez y verificación de las hipótesis.

El tipo de investigación es aplicada - correlacional, puesto que se determinó el nivel de correlación e influencia existente entre las variables.

X: Variable independiente (Inversiones en telecomunicaciones)

Y: Variable dependiente (Crecimiento económico)

Determinando que la variable X, tiene un impacto muy significativo sobre la variable dependiente. Así mismo el enfoque empleado es cuantitativo, método Hipotético deductivo. Tenemos que la variable X tiene una influencia muy alta sobre la variable Y.

Nuestro enfoque fue cuantitativo, porque logramos probar las hipótesis, determinamos la relación entre nuestras variables Inversión en telecomunicaciones y crecimiento económico.

Alfa de Cronbach:

Para medir el nivel de confiabilidad se ha empleado el coeficiente de Alfa de Cronbach.

Tabla 1. Estadísticas de fiabilidad – Coeficiente de Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.670	2

Se obtiene un nivel de confiabilidad de 67% teniendo en cuenta que estamos trabajando con

poblaciones y no con muestras, por lo tanto, la confiabilidad obtenida es muy aceptable.

Alfa de Cronbach:

Para medir el nivel de confiabilidad se ha empleado el coeficiente de Alfa de Cronbach.

Tabla 1. Estadísticas de fiabilidad – Coeficiente de Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.670	2

Se obtiene un nivel de confiabilidad de 67% teniendo en cuenta que estamos trabajando

con poblaciones y no con muestras por lo tanto, la confiabilidad obtenida es muy aceptable.

Prueba de normalidad

Para determinar la normalidad de los datos, se ha empleado la prueba de normalidad de Shapiro Wilk, dado que Flores Tapia et. Al (2021) y Hanusz et al. (2016), dado que sostienen que se emplea para contrastar la normalidad de una

serie de datos.

Además, porque nuestra data consta de 22 elementos, mediante esta prueba se determinó, que los datos no tienen distribución normal con asimetría positiva.

Planteamiento de hipótesis

H_0 = Los datos tienen una distribución normal

H_1 = Los datos no tienen distribución Normal

Obteniendo los siguientes resultados

Tabla No 2.

Prueba de normalidad de Shapiro Wilk

	estadístico	Gl (grados de libertad)	P(significancia)
Inversiones en telefonía móvil	0.902	22	0.032
Inversiones en banda ancha	0.802	22	0.001
Inversiones en Telecomunicaciones	0.905	22	0.038
PBI	0.917	22	0.065

Fuente elaboración propia, con datos obtenidos del MTC

En el caso de las inversiones en telefonía móvil, el nivel de

significancia es de $p = 0.032$ inferior al nivel de 0.05, por lo

tanto, se rechaza la H_0 , aceptando la H_1 , es decir los datos no tienen distribución normal.

Así mismo, debido que los niveles de significancia en las inversiones en banda ancha e inversiones en

telecomunicaciones son inferiores a 0.05 se rechaza la H_0 , por lo tanto, los datos no poseen distribución normal. Por otro lado, el PBI mostró un nivel de significancia de 0.065 indicando que estos datos si poseen una distribución normal.

Contrastación de hipótesis – Prueba de Rho de Spearman:

Para contrastar la hipótesis general, se aplicó la prueba de Rho de

Spearman, puesto que se trata de una prueba no paramétrica.

Hipótesis general

H_0 : Las inversiones en el sector telecomunicaciones no han impactado sobre el crecimiento económico en el periodo 2000 al 2021.

H_1 : Las inversiones en el sector telecomunicaciones han impactado sobre el crecimiento económico en el periodo 2000 al 2021.

Tabla 3.

Contrastación de hipótesis general – Prueba de Rho de Spearman

Hipótesis	Variables*Correlación	Rho-Spearman	Significatividad-Bilateral	N	Nivel
Hipótesis general	Invertir en el sector telecomunicaciones genero crecimiento del Producto Bruto Interno en el periodo del año 2000 al 2021.	,849**	,000	22	Muy alta

Fuente: Elaboración propia Con datos obtenidos del BCRP

Como se visualiza en la tabla anterior, el Rho de Spearman de la Hipótesis general es de 0.0849, superior a 0.05 rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna de que las inversiones en telecomunicaciones si ha han impactado en el crecimiento económico del Perú

durante los años de 2000 al 2021. Demostrando un alto nivel de correlación entre las variables de 84.9%, así mismo esta correlación es directa, es decir, si la inversión en telecomunicaciones incrementa en un punto porcentual, el PBI incrementa en 0.0849.

Hipótesis específicas

H₀: Las inversiones en la red de telefonía móvil no han generado crecimiento económico. En el periodo 2000 al 2021.

H₁: Las inversiones en la red de telefonía móvil han generado crecimiento económico. En el periodo 2000 al 2021.

H₀: Las inversiones en la banda ancha no han generado crecimiento económico. En el periodo 2000 al 2021

H₁: Las inversiones en la banda ancha no han generado crecimiento económico. En el periodo 2000 al 2021.

Tabla 4.

Contrastación de hipótesis específicas – Prueba de Rho de Spearman

Hipótesis	Variables*Correlación	Rho-Spearman	Significatividad-Bilateral	N	Nivel
Hipótesis específica-1	Invertir en la red de banda ancha genero crecimiento del Producto Bruto Interno en el periodo del año 2000 al 2021.	,787**	,000	22	Alta
Hipótesis específica-2	Invertir en la red de telefonía móvil genero crecimiento del Producto Bruto Interno en el periodo del año 2000 al 2021	,782**	,000	22	Alta

Elaboración propia con datos obtenidos del BCRP

En el caso de la hipótesis específica, de que las inversiones en la red de banda ancha han impactado en el crecimiento económico del Perú, el Rho de Spearman demuestra una correlación positiva, con un nivel de significancia de 78.7%, evidenciando una correlación alta positiva entre las variables, es decir si las inversiones en la red de banda ancha incrementan en 1 punto porcentual, el PBI incrementa en 0.787 puntos porcentuales.

Asimismo, se acepta la hipótesis

especifica de que las inversiones en la red de telefonía móvil ha impactado en el crecimiento económico del Perú, puesto que el coeficiente de Rho de Spearman es de 0.782 demostrando un nivel de correlación de 78.2% entre las variables, además la correlación es directa, por lo que al incrementar in punto porcentual en las inversiones en la red de telefonía móvil, el PBI se incrementa en 0.782 puntos porcentuales.

Prueba de modelo de Vectores

Autorregresivos: Para determinar la estacionariedad de los datos se aplicó el test de Dickey Fuller, puesto que según Campbell y Perrón (1991), esta prueba se utiliza para explicar una variable

como el crecimiento económico en función de valores de pasados de esta misma variable o de otras variables como las inversiones en telecomunicaciones; estableciéndose las siguientes hipótesis.

H₀: Los datos de la variable crecimiento no son estacionarios

H₁: Los datos de la variable crecimiento son estacionarios.

Obteniendo los siguientes resultados.

Tabla 5.

Test de Dickey Fuller aumentado Crecimiento económico (diferencial)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-5.732747	0.0009
Test critical values:		
	1% level	-4.498307
	5% level	-3.658446
	10% level	-3.268973

*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

Elaboración propia, datos obtenidos del MTC

Como se visualiza en la tabla anterior, la variable crecimiento económico posee un nivel de significancia de 3.66, valor inferior al “T”

calculado, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula, afirmando que los datos de la variable son estacionarios.

Tabla 6.

Test de Dickey Fuller aumentado Inversiones en telecomunicaciones (diferencial)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-4.285993	0.0152
Test critical values:		
	1% level	-4.498307
	5% level	-3.658446
	10% level	-3.268973

*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

Así mismo, los datos de la variable inversiones en telecomunicaciones tienen un nivel de significancia de 3.66, inferior al valor del “T” calculado de 4.28, rechazando la hipótesis nula, aceptando que los datos de la variable son estacionarios, es decir no poseen raíz unitaria.

En la primera ecuación se visualiza que el crecimiento económico depende de su propio rezago de dos periodos anteriores, así como de los rezagos de las inversiones en telecomunicaciones. Por lo que una

variación en las inversiones en telecomunicaciones impacta en el crecimiento económico.

Asimismo, en la segunda ecuación las inversiones en telecomunicaciones dependen no solo de sus propios rezagos, sino también de los rezagos del crecimiento económico, por lo que a lo largo del periodo una variación en el crecimiento económico también impacta sobre las inversiones en telecomunicaciones.

Modelo VAR crecimiento económico e inversiones en telecomunicaciones

Tabla 7.

Modelo de Vectores Auto regresivos (VAR) crecimiento económico e inversiones en telecomunicaciones.

Estimation Proc:

LS 1 1 DLPBI DLIT

VAR Model:

$$DLPBI = C(1,1) * DLPBI(-1) + C(1,2) * DLIT(-1) + C(1,3)$$

$$DLIT = C(2,1) * DLPBI(-1) + C(2,2) * DLIT(-1) + C(2,3)$$

VAR Model - Substituted Coefficients:

$$DLPBI = -0.0705202767234 * DLPBI(-1) - 0.0247245508353 * DLIT(-1) + 0.00383770543763$$

$$DLIT = 4.16105364262 * DLPBI(-1) - 0.11304336049 * DLIT(-1) - 0.00781456300305$$

En la tabla 6 como se mencionó anteriormente se observa que las variables endógenas crecimiento económico e inversiones en telecomunicaciones, no solo

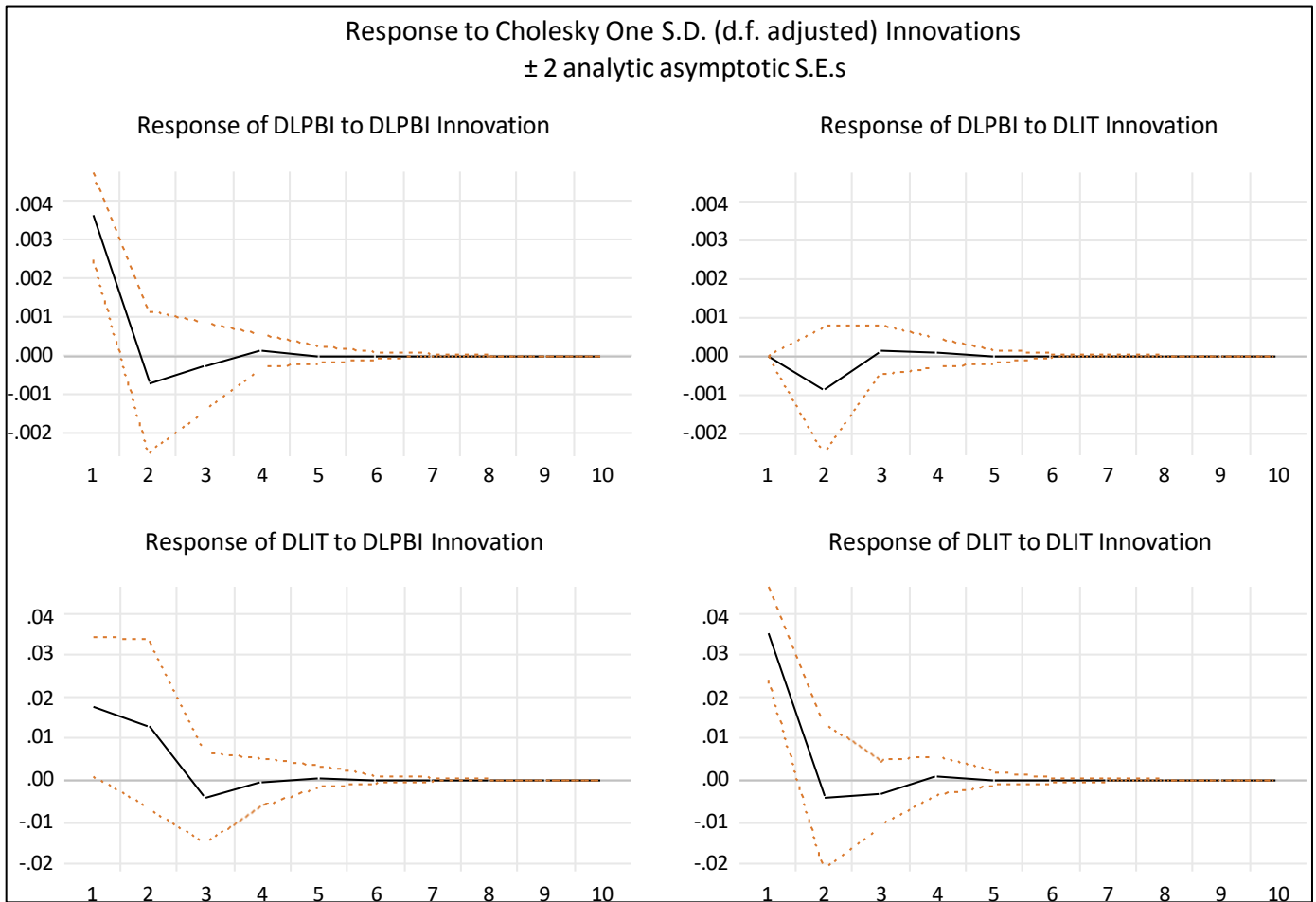
dependen de sus propios rezagos sino también de los rezagos de la otra variable y de los errores o innovaciones.

Función Impulso respuesta

Mediante la función Impulso de respuesta determinaremos cómo reaccionan cada una de las variables, crecimiento económico e

inversiones en telecomunicaciones ante una innovación en cada variable.

Gráfico 1. Impulso – Respuesta Crecimiento económico e inversiones en telecomunicaciones.



Es así que en el primer escenario se visualiza que, ante una innovación en el PBI, este genera un impacto en sí mismo, retornando a su estado original en un periodo de 2 años, por lo que se requeriría volver a realizar una innovación para mantener la tendencia.

En el segundo escenario se observa la reacción del PBI ante un choque en las inversiones en telecomunicaciones, si bien es cierto, el impacto que se visualiza

no es muy significativo, esto debido a que hay otros sectores que tienen un mayor impacto sobre el PBI, por lo que requeriría poner mayor énfasis en las inversiones de este sector, puesto que, hasta el momento las mayores inversiones han sido por el sector privado, y mínimamente las inversiones públicas.

En el tercer escenario se muestra que las inversiones en telecomunicaciones toman un

periodo de tres años en retornar a su estado original ante una innovación en el PBI, desde el primer impulso.

Finalmente, se analiza la respuesta de las inversiones en

DISCUSIÓN

La presente investigación corrobora el trabajo de Flores de Frutoset et al. (2021), de las inversiones en infraestructura, principalmente en el sector telecomunicaciones, tiene un efecto dinamizador en la economía, puesto que se determina que ante un aumento de un punto porcentual en las inversiones en el sector telecomunicaciones, el PBI del Perú se incrementa en 0.849 generando un impacto positivo en la economía. De igual manera se corrobora la conclusión de Lárraga (2022), quien afirma que la intervención del estado a través del gasto y de la inversión pública genera un crecimiento en el PBI, dado que no es suficiente la inversión privada en telecomunicaciones, sino también es necesaria la inversión pública, para que de esta manera las inversiones en telecomunicaciones no solo se centren en las principales ciudades, sino que también llegue a los lugares más alejados del país. Así mismo, se refuerza la conclusión de Flores de Frutoset et. Al. (2021) de que las inversiones en infraestructura y telecomunicaciones tiene un efecto dinamizador en la economía, dado que se ha demostrado que al incrementar el nivel de las inversiones en telecomunicaciones, se incrementa el PBI, por lo tanto,

telecomunicaciones ante un impacto o innovación en ella misma, retornando a su estado original en un periodo de 2 años después del impulso.

economía se ve favorecida.

Así también estamos de acuerdo con lo indicado por Peña (2018), de que no es suficiente la inversión pública y privada en telecomunicaciones para el crecimiento económico, puesto que, si bien es cierto el nivel de correlación entre la inversión en telecomunicaciones y el PBI es muy significativa, hay otras variables, que también impactan en el crecimiento económico como el PBI, gasto, etc.

De igual manera, respaldamos lo investigado por Cabanillas et al. (2018) de que existe una correlación positiva entre el PBI y las inversiones en telecomunicaciones, puesto que se demostró que no solo existe una correlación positiva y directa entre las variables, sino que también existe una correlación muy significativa.

Así también estamos de acuerdo con la conclusión de Urrunaga y Aparicio (2012), respecto que la intervención del Estado es necesaria para el crecimiento económico, pues la inversión pública es necesaria para la ejecución de los grandes proyectos de telecomunicaciones.

Así también, también se corrobora la investigación de Serrato (2020), de que la inversión pública incrementa el PBI, pues en nuestra investigación

la inversión pública ha desempeñado un papel importante en el nivel de las inversiones sobre el PBI.

Finalmente, se refuerza la

conclusión de Cabanillas et. Al (2018) de que existe una correlación positiva entre la inversión y crecimiento económico, además esta correlación es significativa y directa.

CONCLUSIONES

1. Las inversiones en telecomunicaciones demuestran un impacto muy significativo en el PBI, como con un nivel de correlación muy alto y una relación entre las variables intensa directa positiva. Por otro lado, mediante el análisis de los vectores auto regresivos se confirma que si bien es cierto la correlación es positiva, esta no es muy suficiente para mover el PBI, necesitando un mayor nivel de inversión, (estatal y/o privada) puesto que existen otros sectores que tiene un mayor nivel de inversión y por lo tanto causan un mayor impacto sobre el PBI.

2. Por otro lado, las inversiones en

banda ancha tienen un impacto significativo sobre el PBI, así como también una relación intensa entre las variables, es decir ante un incremento de un punto porcentual en las inversiones de banda ancha el PBI se incrementa en 0.787 puntos porcentuales, demostrando un nivel de correlación alto y relación directa.

3. Finalmente, las inversiones en telefonía móvil impactan de manera significativa en el PBI, esto debido a la gran relevancia que cada vez toma este sector en la economía, demostrando una relación directa e intensa. Contrastando las hipótesis planteadas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Astquipán, C. (2019). Telecomunicaciones, asoma la siguiente revolución.
- Bernal, J. L. C., Cuenca, L. A. B., y Vásquez, J. A. C. (2021). Variables determinantes en el crecimiento económico del Ecuador función Cobb-Douglass 2007-2019. *Sociedad & Tecnología*, 4(2), 109-122.
- Cabanillas, J. R., Romero, I. H., & Sánchez, A. E. F. (2018). “La inversión pública en riego y el crecimiento económico del sector agrario en el Perú, en el periodo 2001–2015. *Revista Gobierno y Gestión Pública*, 5(1), 10-32.”
- Castillo Luna, A. V. (2018). “Factores que impulsan La inversión en telecomunicaciones en el Perú: desempeño interno, calidad regulatoria y contexto macroeconómico”
- Campodónico, (1999), La inversión en el sector de telecomunicaciones del Perú en el período 1994-2000
- Campbell, J.Y. and Perron, P.(1991) [“Pitfalls and Opportunities: What Macroeconomists Should Know about Unit Roots”. Technical Working Paper 100, NBER Working Paper Series, National Bureau of Economic Research, Cambridge, Massachusetts.](#)
- Chamorro, A. C. A. (2011). Algunos elementos sobre la teoría clásica del empleo y la versión keynesiana. *Tendencias*, 12(2), 35-57.
- Cuéllar Leandro, M. (2019). La inversión pública en infraestructura y su impacto en el crecimiento económico en la región Huánuco, periodo 2007-2017.
- Escobar Briones, R., & Sámano Claudio, Y. M. (2018). Disponibilidad regional de la infraestructura de

- telecomunicaciones. Un análisis multivariado. *El trimestre económico*, 85(340), 765-799.
- Díaz Ruiz, J., & Ramírez Pinedo, P. G. (2019). Relación entre la aplicación de la ley de promoción de la inversión en la Amazonía y el crecimiento económico de los contribuyentes acogidos, en la provincia de San Martín año 2018.
- Figuroa Potes, S. R. (2020). Desempleo, inversión y crecimiento económico un problema estructural período 2008-2018 (Bachelor's thesis, Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de Guayaquil).
- Flores de Frutos, R., Gracia Díez, M., Pérez- Amaral, T., & Vega Catena, P. J. (2021). “Efectos de la inversión en infraestructuras de telecomunicaciones sobre el crecimiento de la economía española: producción, inversión y empleo. *Ene*, 9, 33.”
- Flores Tapia, C. E., & Flores Cevallos, K. L. (2021). PRUEBAS PARA COMPROBAR LA NORMALIDAD DE DATOS EN PROCESOS PRODUCTIVOS: ANDERSON-DARLING, RYAN-JOINER, SHAPIRO-WILK Y KOLMOGÓROV-SMIRNOV. *Societas*, 23(2), 83–106. Recuperado a partir de <https://matriculapre.up.ac.pa/index.php/societas/article/view/2302>
- García, Z. A., Martínez Garza, F. R., Puig, G. P., Schneider, Christian, & Iglesias, R. E. (2021). La situación actual y los desafíos del sector telecomunicaciones de Panamá.
- González, H. F., & Hassan, A. R. (2005). El modelo Harrod-Domar: implicaciones teóricas y empíricas. *Ecos de economía: A Latin American journal of applied economics*, 9(21), 127-151.
- Hanusz, Z., Tarasinska, J. y Zielinski, W. (2016). Prueba de Shapiro-Wilk con media conocida. *REVSTAT-Statistical Journal*, 14(1), 89–100. <https://doi.org/10.57805/revstat.v14i1.180>
- Hofman, A., Mas, M., Aravena, C., & Fernández de Guevara, J. (Junio de 2017). Crecimiento económico y productividad en Latinoamérica: LA KLEMS. *El trimestre económico*, 88(334). Olivier Blanchard (2004), *Macroeconomía*, segunda edición, Pearson
- Katz, R. (2015). El ecosistema y la economía digital en América Latina. Fundación Telefónica
- Lárraga Saldaña, A. B. (2022). Inversión pública en el crecimiento económico del Ecuador (Bachelor's thesis).
- Londoño, É. E. G., Acevedo, J. A. R., & García, R. D. Á. (2004). El crecimiento económico en el modelo de Solow y aplicaciones. *Semestre Económico*, 7(14), 15-29.
- Machado, R. (2017). Crecimiento económico e infraestructura de transportes y comunicaciones en el Perú. *Economía*, 40(79), 9-46.
- Mellado, O. A. (2016). La infraestructura de telecomunicaciones y el desarrollo económico de los países.
- Muente, S. R. (2023). Rumbo y futuro del sector telecomunicaciones.
- Mundial, B. (07 de Octubre de 2022). *América Latina y el Caribe: Panorama General*.
- Oliva, N. (27 de Diciembre de 2019). *Latinoamérica: dos décadas de crecimiento económico*.
- Novales, A. (2017). Modelos vectoriales autoregresivos (VAR). Universidad Complutense de Madrid, 58.
- Pacheco, L. (2021). Nuevos desafíos en el monitoreo de la calidad de los servicios públicos de telecomunicaciones en el Perú.

- Pendás, L. C. T., Ortega, M. M., Ortega, R. M. M., Abreu, A. P., & Cánovas, A. M. (2009). El coeficiente de correlación de los rangos de Spearman caracterización. *Revista Habanera de Ciencias Médicas*, 8(2).
- Peña, C. (2018). Relación infraestructura-crecimiento económico en Venezuela, 1950- 2008. *Economía*, 43(46), 101-124.
- Primera, J. G. P. (2013). La teoría económica del desarrollo desde Keynes hasta el nuevo modelo neoclásico del crecimiento económico. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, 19(1), 123-142.
- Rojas, S. C. (s.f.). Influencia de la inversión en infraestructura en el crecimiento económico y social de la región San Martín en el periodo 2005 - 2015. 2017
- Serrato Silva, J. L. (2020). IMPACTO DE LA INVERSIÓN PÚBLICA EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL PERÚ PERÍODO 1990 - 2019.
- Services, T. A. (2022). El papel de la economía digital en la recuperación económica de América Latina y el Caribe.
- Telecomunicaciones, M. d. (2022). Boletín estadístico del sector telecomunicaciones IV trimestre.
- Urrunaga, R., & Aparicio, C. (2012). Infraestructura y crecimiento económico en el Perú. *Revista CEPAL*.
- Zevallos Quintanilla, A. L. (2019). Inversión pública en infraestructura económica y su efecto en el crecimiento económico en el Perú 2001-2016.

Referencias Electrónicas

- Alfa de Cronbach. (2022, 9 de diciembre). Wikipedia, La enciclopedia libre. Fecha de consulta: 03:08, diciembre 9, 2022 desde https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Alfa_de_Cronbach&oldid=147811310
- INEI. (2022). En las últimas 7 décadas economía peruana creció a un promedio anual de 3.8%. Obtenido de <https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/en-las-ultimas-7-decadas-economia-peruana-crecio-a-un-promedio-anual-de-38-12180/>
- Mundial, B. (28 de Setiembre de 2022). Perú panorama general. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview#:~:text=Luego%20de%20un%20repunte%20posterior,primer%20semestre%20del%20a%C3%B1o%20anterior>

REVISTA CIENTÍFICA
YACHAQ

**ANÁLISIS DEL SIGNIFICADO DE ALGUNOS TOPÓNIMOS DE LA LENGUA CULLI EN
LA REGIÓN LA LIBERTAD**

ANALYSIS OF THE MEANING OF SOME PLACE NAMES OF THE CULLI LANGUAGE IN
THE LA LIBERTAD REGION

Aurelio Maximino Carranza Rodríguez
Universidad Nacional de Trujillo
Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8863-6633>



Recibido:19/07/2024
Aceptado:22/11/2024

DOI: https://doi.org/10.46363/yachaq.v7i2_9

RESUMEN

La toponimia, como subdisciplina de la onomástica, nos permite comprender la historia, la cultura y las lenguas de un territorio a través del significado de sus nombres de lugares. En este trabajo, se analiza el significado de algunos topónimos de la lengua culli en la región La Libertad, Perú, con el objetivo de preservar este valioso legado cultural.

Mediante una exhaustiva revisión bibliográfica y documental, entrevistas con hablantes nativos y expertos, y análisis etimológico, se desentrañaron los significados y orígenes de los topónimos culli. Los resultados revelaron una estrecha relación con la geografía, la cultura y la

interacción lingüística de la región. Se identificaron términos relacionados con la geografía (subidas, bajadas, cerros, gradas), el agua (manantiales, pozos, recursos hídricos), las lenguas (interacción entre el culli y el quechua), el clima (llovizna, fenómenos meteorológicos), la vegetación (árboles, pastos, ramas) y la fauna (renacuajos). Las conclusiones del estudio destacan la importancia de la toponimia culli como reflejo del entorno natural, el agua, la interacción lingüística, el clima, la vegetación y la fauna en las comunidades locales. Además, evidencian la presencia de morfemas culli en áreas históricamente asociadas con esta

lengua, consolidando su valor como patrimonio lingüístico y cultural invaluable que debe ser preservado y valorado.

Se recomienda realizar investigaciones más profundas sobre la toponimia culli

en la región La Libertad, incluyendo la recopilación de datos de campo y el análisis de topónimos en otras zonas. La preservación y valorización de este patrimonio cultural es crucial para la identidad de las comunidades locales.

Palabras Clave: Toponimia – lenguas indígenas – etimología – cultura andina – topónimos Culli

ABSTRACT

Toponymy, as a subdiscipline of onomastics, allows us to understand the history, culture, and languages of a territory through the meaning of its place names. In this work, the meaning of some toponyms of the Culli language in La Libertad region, Peru, is analyzed, with the aim of preserving this valuable cultural legacy.

Through an exhaustive bibliographic and documentary review, interviews with native speakers and experts, and etymological analysis, the meanings and origins of Culli toponyms were unraveled. The results revealed a close relationship with the geography, culture, and linguistic interaction of the region. Terms related to geography (hills, slopes, mountains, steps), water (springs, wells, water resources), languages (interaction between Culli and Quechua), climate (drizzle,

weather phenomena), vegetation (trees, pastures, branches), and fauna (tadpoles) were identified.

The conclusions of the study highlight the importance of Culli toponymy as a reflection of the natural environment, water, linguistic interaction, climate, vegetation, and fauna in local communities. In addition, they evidence the presence of Culli morphemes in areas historically associated with this language, consolidating its value as an invaluable linguistic and cultural heritage that must be preserved and valued.

Further research on Culli toponymy in La Libertad region is recommended, including the collection of field data and the analysis of toponyms in other areas. The preservation and appreciation of this cultural heritage is crucial for the identity of local communities.

Keywords: Toponymy – indigenous languages – etymology – andean culture- Culli tiponyms

INTRODUCCIÓN

La toponimia, subdisciplina de la onomástica (Solis, 1997; Pomahuacre Gómez et al., 2020), se dedica al estudio de los nombres de lugares (Solis, 1997). Estos topónimos, o nombres de lugares, representan un valor cultural intangible de gran

importancia (Pomahuacre Gómez et al., 2020). Por ello, pueden ser utilizados como centro de interés educativo para dar a conocer y respetar el patrimonio cultural, promover el diálogo intercultural y asegurar la sustentabilidad de los territorios

(Pomahuacre Gómez et al., 2020). En este sentido, la presente investigación propone la valoración de la toponimia de diversos lugares de la región La Libertad. En la región La Libertad, también se han realizado investigaciones significativas sobre toponimia, como la de Torres Menchola (2019) sobre la toponimia de la provincia de Sánchez Carrión y la de Alvarado Ruiz (2021) sobre la toponimia del distrito de Chao.

Realidad problemática: La región La Libertad, ubicada en el norte del Perú, posee una rica diversidad lingüística y cultural, incluyendo la lengua culli, una lengua indígena ancestral. Sin embargo, el significado y origen de

Antecedentes: Varios estudios previos han explorado la toponimia de diferentes regiones del Perú, pero pocos se han centrado específicamente en la lengua culli y su influencia en los nombres de lugares de La Libertad (Cerrón-Palomino, 2008; Solís Fonseca, 1997). Los autores Andrzej Krzanowski y Jan Szeminski en su estudio "La toponimia indígena en la cuenca del río Chicama (Perú)" documentan y analizan los nombres de lugares en la región, identificando su origen filológico y las lenguas

Objetivo del estudio: El presente trabajo tiene como objetivo analizar el significado de algunos topónimos de la lengua culli en la región La Libertad, con el fin de contribuir a la preservación de este legado lingüístico y cultural. La lengua conocida como culli o kulli fue una "lengua indígena preincaica hablada por varios pueblos

Estas investigaciones, junto a otras realizadas en diversas regiones del Perú, demuestran la importancia de la toponimia como fuente de información para comprender la historia, la cultura y las lenguas de los pueblos que habitan el país. La valoración y el estudio de la toponimia contribuyen a la preservación del patrimonio cultural y al fortalecimiento de la identidad local.

muchos de los topónimos (nombres de lugares) en esta lengua se han ido perdiendo con el paso del tiempo, poniendo en riesgo la preservación de esta valiosa herencia cultural (Quesada, 2010; Torero, 2002).

indígenas involucradas, como el quechua y el muchik. Utilizan mapas detallados y datos arqueológicos para correlacionar estos topónimos con las áreas de influencia de culturas como Chimu y Cajamarca. Implementan una metodología sistemática de análisis, destacando la persistencia de los topónimos antiguos y proporcionando una visión integral de la historia lingüística y cultural de la cuenca del río Chicama (Krzanowski & Szeminski, 1978).

asentados en la actual región La Libertad, en el norte del Perú" (Torero, 2002, p. 119). Su origen se remonta a varios siglos antes de la llegada de los españoles y formaba parte de la familia lingüística culle, emparentada con otras lenguas antiguas de la zona como el mochica y el quingnam. Aunque se desconoce con exactitud su periodo de

vigencia, "se cree que el *culli/kulli* dejó de hablarse de forma nativa alrededor del siglo XVII, tras la imposición del español durante la Colonia" (Cerrón-Palomino, 2008, p. 231). En cuanto a la denominación, existen discrepancias entre los especialistas sobre cuál es la grafía correcta: "*culli*" o "*kulli*". Algunos lingüistas sostienen que "*kulli*" sería la forma más fiel a la pronunciación original, mientras que "*culli*" sería una adaptación al español (Solís Fonseca, 1997). No obstante, ambas variantes son empleadas en la literatura académica sobre esta lengua ancestral. La zona de influencia del *culli/kulli* "abarcaba principalmente los valles costeros e interandinos de la actual región La Libertad, extendiéndose desde Virú por el norte hasta Huarmey por el sur" (Andrade, 2016, p. 87). Su presencia era particularmente fuerte en los valles de Chicama, Moche, Virú y

METODOLOGÍA

Objeto de estudio: El objeto de estudio de esta investigación son los topónimos de la lengua *culli*

PROCEDIMIENTOS

Recopilación de datos: Se realizó una exhaustiva revisión bibliográfica y documental para identificar los topónimos de origen *culli* en la

Análisis etimológico: Se aplicaron técnicas de análisis etimológico para desentrañar el significado y raíces lingüísticas de los

Interpretación y síntesis: Los datos

Chao.

También se han encontrado evidencias de su uso en algunas zonas serranas aledañas a estos valles costeros. Esta amplia distribución geográfica da cuenta de la importancia que tuvo esta lengua en la cultura y vida de los pueblos prehispánicos asentados en lo que hoy es el territorio liberteño.

Una de las principales fuentes de información sobre el *culli/kulli* proviene de los estudios y recopilaciones realizados por el obispo Baltasar Jaime Martínez Compañón en el siglo XVIII. En su obra "Trujillo del Perú", Martínez Compañón alrededor del 1779, "recopiló un valioso vocabulario y algunas frases en esta lengua nativa, convirtiéndose en un testimonio clave para su posterior estudio por parte de lingüistas y especialistas" (Andrade, 1999).

presentes en la región La Libertad, Perú (Andrade, 2016).

región, así como su posible significado y etimología (Torero, 2002; Cerrón-Palomino, 2008).

topónimos *culli* estudiados (Cerrón-Palomino, 2008; Torero, 2002).

recopilados fueron analizados e

interpretados para extraer conclusiones sobre el significado y la importancia

cultural de los topónimos de la lengua culli en la región La Libertad.



Principales instrumentos utilizados: grabadoras de audio, cuestionarios semiestructurados,

recursos bibliográficos y documentales, software de análisis lingüístico.

RESULTADOS

Significados de algunos términos o palabras culle

Tabla 1
Palabra “ush”

Término toponímico	Localización	Clasificación idiomática	Significado o significados	Imagen explicativa
ush , us		culli	Subida o bajada “arriba” “abajo”	
usno ,usño, ushno	Cerro ushno coordenadas GPS Latitud: - 7.767645 Longitud: - 71.8686	dialecto culli- quechua	“subida -plano-bajada” “Cortado en la punta”	

“Trapezoide”



“Pirámide truncada”

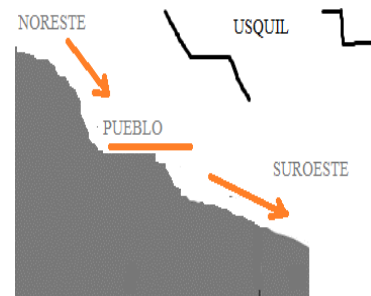


usquil

Pueblo
Capital distrital culli

coordenadas
GPS
Latitud: -
7.933333
Longitud: -78.2

“bajada-meseta-bajada
o subida-meseta-bajada”
o
“grada”



Cushcanday
day=cerro

Centro poblado culli

coordenadas
GPS
Latitud:
-7.87057
Longitud:
-78.43393

“Donde empieza la
subida al cerro”

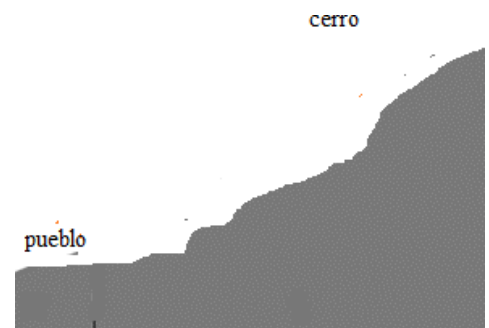


Tabla 2
 Palabra “Cuyuchugo”


Término toponímico	Localización	Clasificación idiomática	Significado o significados	Imagen de sustento
Cuyuchugo	Centro poblado coordenadas GPS Latitud: -7.83134 Longitud: -78.39188	culli	Cuyu= pozo formado por manantial de agua u ojo de agua, pequeña laguna Chugo= pueblo, aldea “pueblo del manantial de agua ” o “pueblo del pozo”	

Tabla 3
 Palabra “orcon”

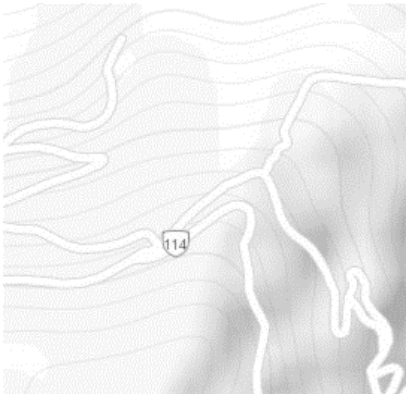

Término toponímico	Localización	Clasificación idiomática	Significado o significados	Imagen de sustento
Orcon	Carretera coordenadas GPS Latitud: -7.82944 Longitud: -78.41763	Dialecto culli-quechua	Orco o urcu=“cerro ” Con = “agua” “cerro doblado como río”	  Curvas de nivel y foto satelital de la zona llamada “El orcon”

Tabla 4
 Palabra “caulimarca”


Término toponímico	Localización	Clasificación idiomática	Significado o significados	Imagen de sustento
“caulimarca”	Carretera Centro poblado coordenadas GPS Latitud: -7.79559 Longitud: -78.41522	Dialecto culli-quechua	Cau=“lluvia” Cauli=“llovizna” marca=“pueblo” “lugar de llovizna” o ”pueblo de la llovizna” O “pueblo de la niebla”	

Tabla 5
 Palabra “rumuro”


Término toponímico	Localización	Clasificación idiomática	Significado o significados	Imagen de sustento
rumuro	Centro poblado Cerro coordenadas GPS Latitud: -7.84865 Longitud: -78.37505	culli	uro, guro o urù: “árbol ó palo” urù sagars: Ramas “cerro con ramas cortas” o “cerro con pastos”	

Tabla 6
Palabra “cungunday”


Término toponímico	Localización	Clasificación idiomática	Significado o significados	Imagen de sustento
cungunday	Centro poblado coordenadas GPS Latitud: -7.83956 Longitud: -78.46131	culli	Cungul=“renacuajo” Deformación de cungul=cungun la letra “n “por la “l” day=“cerro elevado” "cerro de los renacuajos" o “cerro donde hay renacuajos”	

Tabla 7
Palabra “conchor”



Término toponímico	Localización	Clasificación idiomática	Significado o significados	Imagen de sustento
conchor	Centro poblado Latitud: -7.811995 Longitud: -78.416124	Dialecto culli-español	Con=agua Chorro =agua que sale a presión “agua que corre” “lugar de agua a chorros” o “acequias abundantes”	
con-con	Centro poblado Puente coordenadas GPS Latitud: -8.00878 Longitud: -78.73562	Dialecto Culli-mochica	“con=agua” Con-con= “agua-agua” “rio”	

Tabla 8
 Palabra "chugay"

Término toponímico	Localización	Clasificación idiomática	Significado o significados	Imagen de sustento
chugay	Pueblo Capital distrito coordenadas GPS Latitud: -7.78122 Longitud: -77.87292	culli	Chugay (quechua) = palo pherramienta de textilera Chugo= "pueblo" ay= "altura" "pueblo de altura"	

DISCUSIÓN

La toponimia de la región de La libertad revela una rica interacción entre las lenguas indígenas, especialmente el culli y el quechua, reflejando su influencia en la nomenclatura local y la geografía.

Este estudio analizó varios términos toponímicos, proporcionando una visión más profunda de cómo estos nombres reflejan aspectos culturales, geográficos y lingüísticos de la región.

1. Términos Toponímicos y su Relación con la Geografía Local

La Tabla 1 aborda términos como "ush" y sus variantes "usno" y "usquil", que se relacionan con subidas, bajadas, cerros y gradas en la lengua culli. Según Torero (1989), estas palabras reflejan la geografía montañosa, donde "ush" significa

"subida o bajada", es claramente palabra culli (Krzanowski & Szemiński, 1978). Este análisis se basa en "La toponimia indígena en la cuenca del río Chicama", subrayando la conexión entre la toponimia y el paisaje.

2. Importancia del Agua en la Toponimia

La Tabla 2 define "Cuyuchugo" como "pueblo del manantial de agua" o "pueblo del pozo" en culli. Aunque no se encontraron citas directas, se deduce que estos nombres reflejan la vital importancia del agua en las comunidades culli, coherente con las

descripciones de Torero (1989). La presencia de términos relacionados con fuentes de agua en la toponimia es un tema recurrente en la región, indicando la dependencia de estos recursos naturales.

3. Interacción entre Culli y Quechua

En la Tabla 3, "orcon" se describe como un término proveniente de un dialecto culli-quechua, significando "cerro doblado como río". Esta definición, respaldada por Silva Santisteban (1982), muestra la relación estrecha entre el culli y el quechua, una interacción lingüística

evidente en la toponimia de Cajamarca. Torres Menchola (2019) también señala que la toponimia mayor en la región refleja combinaciones lingüísticas, demostrando una rica interacción histórica entre estos idiomas.

4. Influencia Climática en la Nomenclatura Local

La Tabla 4 trata sobre "caulimarca", que según nuestra investigación significa "lugar de llovizna" o "pueblo de la llovizna" en un dialecto culli-quechua. El término "cau" este término se encuentra en la toponimia culle tiene un significado sugerido de

"lluvia" Este análisis es respaldado por las investigaciones de Torero(1989) y Adelaar(1989). La presencia de términos relacionados con el clima en la toponimia es una característica notable en los estudios de la región.

5. Conexión con la Vegetación Local

La Tabla 5 define "rumuro" como "cerro con ramas cortas" o "cerro con pastos" en culli, derivado de "uro" o "guro", que significa "árbol" o "palo" (Silva Santisteban, 1982). Este término denota una conexión directa

con la vegetación local, un tema común en la toponimia culli, como también resalta Torres Menchola (2019) en su análisis de la flora local reflejada en los nombres de lugares.

6. Relación con la Fauna de la Región

La Tabla 6 sugiere que "cungunday" significa "cerro de los renacuajos" en culli, aunque no se encontraron citas directas. Este tipo de nombres podría estar relacionado con la fauna de la

región, un tema recurrente en la toponimia culli, que requiere más investigación para confirmar su significado específico.

7. Términos Relacionados con el Agua

Finalmente, la Tabla 7 sugiere que "conchor" significa "agua que corre" en un dialecto culli-español y "con-con" se traduce como "río" en un dialecto culli-mochica. Torero (1989) afirma que el culli y el mochica

comparten raíces relacionadas con el agua, como "con" o "kun". Esto subraya la importancia de los recursos hídricos en la vida de las comunidades locales y su reflejo en la toponimia.

8. Confirmación del Uso de "day" en la Toponimia Culli

El análisis confirma que las terminaciones "-day" son morfemas originarios del culli, como en los nombres Allacday y Congaday, presentes en áreas históricamente asociadas con esta lengua (Andrade

Ciudad, 1999). Estos sufijos refuerzan la atribución de varios topónimos al culli, destacando su relevancia en la identificación y preservación del patrimonio lingüístico de la región.

9. En la tabla 8, el término toponímico "chugay"

Se refiere a un pueblo y capital de distrito en la región. Clasificado dentro de la lengua culli, "chugay" tiene significados tanto en quechua como en culli. En quechua, "chugay" se traduce como "palo herramienta de textilería". En culli, el término se descompone en "chugo", que significa

"pueblo", y "ay", que significa "altura", resultando en la interpretación de "pueblo de altura" (Cerrón-Palomino, 2008; Torero, 1964). Esta etimología refleja tanto la influencia de las lenguas indígenas en la región como la riqueza cultural e histórica asociada con estos topónimos.

CONCLUSIONES

En este artículo científico, hemos explorado la toponimia de la región de La Libertad, revelando una rica interacción entre las lenguas indígenas, especialmente el culli y el quechua, y su influencia en la nomenclatura local y la geografía. A través del análisis de diversos términos toponímicos, hemos obtenido una visión más profunda de cómo estos nombres reflejan aspectos culturales, geográficos y lingüísticos de la región. Las principales conclusiones se pueden resumir de la siguiente manera:

Los términos toponímicos analizados muestran una estrecha relación con la geografía local, reflejando características como subidas, bajadas, cerros y gradas, lo que evidencia la influencia del entorno natural en la toponimia.

La importancia del agua en las comunidades locales se refleja en la

presencia de términos relacionados con manantiales, pozos y recursos hídricos en la toponimia, revelando su dependencia de estos recursos naturales.

Se observa una interacción lingüística evidente entre el culli y el quechua en la toponimia de la región, con términos que combinan elementos de ambas lenguas, demostrando una rica interacción histórica entre estos idiomas.

La influencia del clima se manifiesta en términos toponímicos relacionados con fenómenos meteorológicos, como la llovizna, lo que sugiere una conexión entre la nomenclatura local y las condiciones climáticas de la región.

La vegetación local también se ve representada en la toponimia, con términos que hacen referencia a árboles, pastos y ramas, reflejando la importancia de la flora en las

comunidades locales.

Aunque con menor evidencia, se sugiere que algunos términos toponímicos podrían estar relacionados con la fauna de la región, como los renacuajos, lo que requiere más investigación para confirmar su significado específico.

Los términos relacionados con el agua, como "agua que corre" y "río", subrayan la importancia de los recursos hídricos en la vida de las comunidades locales y su reflejo en la toponimia.

El análisis confirma el uso de morfemas originarios del culli, como las terminaciones "- day", en áreas históricamente asociadas con esta lengua, reforzando la atribución de

varios topónimos al culli y destacando su relevancia en la preservación del patrimonio lingüístico de la región.

El término "chugay" ejemplifica la influencia tanto del quechua como del culli en la toponimia, con significados distintos en cada lengua, pero reflejando la riqueza cultural e histórica asociada a estos topónimos.

En general, este estudio demuestra la importancia de la toponimia como un testimonio vivo de la historia, la cultura y la interacción lingüística en la región de La Libertad, destacando la necesidad de preservar y valorar este patrimonio como parte integral de la identidad local.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adelaar, W. F. (1989). En pos de la lengua culle. R. Cerrón-Palomino y G. Solís Fonseca, *Temas de Lingüística Amerindia*, 83-105.
- Adelaar, W. F., Valenzuela, P., & Zariquiey, R. (2011). Estudios sobre lenguas andinas y amazónicas. Homenaje a Rodolfo Cerrón-Palomino, 327-350. <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/190098/3.pdf?sequence=1>
- Alvarado Ruiz, F. J. (2021). Toponimia del distrito de Chao (provincia de Virú, La Libertad, Perú) (Tesis de maestría). Universidad Nacional Federico Villarreal. <https://ariel.pucsp.br/>
- Andrade Ciudad, L. (1999). Topónimos de una lengua andina extinta en un listado de 1943. *Lexis*, 23(2), 401-425. <https://doi.org/10.18800/lexis.199902.008>
- Argouse, A. (2012). Testamentos de indígenas; Una fuente excepcional? La "voz del pueblo" y el escribano. Cajamarca, Perú, siglo XVII. *Temas americanistas*, (29). <https://doi.org/10.12795/Temas-Americanistas.2012.i29.10>
- Cerrón-Palomino, R. (2005). La supervivencia del sufijo culle-enque en el castellano regional peruano. La supervivencia del sufijo culle-enque en el castellano regional peruano, 125-138.
- Cerrón-Palomino, R. (2008). Voces del Ande: Ensayos sobre onomástica andina. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Cerrón-Palomino, R. (2008). Voces del Ande: Ensayos de Onomástica Andina. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, 2008, 412 p. <https://doi.org/10.4000/bifea.2742>
- Fonseca, G. S. (1999). La lengua culle revisitada. *Escritura y pensamiento*, 2(4), 29-48. <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/169159> https://revistas.unalm.edu.pe/index.php/Anales_Cientificos/article/view/8181

- Krzanowski, A., & Szemiński, J. (1978). La toponimia indígena en la cuenca del río Chicama (Perú). *Estudios Latinoamericanos*, 4, 11-51. <https://doi.org/10.36447/Estudios1978.v4.art1>
- Manrique, M. D. C. C. (2018). Lenguas en contacto en la toponimia de la Sierra N norte del Perú. *Estudios de variación y contacto lingüístico en el español peruano*, 59. https://www.researchgate.net/profile/Azuce-na-Palacios-Alcaine/publication/326972174_Creatividad_linguistica_y_funcion_del_autor_en_el_contacto_de_lenguas_Uso_de_tiempos_del_pasado_en_hablantes_migrantes_peruanas_en_Lima/links/60815125881fa114b41c07bc/Creatividad-lingueistica-y-funcion-del-autor-en-el-contacto-de-lenguas-Uso-de-tiempos-del-pasado-en-hablantes-migrantes-peruanas-en-Lima.pdf#page=59
- Pomahuacre Gómez, Walter, Lavado Rojas, Betty Marlene, & Zárate Aliaga, Edith Consuelo. (2020). La toponimia peruana. Revalorización educativa, social y económica. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(3), 90-96. Epub 02 de junio de 2020. Recuperado en 03 de junio de 2024, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000300090&lng=es&tlng=es
- Rau, D. R. (2013). Catequil, el ídolo norteño. In *Crescendo*, 4(2), 285-292.
- Silva Santisteban, F. (1982). La lengua culle de Cajamarca y Huamachuco. SILVA, F.; SANTISTEBAN, ESPINOZA SORIANO, W.; RAVINES, R.(Comp.), *Historia de Cajamarca*, 2, 365-369. <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/114022/9499-Texto%20del%20art%C3%ADculo-37569-1-10-20140719.pdf?sequence=2>
- Solís Fonseca, G. y Quesada Castillo, F. (2014). Investigación para la revitalización de lenguas. Lima: Edición de los autores. *Lengua Y Sociedad*, 16(1), 111-112. <https://doi.org/10.15381/lengsoc.v16i1.22387>
- Solís, G. (2002). Lenguas en la Amazonía peruana. Lima: FORTE-PE, 245 pp. *Lexis*, 26, 601-605. doi:10.18800/lexis.200202.015 https://www.researchgate.net/publication/360198649_Gustavo_Solis_2002_Lenguas_en_la_Amazonia_peruana_Lima_FORTE-PE_245_pp
- Solís, G. (1997). La gente pasa, los nombres quedan. G.Herrera Editores. Retrieved from <https://search.worldcat.org/es/title/La-gente-pasa-los-nombres-quedan-:-introduccion-n-la-toponimia/oclc/55227752>
- Torero, A. (1964). Los dialectos quechuas. *Anales Científicos de la Universidad Agraria*, 2(4), 446-478.
- Torero, A. (1989). Áreas toponímicas e idiomas en la sierra norte peruana. Un trabajo de recuperación lingüística. *Revista andina*, 7(1), 217-257.
- Torero, A. (2002). Idiomas de los Andes: Lingüística e Historia. Lima: Instituto Francés de Estudios Andinos. DOI: <https://doi.org/10.4000/books.ifea.4332>
- Torres Menchola, D. J. (2019). Panorama lingüístico del departamento de Cajamarca a partir del examen de la toponimia actual (Tesis doctoral). Pontificia Universidad Católica del Perú. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/15199/TORRES_MENCHOLA_PANORAMA_LINGUISTICA_DEL_DEPARTAMENTO_DE_CAJAMARCA_A_PARTIR_DEL_EXAMEN_LA_TOPONIMIA_ACTUAL.pdf?sequence=1

REVISTA CIENTÍFICA
YACHAQ

**EL RETRASO DE LOS PLAZOS PROCESALES EN MATERIA PENAL EN EL
MINISTERIO PÚBLICO DEL PERÚ**

DELAY OF PROCEDURAL TIMELIMITS IN CRIMINAL MATTERS IN THE PUBLIC
MINISTRY OF PERU

¹ José Jaime Mestas Ponce

mepojajime@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-7157-0954>

Universidad Nacional de Cajamarca

² Yovany Asunción Banda Montenegro

yovanabm12@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9508-0127>

Universidad Católica de Trujillo



Recibido:13/08/2024

Aceptado:08/12/2024

DOI: https://doi.org/10.46363/yachaq.v7i2_10

RESUMEN

El presente artículo pretende identificar las soluciones que se vienen dando en los hechos, actualmente, frente a la sobrecarga procesal del Ministerio Público. Esta institución es esencial en la reforma procesal penal que aún se viene impulsando en América Latina. Y los retos que está afrontando durante los últimos años, en dicha labor, resultan definitorios para el logro de una mejor justicia y con absoluto respeto a las garantías propias del Estado democrático de derecho.

Los métodos empleados fueron el dogmático y el histórico, el nivel de investigación fue descriptivo, explicativo e histórico, y un enfoque cualitativo. Las principales conclusiones fueron: a) la sobrecarga procesal de los despachos fiscales no es encarada debidamente a nivel nacional; b) existen reglas precisas sobre la forma, los protocolos y obligaciones del nuevo despacho fiscal; c) propiciar resoluciones fiscales mínimas, concisas, tanto en requerimientos, providencias como disposiciones, con formatos precisos, que

¹ Doctor en Derecho - Universidad Nacional de Cajamarca - Magister en Derecho - Universidad de Medellín - Colombia).

² Abogada Universidad Católica de Trujillo

expongan solo lo suficiente;
 d) ejecutar políticas de racionalización del personal fiscal a nivel nacional, para atender la descarga de la sobrecarga fiscal; y e) implementar nuevos métodos

ágiles de Informática que ayuden a desechar la cultura del papel aún arraigada profundamente en el modelo procesal penal actual.

Palabras Clave: Ministerio Público – mora fiscal -celeridad procesal

ABSTRACT

This article aims to identify the solutions that are currently being given in the face of the procedural overload of the Public Prosecutor's Office. This institution is essential in the criminal procedure reform that is still being promoted in Latin America. And the challenges it has been facing in recent years, in this work, are defining for the achievement of better justice and with absolute respect for the guarantees of the democratic rule of law. The methods used were dogmatic and historical, the level of research was descriptive, explanatory and historical, and a qualitative approach. The main conclusions were: a)

the procedural overload of tax offices is not adequately addressed at the national level; (b) there are precise rules on the form, protocols and obligations of the new tax office; c) promote minimum, concise tax rulings, both in Requirements, Orders and Provisions, with precise formats, which set out only enough; (d) implement policies for the rationalization of fiscal personnel at the national level in order to address the discharge of fiscal burden; and e) implement new agile IT methods that help to discard the culture of paper that is still deeply rooted in the current criminal procedure model.

Keywords: Public Ministry – tax delay – procedural speed

INTRODUCCIÓN

El tema de la carga procesal del Ministerio Público (MP) es muy complejo y abarca más factores que el simple crecimiento de las denuncias que ingresan, en forma cada vez mayor, a las mesas de partes de las fiscalías. El punto se refiere a algo más amplio e innegable: la naturaleza misma del Nuevo Modelo Procesal Penal, el cual trae como consecuencia que ahora el Ministerio Público tenga a su cargo diversas funciones que antes no realizaba o que antes solo debía hacerlo formalmente.

Decir esto, podría parecer una verdad de perogrullo para muchos, pero lamentablemente esta realidad no es apreciada debidamente y mucho menos ponderada, no solo por los estudiosos de la reforma, sino incluso por las autoridades e instancias superiores administrativas. No se le da a este hecho la trascendencia que tiene y no debería ser así. El Ministerio Público es el organismo que representa a la sociedad ante los estrados judiciales para proteger la defensa y legalidad y los intereses

públicos tutelados por el derecho. No defiende al Estado ni a sus funcionarios, esa labor está destinada a los procuradores públicos mencionados en el artículo 47 de la Constitución Política. Asimismo, la Fiscalía en el Perú, como institución autónoma, se remonta a la Constitución de 1979. La actual Constitución Política de 1993 regula al MP en sus artículos 158, 159 y 160, como el titular en el ejercicio público de la acción penal.

Entonces, a partir de su reconocimiento como un organismo constitucional, el Ministerio Público se ha ido moldeando como institución tutelar del Estado peruano con independencia y presupuesto propio, pues era un apéndice del Poder Judicial. Además, tiene una Ley Orgánica que lo rige (Decreto Legislativo n.º 052), y que, últimamente, se ha complementado con la Ley n.º 30843 de la Carrera Fiscal. Es importante mencionar que, ha tenido contratiempos que dispusieron su reorganización, cuando se promulgó la Ley n.º 7367 que desactivó la Comisión Ejecutiva del MP y, por ende, cesó el intervencionismo del Ejecutivo de esa época en la institución.

Por otra parte, el Ministerio Público tiene una organización interna jerarquizada y su representante o máxima autoridad es el Fiscal de la Nación, que es un órgano años más. No es un cargo político, sino una autoridad nacional, elegido mediante mecanismos legales en forma interna. De Junta de Fiscales es el organismo colegiado de dirección y para realizar realmente una función bastante sacrificada como la de la función fiscal - específicamente, los fiscales adjuntos y provinciales son quienes soportan la mayor carga

procesal, sobre todo para quienes con dedicación, ahínco y esfuerzo desarrollan dicha labor. Es posible que falten otros recursos ajenos a los mismos y que se requieran con urgencia para atender o afrontar una demanda cada día más notoria, como es el incremento de denuncias a nivel fiscal. Y que también se necesitaría que los propios fiscales provisionales¹ pasen por un proceso mínimo de selección, dado que cumplen la misma función, lo cual involucraría temas de competencias y de calidad que deberían evidenciar todos quienes cumplen labor fiscal en el Ministerio Público.

De las experiencias, las lecturas, los intercambios de opiniones, como de las unipersonal encargado de la Dirección, elegido por la Junta de Fiscales Supremos, por un periodo de tres años reelegible a dos importantes para el desenvolvimiento de dicha institución pública, entre las que se destaca la aprobación de proyectos de presupuesto (art. 160º de la Constitución). Pero, pareciera que no fuera suficiente la selección de magistrados fiscales mediante concursos públicos constituido para debatir los aspectos institucionales y adoptar las decisiones más que ha venido realizando gobierno del MP, este órgano está el anterior Consejo Nacional de la Magistratura (CNM ahora JNJ), en el que se sobreentiende que se seleccionaba a los más aptos y competentes igual modo, las frustraciones y los deseos de optimización, compartidos con colegas magistrados, abogados y litigantes, nace

¹ Aquellos que no son fiscales titulares y son asignados por el fiscal de la nación a propuesta de las juntas de fiscales superiores de los distritos fiscales del Perú.

la inquietud por abordar esta problemática, con el único sincero deseo de aportar a desentrañar, explicar y ofrecer soluciones para aspectos muy neurálgicos como los retrasos o dilaciones indebidos (no deseados) en los plazos procesales, que contravienen el principio de plazo razonable. Sin embargo, a su vez causan malestar al propio magistrado fiscal, quien, sin proponérselo, es sobrepasado por los plazos procesales; esto como resultado de esa exagerada carga procesal que no ha sido analizada hasta el momento como un verdadero problema que involucra gestión funcional, trabajo administrativo y función fiscal, en aplicación de la norma procesal.

En el Perú, al igual que la mayoría de países de América Latina y de América hispana en general, los antecesores del Ministerio Público se pueden encontrar en los funcionarios coloniales que, conforme a Hurtado (1983), resguardaban la jurisdicción y los intereses de la hacienda real en los Tribunales del Consejo de Indias, así como la defensa de los indios. Siendo en los hechos una autoridad relacionada a las Audiencias de Lima y Cusco, estos fiscales virreinales se hallaban claramente unidos al aparato judicial colonial.

Al advenimiento de la República, la asimilación de los fiscales al poder judicial se mantuvo. En esa forma, la figura de los fiscales en el Perú, de alguna manera, tiene sus antecedentes en la administración colonial, en la que gradualmente la institución fue adquiriendo la necesaria autonomía que requiere para poder cumplir su labor.

Los fiscales, en el Estado peruano,

aparecen en la Constitución de 1826, la cual considera su existencia a nivel de la Corte Suprema. La posterior carta magna de 1828 señala que la Corte Suprema de la República estaba constituida por siete vocales y un fiscal, aparte de un fiscal en cada Corte Superior, mencionándose además a los agentes fiscales, cuya competencia sería de primera instancia. Esta organización embrionaria del Ministerio Público es continuada por la Constitución de 1834 y por la Constitución de 1839, que del mismo modo reguló a los fiscales de la Corte Suprema, de la Corte Superior y agentes fiscales a nivel de los Juzgados de Primera Instancia.

No obstante, ninguno de estos textos constitucionales realizó mayor detalle de las atribuciones del Ministerio Público ni de su autonomía. Y así continuaría su situación hasta la Constitución de 1933 que, en igual forma, consagró la existencia de fiscales en la Corte Suprema, las cortes superiores y los juzgados.

Fue con el Código Penal de 1940, que se delimitó como etapas del proceso penal a la instrucción y al juzgamiento, y se determinó que los fiscales formaban parte del Poder Judicial. Si bien es cierto que, en las leyes orgánicas del Poder Judicial de 1912 y 1963, el Ministerio Público o Ministerio fiscal aparece regulado como una institución autónoma, estas mismas normas señalaban incongruentemente que integraba el Poder Judicial. La autonomía del Ministerio Público peruano se logró finalmente, aunque declarativamente, en el año 1979, con la Constitución Política del Estado, norma fundamental que en sus artículos 250 y 251 le atribuyó

personería propia, le dotó de independencia, organización y delimitó sus funciones esenciales.

Seguidamente, ello fue desarrollado en la Ley Orgánica del Ministerio Público, dictada el 19 de marzo de 1981 por Decreto Legislativo n.º 052, que a la fecha sigue vigente, aunque con diversas modificaciones introducidas por el paso del tiempo a través de la Constitución Política de 1993 y por sucesivas propiciar un juzgamiento que garantice la imparcialidad, el debido proceso y la tutela jurisdiccional efectiva. Garantista, porque se inscribe dentro de las proyecciones, aspiraciones y virtudes, de las declaraciones y tratados internacionales que rigen los derechos humanos, como resultado de un disposiciones legales, como la Ley N° 27367, largo proceso histórico social., el Reglamento de la Fiscalía Suprema de Control Interno, el Nuevo Código Procesal Penal y la última Ley n.º 30483 o Ley de la Carrera Fiscal. No obstante, esa autonomía del Ministerio Público, todavía siguió prevaleciendo un sistema mixto inquisitivo en el proceso penal peruano, que ocasionaba mucho más atraso que el de ahora, dado que los jueces (Poder Judicial) seguían haciendo la labor fiscal en varios distritos judiciales, hasta el año 2006 en que se va implementado progresivamente el Nuevo Código Procesal Penal (todavía en el 2020 existen dos distritos judiciales en Lima, que aún no entra en vigencia). Lo que ha evidenciado, además, un desbarajuste en la administración de justicia penal y, por supuesto, una afectación de derechos fundamentales procesales, con un sistema dual inconcebible, en el que los jueces

tenían preminencia en el proceso penal o simplemente hacían labor fiscal, ello al realizar las aperturas de instrucciones, tramitarlas y sentenciar en la misma, esto es, eran juez y parte legalmente.

La segunda etapa se da cuando el Ministerio Público adquiere la relevancia que tiene hoy en día, en base al nuevo modelo procesal penal en el Perú, el cual es calificado como acusatorio, garantista y parcialmente adversarial. Acusatorio, porque al fin delimita las funciones que corresponden al juez y no las confunde con las del investigador, en la perspectiva de En este panorama y contexto, la Fiscalía se constituye en el protagonista esencial del nuevo modelo, puesto que asume su rol, no solamente de titular de la acción penal, sino de director de la investigación y acusador en los casos que corresponda. Tal realidad, conlleva una conjunción de tareas, de orden penal estratégico, como director de la investigación, defensor de la legalidad y ejercitante del *ius puniendi*; pero igualmente como gestor de la tramitación del expediente preliminar y preparatorio, con todo lo que ello significa, lo cual le confiere funciones necesariamente administrativas.

La problemática y los actores del problema: Indudablemente que el personal de una institución u organización, como el fiscal, es quien juega un rol muy importante en la realización de las funciones y actividades diversas en sus distintos niveles, cuyos objetivos se encuentran plasmados en la Ley orgánica del Ministerio Público, La ley de la Carrera Fiscal, Manual de organización y funciones (MOF), Reglamento de organización y funciones (ROF), entre otros dispositivos legales y

administrativos. Para cumplir ello, obviamente que los fiscales requieren directa o indirectamente del apoyo de personal profesional, médicos, ingenieros, contadores, ingenieros informáticos, técnicos y personal administrativo no profesional como conductores; entre otros, sin mencionar

el personal de seguridad, de limpieza y mantenimiento que no forman parte de las planillas de remuneraciones del MP. Habría que analizar cómo ha ido progresando el aumento de personal durante los últimos siete años, conforme a la siguiente tabla:

Tabla 1*Personal del Ministerio Público*

Años	2018	2019	2020	2021	2022
Profesionales	6,582	8,022	9,091	8,913	8,513
Fiscales	6,576	7,118	7,696	8,028	8,056
Técnicos	6,261	6,885	8,341	8,429	8,251
Profesionales de la salud	551	561	531	519	502
Auxiliares	234	265	299	306	301
Funcionarios	211	210	217	223	192
Asistentes de Gestión	43	43	44	42	40
Total de personal	20,458	23,104	26,219	26,460	25,855

Nota. Adaptado de los boletines estadísticos del Ministerio Público, correspondientes a los años 2018, 2019, 2020, 2021 y 2022.

Rápidamente se puede apreciar, conforme a la tabla esbozada, que el personal fiscal aún sin ser delimitado por especialidad o por materia, significan menos de la mitad del personal que no es fiscal, lo cual es preocupante, dado que quienes realizan más labor que no es fiscal son personas que no efectúan propiamente actividad fiscal dentro del Ministerio Público. Ello nos conlleva a una inquietante y preocupante interrogante por resolver: ¿se encontrará la Fiscalía debidamente estructurada y racionalizada como organización a nivel nacional, para cumplir a cabalidad sus funciones? No es finalidad de este artículo descifrar esos temas. Pero nos da un indicador claro respecto a que no habría una seria racionalización general en el ámbito de

recursos humanos, y esto podría dar lugar a uno de los factores que contribuyen al atraso y/o incumplimiento de plazos procesales en materia penal.

Por otro lado, es evidente que la propensión a un aumento de la carga procesal penal será constante por diversos factores. Ello se advierte de la información del *Boletín de Estadística* de diciembre del 2018, publicado por el Ministerio Público, año en que se recibieron 1 256 746 denuncias. También se observó que, a nivel nacional, el 2017 se recibieron 1 109 011 denuncias y que para el siguiente año esta cifra se elevó en 17,55 % y la tendencia en los siguientes años a la fecha ha sido progresiva donde la criminalidad ha avanzado más. Lo último hace columbrar la problemática de

incremento de denuncias que no vendrían siendo atendidas estratégicamente por el MP, pese al esfuerzo que despliega el personal fiscal. Ahora bien, la labor de los fiscales en materia penal, y de todos los fiscales en general, requieren de habilidades y competencias que no siempre el órgano seleccionador (Consejo Nacional de la Magistratura [CNM] y Junta Nacional de Justicia [JNJ] ha podido potencializar adecuadamente con el personal conveniente. Puesto que ello no se refleja en los exámenes diversos aplicados a los postulantes a ocupar los cargos fiscales y magistrados en general, que siempre propenden a enfatizar conocimientos en los futuros fiscales, cuando dichas habilidades deben plasmarse en experiencia y conocimientos teóricos, como predisposición conductual y psicológica para afrontar diariamente las abrumadoras tareas y funciones de los fiscales penales y que, además, debe sincronizarse con el trabajo de apoyo que brindan los asistentes de función fiscal, que resulta muy importante y clave en el desempeño del despacho y del propio fiscal.

Por otro lado, en un solo día el fiscal despliega varias y diversas actividades, como participar en diligencias, en juicios orales, audiencias de control de acusación, de confirmatoria, o de levantamiento del secreto de las comunicaciones, así como llevar a cabo diligencias propias de la investigación fiscal tomar declaraciones de investigados y testigos. Ora inspecciones fiscales en investigaciones preliminares y de preparatorias donde anteriormente programó las mismas, ora calificar nuevas denuncias asignadas, y efectuar

archivos preliminares una vez vencidos los plazos; formalizar investigaciones, concluir las mismas investigaciones, efectuar los requerimientos de sobreseimiento o acusación, entre otras; la actividad desplegada es variadísima y recargada. A lo que se aúna el turno fiscal que casi se da al mes, (en los casos de materia penal común u ordinaria, en normalmente se hacen cada 15 días o mes) en los que siempre caen detenidos por delitos graves y requieren que se solicite medidas coercitivas de prisión preventiva, entre otras diligencias que hacen más abrumadora la labor fiscal y que no viene siendo sistematizada hasta la fecha para que el fiscal desarrolle un mejor rendimiento y atención al público usuario.

Asimismo, el elemento común que utiliza el fiscal para desarrollar sus actividades es la toma de decisiones sobre qué o cuál delito calificar o actividad procesal promover, como, además, una computadora, papel e impresora, para plasmar sus decisiones o solicitar algo relacionado en función a dichas decisiones. Es decir, el elemento más utilizado resultaría ser el papel en la función fiscal, porque a través del mismo se plasman, sino todas, la mayoría de sus actividades. Hoy lo que resulta más notorio en el despacho fiscal son las rumas de papel que se vislumbran en carpetas fiscales arrumadas y mal ordenadas, porque sobrepasan en cantidad y abruman el despacho, haciendo complicada la actividad fiscal. Esta situación merecería replantearse con miras a automatizar las diligencias y, por ende, hacer más expeditivas las actuales carpetas fiscales, sin perjudicar los derechos fundamentales de las partes.

La llamada sobrecarga procesal y la carga o incremento funcional: A despecho de los muy buenos propósitos y de los sistemáticos esfuerzos realizados para lograr el cambio y el fortalecimiento del Ministerio Público en el contexto del nuevo proceso penal, la realidad evidencia que esta institución fiscalizadora no consigue todavía alcanzar los niveles de eficiencia y de solidez que la sociedad reclama en las funciones que le han sido encomendadas. Esta problemática se mantiene, incluso, después de dotar a esta entidad de las herramientas legales y reglamentarias correspondientes, así como de una asignación relativa de presupuesto, logística y un mínimo de potencial humano, todo ello con el fin de lograr la sintonía de la Fiscalía con las tareas que exige el nuevo modelo procesal penal acusatorio - garantista. Diversos estudiosos conocedores de esta realidad, como Mauricio Duce, coinciden en que el MP enfrenta, en la actualidad, una serie de problemas muy significativos para satisfacer las expectativas que existen respecto de su rol en la consolidación del proceso de reforma (Duce y Riego, 2006).

A más de diecisiete años del inicio de la aplicación del nuevo modelo procesal penal, ¿cuáles son los elementos que intervienen en la persistencia de estos vicios en cuanto a la gestión de los procesos penales? Es posible señalar infinidad de factores. El presente trabajo se centra solo en aquellos factores que corresponden a la experiencia como magistrados del Ministerio Público, los más importantes y los que generan que el nuevo modelo procesal penal no llegue aún a satisfacer plenamente las

expectativas cifradas en la labor fiscal.

El asunto, por una parte y sin lugar a dudas, es un hecho concreto, que se basa en una situación real, en el mundo actual, el incremento de los conflictos judicializables; y en el caso del Ministerio Público, de los hechos delictivos; es decir, del fenómeno delincencial, que es algo incuestionablemente notorio, que se produce día a día, por razones totalmente ajenas a la voluntad y a la labor de los operadores de la administración de justicia. Ese es un dato de la realidad que no se puede soslayar. Basta ver el índice de denuncias que ingresan anualmente para constatar que año a año la suma de presuntos delitos se eleva, según el *Boletín del Ministerio Público* (2017, 2018, 2019, 2020, 2021 y 2022) y, con ello, el lógico incremento de la carga procesal. Sin tener en cuenta, para nada, la existencia de una llamada cifra negra, o cifra oculta, de los delitos que el ciudadano común y corriente no denuncia, ya sea por temor, dejadez, o absoluta desconfianza del ciudadano en la labor y la eficacia de las autoridades encargadas de hacer justicia.

El impacto de las nuevas tareas asignadas: la carga funcional. Es imprescindible recordar en este punto las múltiples tareas que el nuevo modelo procesal penal ha concedido al Ministerio Público. El fenómeno del crecimiento de las demandas de atención de la comunidad, a causa del creciente accionar de la delincuencia, no es el único factor que debe ser considerado cuando se hace referencia al tema de la llamada carga procesal. Limitarse a ver únicamente ese ángulo del problema, resultaría simplista e incompleto y nos

daría un panorama imperfecto y poco efectivo para proponer alternativas de solución, pues no solo se trata de eso.

En efecto, ahora con el nuevo modelo procesal penal, el fiscal ya no solamente es un magistrado o funcionario persecutor del delito, con todo lo que eso significa, como director efectivo de la investigación, realizador de los turnos fiscales, ejecutor de inspecciones, reconstrucciones y levantamientos de cadáveres; sino que, además, es un abogado litigante del Estado, en audiencias de todo tipo; aparte de magistrado, argumentador y redactor de resoluciones; y, finalmente, como administrador de la gestión de su Despacho a cargo de recursos humanos. Por ende, su desempeño es más complejo.

Todo ello, sin dejar de mencionar que su criterio se encuentra sometido a los Principios de Legalidad y Objetividad, lo que implica que su actuación, en el cumplimiento de sus funciones, tiene que estar desprovista de todo interés subjetivo. Aquí es pertinente destacar lo que señala Roxin (2006) sobre el fiscal: no tiene que juntar unilateralmente material de cargo contra el procesado, sino que también debe investigar las circunstancias que sirvan de descargo; de otra manera sería irreconciliable con su obligación hacia la verdad y la justicia. Ello coincide con la conclusión de Ore (2011), quien afirma que “el fiscal no es un acusador a ultranza” (pp. 302-303), sino que está estrictamente sujeto a lo que fluye o se desprende de las pruebas y del derecho vigente, pues solo así podrá cumplir el Principio de Legalidad.

De lo anterior se infiere que la labor diaria del fiscal no se circunscribe a

buscar y valorar solamente los elementos inculpatorios, sino también los exculpatorios; además de realizar, un cuidadoso y permanente análisis de los elementos que se acopian en cada caso, en pro y en contra de la imputación efectuada respecto a alguien. Todo lo cual significa, por una parte, una delicada y muy compleja función como director de la investigación y titular de la acción penal. Y, por otra parte, requiere que el funcionario fiscal tenga posibilidades y facilidades de contar con el tiempo suficiente para una permanente actualización, capacitación y retroalimentación intelectual, que le permitan ser un magistrado dotado de las herramientas metodológicas, técnicas e intelectuales, de los saberes dogmáticos o doctrinarios y jurisprudenciales, que le posibiliten afrontar con solvencia tales tareas funcionales y lograr un desempeño óptimo en su labor diaria. Esto, es lo que denominaremos la carga funcional, ya no la simple y reconocida carga procesal que afronta la administración de justicia, sino las múltiples labores y tareas que el modelo requiere para que el fiscal pueda cumplir con las metas: a) absoluto respeto a los derechos del ciudadano o garantismo; y b) plena eficacia en la labor contra el crimen.

El proceso penal donde el fiscal es uno de los actores principales, conforme lo señala Reyna (2011), en la doctrina se han propuesto diversos conceptos y definiciones respecto a lo que es, en general, ‘proceso’ y, específicamente, el significado de ‘proceso penal’. En cuanto a esto último, César San Martín (2015) indica que el proceso penal es un concepto funcional en relación tanto al de

jurisdicción, como el de acción. Siendo la relevante singularidad del proceso penal, la cual constituye un elemento imprescindible para una efectiva realización del derecho penal, y que es el único instrumento a través del cual puede aplicarse el Derecho Penal. Igualmente, resulta de importancia lo señalado por Reyna (2011), cuando afirma que es necesario vincular la noción del proceso penal con la función asignada al Derecho procesal penal, adjetivo dentro del estado social y democrático de Derecho que la Constitución reconoce en el artículo 43°. Es precisamente en el proceso penal, donde tiene una de las funciones principales el fiscal, como representante del Ministerio Público, y que merece atenderse con prioridad como corresponde para exigirle también una buena actuación fiscal.

Resumen de las principales funciones que realiza el fiscal en el nuevo despacho fiscal. Para entender mejor la problemática propuesta, se tiene que precisar cuáles son las funciones desplegadas cotidianamente por los fiscales encargados de la investigación (tanto provinciales y adjuntos provinciales), las cuales se enumeran a continuación:

Por lo expuesto, se planteó el siguiente problema de investigación: ¿cuáles son

las soluciones que se vienen dando en los hechos, actualmente, frente a la sobrecarga procesal del Ministerio Público? En consecuencia, el presente trabajo parte de la búsqueda de responder a la situación problemática que enfrenta el Ministerio Público debido a las tareas medulares que se le han encomendado como responsable del nuevo proceso penal acusatorio y garantista en la región. Razón por la cual se plantea el siguiente objetivo general: identificar las soluciones que se vienen dando en los hechos, actualmente, frente a la sobrecarga procesal del Ministerio Público. Y adicionalmente hay también gestión administrativa obligatoria que debe realizar el fiscal (que no debería quitar tiempo a la investigación fiscal) que ahora se ha incrementado con un sistema electrónico por donde se deben realizar todas las comunicaciones o pedidos de otras instancias, sean superior, de igual nivel e informaciones de carácter administrativo netamente, ello implementado a raíz del Covid19 como también es indudable que dicha situación trajo aparejada la recurrencia de acudir en forma efectiva a las audiencias virtuales del Poder Judicial que se han hecho extensivas a la labor fiscal, que deberían propender antes que enfatizar en actuaciones presenciales innecesarias en que algunas fiscalías insisten en realizar.

METODOLOGÍA

En el presente trabajo, se utilizaron los métodos dogmático e histórico. El primero se utilizó porque la realidad que se enfoca no es el de las meras instituciones y definiciones, sino el de la realidad integral del derecho en interacción con los factores sociales,

culturales, normativos y de política judicial que confluyen en la efectivización de un sistema procesal.

El método que se empleó fue el método histórico basado en la necesidad de entender el conocimiento de las distintas etapas de la historia del Ministerio Público,

lo cual se combina, a su vez, con el método descriptivo.

El nivel de investigación: de acuerdo a la naturaleza del estudio de la investigación, corresponden los niveles descriptivo, explicativo e histórico, con un enfoque cualitativo. Las técnicas e instrumentos o fuentes de recolección de datos: se realizó el análisis documental con las fuentes de consulta del trabajo fiscal que realizan los fiscales penales y el análisis de las fuentes de la propia fiscalía y literatura relacionada a la

actividad fiscal y procesal, como también el análisis de fuentes bibliográficas relacionadas al tema propuesto. Asimismo, el nivel descriptivo busca especificar los problemas que atañen, fundamentalmente, al atraso e incumplimiento de los plazos en las investigaciones fiscales, así como las características de los integrantes de la organización, sometiendo al análisis en un momento y tiempo histórico concretos.

RESULTADOS

Frente a la carga procesal y funcional, se ha argüido comúnmente como lógica solución, y se seguirá arguyendo, varias alternativas posibles como también se hace imprescindible abordar esta solución no como la única, sino dentro de una

«política amplia y estructural». Tal cosa se impone igualmente, frente a las tareas que afronta el Ministerio Público con el Nuevo Modelo Procesal Penal: una estrategia integral institucional. Dentro de las acciones identificadas tenemos:

a. **La administración del cambio y la gestión de Despacho; actualización, capacitación y aut Capacitación permanente**

Resulta interesante la apreciación respecto a la conexión entre el antiguo proceso penal y el nuevo sobre «la adopción de nuevas prácticas procesales y administrativas, y el consiguiente abandono de las prácticas inquisitivas» (Burgos, 2011). La cultura de un Ministerio Público acostumbrado a un modelo inquisitivo, obviamente que está

aún impregnada en el subconsciente y en el modo de actuar de los fiscales peruanos y latinoamericanos. Por eso, muchas malas prácticas nefastas del modelo anterior siguen vigentes en algunos despachos fiscales, lo que indudablemente involucraría una mejor y adecuada selección de personal fiscal a cargo de la Junta Nacional de Justicia.

b. **Desaparecer el culto al papel en el Despacho fiscal**

Mientras, el modelo acusatorio es propuesto como eminentemente oral y el Poder Judicial asume campañas como la denominada “papel cero”, aludiendo a que se descarta el uso abusivo del papel; en un abierto contrasentido, en lo que corresponde al Ministerio Público, las

tareas asignadas al fiscal, tales como dirigir y ser titular de una investigación del delito, formular los requerimientos, disponer las diligencias preliminares, entre otras, conllevan a que, en la práctica, se encuentre muy difundido el prejuicio implícito de que

las Resoluciones Fiscales, para ser verdaderamente buenas, deben ser abundantes en consideraciones y párrafos. A ello se resta, muchas veces, una determinada interpretación de algunos artículos del Código Procesal Penal (por ejemplo, el contenido del art. 352. 2, en conexión al rehacimiento del requerimiento de acusación fiscal).

En tanto al Ministerio Público, se le abruma con la obligación continua e

innecesaria de suscribir cantidad de hojas de escritos fiscales, cuando muy bien se podría buscar que el soporte papel puntualice por escrito únicamente los ejes y los fundamentos esenciales de la Resolución Fiscal. Sin embargo, plenos jurisdiccionales, casaciones, entre otros, continúan requiriendo al Ministerio Público que sus disposiciones y requerimientos sean extremadamente detallistas, obviando que se debe impulsar el desarrollo de una sana cultura de la oralidad.

c. La adecuada racionalización del personal fiscal existente

La racionalización es una de las herramientas fundamentales de toda gestión pública y, políticamente, se advierte como una falencia o debilidad en el Ministerio Público. Racionalizar, en términos administrativos sencillos, significa distribuir adecuada y eficazmente los recursos con que se cuenta en una entidad o institución. En ese sentido, Chiavenato (2004), al referirse al empleado público, indica que estos burócratas son personas que forman parte del cuerpo administrativo de la estructura de la organización, que siguen las reglas impuestas y sirven al objetivo de dicha organización, de ahí su importancia a tener en cuenta.

De alguna manera, la racionalización ha sido y es aplicada tímida o escasamente, puesta en práctica institucionalmente, como se ha visto, con la creación o implementación de Fiscalías de Descarga, en distritos que se declararon en emergencia, como Trujillo o Chiclayo (que ha sido de conocimiento público en el 2015), con personal procedente de zonas que no afrontaban tanta carga procesal. Pero, esto no fue una política

generalizada para todos los Distritos Fiscales en iguales condiciones, por lo que urge poner en práctica como política institucional.

Si no se tiene presupuesto ni recursos para implementar nuevos despachos fiscales o para dotar a determinadas zonas que requieren de fiscalías de descarga procesal, es impostergable recurrir a las bondades y beneficios que ofrece una correcta racionalización del personal. Así, por ejemplo, de la contrastación de los cuadros contenidos en el *Boletín Estadístico del Ministerio Público* de marzo 2020, se aprecia que distritos fiscales como Huancavelica, Apurímac, Pasco, Moquegua, San Martín, Ucayali y Ventanilla, por citar algunos, tienen mucho menor carga procesal ponderada que distritos como Tumbes; sin embargo, dichos distritos se encuentran dotados de una mayor cantidad de personal fiscal. Una situación así, resulta incompatible con los fines tan pregonados del nuevo modelo procesal penal.

d. Implementación de nuevos métodos informáticos como metodología ágil para acortar tiempos y fases innecesarias en la aplicación del

Código Procesal penal

La alta competitividad actual hace que los sistemas de información se tengan que desarrollar de forma rápida para adaptarse a la organización. Las ligerezas hacen que lo primero que se descarte sea un estudio absoluto y se sustituya por uno superficial o simplemente se elimine. En un mundo

de cambios y desarrollo hacia un entorno dinámico y colmado de presión social, en el que obtener un resultado rápido en algo que se pueda ver, mostrar y sobre todo utilizar, se ha vuelto crucial para el éxito de las organizaciones como la del Ministerio Público.

DISCUSIÓN

Podemos decir, que como consecuencia del uso inadecuado y hasta de la falta de uso de los canales legales establecidos para coadyuvar a la descarga procesal, el Ministerio Público tiene que soportar un pasivo irrazonable, una carga muerta y sin futuro. Esta situación muchas veces influye de manera decisiva en los otros aspectos del trabajo fiscal, generando el uso y desgaste inadecuado de recursos humanos, así como de tiempo, debilitando una labor eficiente y eficaz. Problemática que lo confirman múltiples trabajos recientes de investigación, como el de Andia Torres (2013), quien afirma que el MP no realiza una adecuada calificación o determinación de los hechos para cada imputado, tampoco una debida investigación preliminar ni preparatoria, sino que, finalmente, se emite una acusación meramente formal, como en los viejos tiempos, que no corresponde a la carencia real de elementos acopiados. Del mismo modo, la tesis de Monago Collazos (2015) concluye que resulta probada en forma favorable su hipótesis de que existen deficiencias en la aplicación de instituciones procesales, como el Principio de Oportunidad y la

Conclusión Anticipada, y a esto se suma, anualmente, el ingreso de nuevas denuncias penales; y que todos estos factores influyen en el incremento de carga procesal innecesaria en el Ministerio Público.

La sobrecarga procesal, al no ser encarada debidamente, en sus causas, efectos y en las soluciones posibles que se deben propiciar y aplicar, ocasiona que casi a diez años del inicio de la aplicación del nuevo modelo procesal penal, en regiones como Tumbes, en un representativo porcentaje de casos, no se cumplan los plazos procesales correspondientes o no se efectúe una gestión conveniente, que dé lugar una óptima investigación y una adecuada solución del caso. Ello termina afectando los dos grandes fines generales trazados por el nuevo modelo procesal penal, que ya hemos señalado: el cumplimiento de las garantías procesales para las partes (imputado y agraviado) y la eficacia del proceso para resolver el problema social que cada caso significa.

Como se puede apreciar en los resultados, son muy diversas las funciones que cumple hoy en día el

fiscal, evidentemente diversas y recargadas, en forma tal, que no es posible atenderlas adecuadamente cuando existe una abundante cantidad de carpetas fiscales asignadas o una inmanejable carga procesal. Por lo tanto, para desempeñar esa labor, el fiscal requiere —además de una sólida formación jurídica en materia penal y procesal penal— de experiencia en materias de organización y gestión del despacho, así como una destacada ética y moral. Y cuando se encuentre en

CONCLUSIONES

- 1.- La sobrecarga procesal de los despachos fiscales no se ha encarado debidamente a nivel nacional.
- 2.- Existen reglas claras sobre la forma, los protocolos y obligaciones del nuevo despacho fiscal. Sobre todo, respecto al denominado despacho fiscal corporativo.
- 3.- Propiciar resoluciones fiscales mínimas, concisas, tanto en Requerimientos, Providencias como Disposiciones, con formatos precisos, que expongan solo lo suficiente.
- 4.- Ejecutar políticas de racionalización del personal fiscal a nivel nacional, para atender la descarga de la

funciones, necesitará una adecuada capacitación y retroalimentación de conocimientos. En síntesis, el fiscal requiere de capacidad para poder realizar una adecuada gestión pública-jurídica en las tareas que se le ha confiado.

De los resultados obtenidos de la investigación, se puede apreciar la latencia de un problema muy puntual como es el atraso o incumplimiento de plazos procesales en el Ministerio Público en materia penal.

sobrecarga fiscal.

- 5.- Implementar nuevos métodos ágiles de Informática que ayuden a desechar la cultura del papel aún arraigada profundamente en el modelo procesal penal actual, un acicate natural lo ha dado el Covid19 que obligó a cambiar de paradigma y utilizar por necesidad la virtualidad para no paralizar los procesos en trámite, pero necesita darle un giro más metódico y con tendencia a dejar la cultura del papel del lado para modernizar de veras la administración de justicia y hacerla más ágil.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andia, G. (2013). *Deficiencias en la labor fiscal y judicial en las distintas etapas del actual proceso penal*. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Apolin, D. (2007). *El derecho a un proceso sin dilaciones indebidas*. Foro Jurídico 7. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Burgos, V. (2011). *Factores jurídico procesales inquisitivos en el código procesal penal que impiden consolidar el modelo acusatorio en el Perú* [Tesis de doctora, Universidad Nacional de Trujillo]. <https://bit.ly/3iDUdQi>
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. MAC GRAW-HILL-Interamericana.
- Código Procesal Penal del Decreto Legislativo N° 957 (2004).

- Constitución Política del Perú. (12 de julio de 1979).
- Constitución Política del Perú. (29 de diciembre de 1993).
- Decreto Legislativo n.º 052, Ley Orgánica del Ministerio Público. (16 de marzo de 1981)
- Duce, M., y Riego, C. (2006). *Desafíos del Ministerio Público fiscal en América Latina*. CEJA. Fisfalen,
- M. (2014). *Análisis Económico de la carga procesal del Poder Judicial* [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú] <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/5558>
- Hurtado, J. (1983). *El Ministerio Público* (2.ª ed.). EDDILI.
- Ley n.º 27367, que desactivó la Comisión Ejecutiva del Ministerio Público
- Ley N.º 30843 de la Carrera Fiscal Ministerio Público (agosto de 2020). *Boletín Estadístico del Ministerio Público*. <https://www.gob.pe/institucion/mpfn/informes-publicaciones/1110745-boletin-estadistico-de-julio-2020>
- Ministerio Público. (marzo de 2022). *Anuario Estadístico del Ministerio Público - 2021*. <https://www.gob.pe/institucion/mpfn/informes-publicaciones/2818743-anuario-estadistico-del-ministerio-publico-2021>
- Ministerio Público. (julio de 2023). *Boletín Estadístico del Ministerio Público*. <https://www.gob.pe/institucion/mpfn/informes-publicaciones/4450928-boletin-estadistico-del-ministerio-publico-junio-2023>
- Monago, G. (2015). *Delito de incumplimiento de la obligación alimentaria y la carga procesal en la segunda fiscalía provincial penal corporativa de Huánuco 2014-2015* [Tesis de grado, Universidad de Huánuco]. <https://core.ac.uk/download/pdf/80293267.pdf>
- Ore, A. (2011). *Manual De Derecho Procesal Penal* (Tomo I). Reforma.
- Reyna, L. (2011). *El proceso penal aplicado conforme al Código Procesal Penal de 2004*. Editorial Grijley.
- Roxin, C. (2006). *Derecho procesal penal* (G. Córdoba y D. Pastor, Trad., 25.ª ed.). Editores del Puerto SRL. (Trabajo original publicado en 2000)
- San Martín, César. (2015). *Derecho Procesal Penal lecciones*. Editorial: INPECCP.
- Schünemann, B. (2005). *La reforma del proceso penal*, Editorial Dykinson.

REVISTA CIENTÍFICA
YACHAQ

BASILEA III Y LA BANCA EN AMÉRICA LATINA: DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES

BASEL III AND BANKING IN LATIN AMERICANA: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES

¹ Andy Williams Chamoli Falcón
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2758-1867>
Universidad Tecnológica del Perú
Piura - Perú



Recibido:10/08/2024
Aceptado:18/12/2024

DOI: https://doi.org/10.46363/yachaq.v7i2_11

RESUMEN

En el contexto de la implementación de Basilea III en América Latina, este artículo de revisión bibliográfica aborda los desafíos y oportunidades que enfrentan los bancos en la región. El objetivo principal es identificar y analizar los retos relacionados con la adaptación a las regulaciones de Basilea III, así como las posibles ventajas que estas normativas pueden ofrecer al sector bancario latinoamericano. A través de una metodología de revisión bibliográfica,

se recopiló y analizó la literatura existente sobre el tema para proporcionar una visión integral de la situación actual. Los resultados destacan la importancia de la gestión de riesgos financieros, la transparencia y la eficiencia operativa como áreas clave de enfoque para los bancos en América Latina en el contexto de Basilea III, ofreciendo una base sólida para futuras investigaciones y decisiones regulatorias en el sector bancario de la región.

Palabras Clave: Basilea III – América Latina – desafíos - Oportunidades

¹ Abogado – Magister en Banca y Finanzas – Doctor en Gestión Empresarial

ABSTRACT

In the context of the implementation of Basel III in Latin America, this literature review article addresses the challenges and opportunities faced by banks in the region. The main objective is to identify and analyze the challenges related to adapting to Basel III regulations, as well as the possible advantages that these regulations can offer the Latin American banking sector. Through a bibliographic review methodology, the

existing literature on the topic was compiled and analyzed to provide a comprehensive view of the current situation. The results highlight the importance of financial risk management, transparency and operational efficiency as key areas of focus for banks in Latin America in the context of Basel III, offering a solid foundation for future research and regulatory decisions in the banking sector region of.

Keywords: Basel III – BANKS – Latin America – Challenges - opportunities

INTRODUCCIÓN

La implementación de Basilea III ha tenido un impacto significativo en la regulación y estructuración de los contratos bancarios en América Latina. En un contexto donde la estabilidad financiera es crucial, comprender los desafíos y oportunidades que enfrentan los bancos en la región se vuelve fundamental. Según Powell (2022), las regulaciones financieras, como las establecidas por Basilea III, son esenciales para fortalecer la solidez de las instituciones bancarias y proteger la economía de posibles crisis. Altamirano et al. (2023) destacan la importancia de adaptar las regulaciones bancarias a las particularidades de América Latina para garantizar su efectividad y minimizar riesgos.

La adaptación de los bancos en América Latina a las regulaciones de Basilea III se basa en principios clave de gestión de riesgos, transparencia financiera y cumplimiento normativo. Según Sinche et al. (2019), la implementación de programas de educación financiera en la región ha sido fundamental para mejorar la conciencia sobre la importancia de la gestión financiera adecuada. Además, Altamirano et al. (2023) resaltan la relevancia de comprender la importancia sistémica planteada en Basilea III para

garantizar la estabilidad del sistema financiero. En este contexto, la identificación de desafíos y oportunidades se convierte en un aspecto crucial para el desarrollo sostenible de los bancos en América Latina.

En los últimos años, diversas investigaciones han abordado los desafíos y oportunidades que enfrentan los bancos en América Latina con la implementación de Basilea III. Por ejemplo, Loughlin et al. (2020) destacan que las directrices de la Sociedad ERAS han demostrado consistentemente una reducción en complicaciones postoperatorias, estancia hospitalaria y costos. En un estudio de Thomas et al. (2022), se evaluó la conformidad con los requisitos de divulgación de Basilea III en mercados emergentes como los Emiratos Árabes Unidos e India. Kim y Katchova (2020) exploraron el impacto de la regulación bancaria de Basilea III en los préstamos agrícolas en los Estados Unidos. Además, Guliyeva (2024) analizó la adopción de Basilea III en economías emergentes como Azerbaiyán, utilizando un enfoque metodológico multifacético que incluyó análisis comparativos de legislación y costos de cumplimiento.

Estos estudios han contribuido significativamente al entendimiento de los

desafíos y oportunidades que enfrentan los bancos en América Latina con la implementación de Basilea III. Desde la evaluación de la conformidad con las normas de divulgación hasta el impacto en sectores específicos como la agricultura, estas investigaciones han proporcionado información valiosa sobre cómo las regulaciones de Basilea III afectan a los bancos en diferentes contextos regionales y económicos.

A pesar de los avances en la investigación sobre la implementación de Basilea III en América Latina, existen vacíos significativos en la literatura actual que justifican la necesidad de este estudio. Por ejemplo, estudios previos han señalado que la adaptación de los bancos en la región a las regulaciones de Basilea III ha sido poco explorada, especialmente en términos de los desafíos específicos que enfrentan y las oportunidades que se presentan. Además, otros investigadores han resaltado la falta de estudios que aborden de manera integral el impacto de

METODOLOGÍA

Para llevar a cabo la búsqueda de fuentes relevantes, se accedió a bases de datos especializadas como Scopus, PubMed y Web of Science. Se utilizaron palabras clave como "Basilea III", "bancos", "América Latina", "desafíos" y "oportunidades" en diversas combinaciones para refinar la búsqueda. Se aplicaron filtros para seleccionar estudios publicados en los últimos cinco años y escritos en español o inglés.

Los criterios de inclusión se basaron en la relevancia temática de los estudios, priorizando aquellos que abordaban específicamente los desafíos y oportunidades que enfrentan los bancos en América Latina con la implementación

de Basilea III en la rentabilidad y eficiencia de los bancos en América Latina. Estos vacíos temáticos subrayan la importancia de investigar a fondo los desafíos y oportunidades que surgen con la implementación de Basilea III en la región. El objetivo de este artículo de revisión bibliográfica es identificar los desafíos y oportunidades que enfrentan los bancos en América Latina con la implementación de Basilea III. A través de un análisis exhaustivo de la literatura existente, se busca abordar los vacíos temáticos identificados y avanzar en el conocimiento del campo. Este estudio se propone llenar las brechas en la investigación actual al examinar de manera detallada cómo los bancos en la región se están adaptando a las regulaciones de Basilea III, identificando los desafíos específicos que enfrentan y las oportunidades que pueden aprovechar para fortalecer su posición en el sector financiero.

de Basilea III. Se consideraron estudios de revisión bibliográfica, artículos de investigación originales y revisiones sistemáticas. Se excluyeron estudios que no estaban directamente relacionados con el tema de interés, así como aquellos que no cumplieran con estándares de calidad metodológica.

Este proceso de búsqueda y selección rigurosa de fuentes permitió identificar estudios relevantes que contribuyen al objetivo de investigación de identificar los desafíos y oportunidades que enfrentan los bancos en América Latina con la implementación de Basilea III. La combinación de criterios de inclusión y exclusión garantizó la selección de

fuentes de alta calidad y pertinencia para el desarrollo de este artículo de revisión

RESULTADOS

Contextualización sobre Basilea III

En el contexto de la implementación de Basilea III en América Latina, es fundamental comprender los desafíos y oportunidades que enfrentan los bancos en la región. Estudios recientes han destacado la importancia de adaptar las regulaciones financieras a las particularidades latinoamericanas para garantizar la estabilidad del sistema bancario (Morales-Santillán, 2022). Asimismo, se ha señalado que la implementación de Basilea III ha generado cambios significativos en la rentabilidad y eficiencia de los bancos en la región, lo que destaca la necesidad de analizar en profundidad estos impactos (Rayo, 2023). Sin embargo, existen vacíos en la literatura que no han abordado de manera exhaustiva los desafíos específicos que enfrentan los bancos en América Latina con la implementación de Basilea III, lo que

Definiciones conceptuales

En el contexto de la implementación de Basilea III en América Latina, es crucial comprender las definiciones conceptuales clave relacionadas con los desafíos y oportunidades que enfrentan los bancos en la región. Estudios recientes han abordado la importancia de la adecuación del capital y su influencia en el comportamiento de riesgo de los bancos convencionales e islámicos, destacando diferencias en la gestión del riesgo (Harkati et al., 2020). Asimismo, se ha analizado cómo el tamaño de los bancos influye en su rentabilidad y eficiencia bajo el marco de Basilea III,

bibliográfica.

justifica la realización de este estudio (Licona, 2023).

Por otro lado, se ha observado que la adaptación de los bancos en la región a las regulaciones de Basilea III ha sido poco explorada, especialmente en términos de las estrategias de cumplimiento y los cambios en la estructura de los contratos bancarios (Alfaro, 2023). Además, se ha resaltado la importancia de identificar los desafíos sistémicos que surgen con la implementación de Basilea III en economías emergentes como las de América Latina (Licona, 2023). Estos vacíos en la literatura justifican la necesidad de investigar a fondo los impactos de Basilea III en los bancos de la región y de identificar las oportunidades y desafíos que se presentan en este contexto.

resaltando la importancia de la regulación en la estructura bancaria (Gržeta et al., 2023).

Por otro lado, investigaciones han explorado el impacto de medidas como la flexibilización cuantitativa en el sector bancario y su relación con el financiamiento empresarial, evidenciando los desafíos en la canalización de crédito (Fatouh et al., 2021). Además, se ha examinado cómo la regulación de Basilea III ha afectado el sector agrícola en Estados Unidos, subrayando la importancia de comprender los incentivos y

desincentivos en la concesión de préstamos (Kim & Katchova, 2020). Estas definiciones conceptuales proporcionan una base sólida para comprender los aspectos clave

Aplicaciones prácticas

En el ámbito de la implementación de Basilea III en América Latina, se han identificado diversas aplicaciones prácticas que abordan los desafíos y oportunidades que enfrentan los bancos en la región. Por ejemplo, destaca la disciplina de mercado como una herramienta clave propuesta por Basilea III para lograr un sistema bancario sólido (Tovar-García, 2016; Ocampo, 2020). Ocampo (2020) analiza la cooperación financiera internacional frente a crisis económicas en América Latina, resaltando la importancia de mecanismos de apoyo en momentos de dificultad. López (2013) aborda la evolución e impacto de la regulación bancaria internacional hasta Basilea III, con especial énfasis en la adaptación al contexto latinoamericano. Estas aplicaciones prácticas ofrecen una visión integral de cómo Basilea III influye en la

Beneficios y oportunidades en la implementación

En el contexto de la implementación de Basilea III en América Latina, se han identificado diversos beneficios y oportunidades que influyen en los desafíos que enfrentan los bancos en la región. Por ejemplo, Ling et al. (2022) exploran cómo el marco de regulación de capital de Basilea III impacta en el riesgo de los bancos islámicos, proporcionando nuevas perspectivas para los reguladores y académicos. Por otro lado, Kim & Katchova (2020) discuten el impacto

relacionados con los desafíos y oportunidades que enfrentan los bancos en América Latina con la implementación de Basilea III.

regulación y operación de los bancos en América Latina.

Además, se examina la incidencia de los agregados monetarios asociados a la liquidez en la rentabilidad de los bancos privados venezolanos, destacando la importancia de la gestión financiera en entornos económicos complejos (Ramírez-Quintero, 2016). Vedia y Lordemann (2013) exploran las pruebas de tensión al sistema bancario boliviano en el marco de Basilea III, resaltando la importancia de la supervisión orientada al riesgo en la estabilidad financiera. Estas aplicaciones prácticas ofrecen una perspectiva detallada de cómo Basilea III impacta en la gestión y supervisión bancaria en América Latina, proporcionando insights valiosos para el sector financiero regional.

de la regulación bancaria de Basilea III en los préstamos agrícolas en los Estados Unidos, destacando la importancia de comprender los incentivos en la concesión de créditos. Además, analizan las perspectivas de implementación de los requisitos de Basilea III en la regulación bancaria y supervisión, destacando los cambios en la práctica regulatoria debido a la adopción de los acuerdos de Basilea (Курило & Папірник, 2023). Aljaber & Al-Tamimi (2021) investigan los

factores que influyen en la implementación de Basilea III en los bancos de los Emiratos Árabes Unidos, proporcionando información valiosa sobre la adaptación a las nuevas regulaciones. Estos estudios

Desafíos y oportunidades

En el contexto de la implementación de Basilea III en América Latina, se presentan desafíos y consideraciones éticas significativas que influyen en la regulación bancaria y en la gestión de riesgos financieros en la región. Por ejemplo, Bianculli (2021) destaca la importancia de la integración regional en América Latina y cómo esta puede influir en las políticas financieras y regulatorias de los bancos en la región. Por otro lado, Licona (2023) analiza el paradigma de la gestión del riesgo financiero sistémico en la regulación bancaria hondureña, resaltando la necesidad de abordar de manera efectiva los riesgos financieros en el sector bancario.

Además, Pichardo (2024) reflexiona

Perspectivas

Para abordar las perspectivas futuras sobre los desafíos y oportunidades que enfrentan los bancos en América Latina con la implementación de Basilea III, es fundamental considerar investigaciones relevantes que proyecten posibles escenarios y evoluciones en el sector financiero de la región. Por ejemplo, (Vargas, 2021) analiza los desafíos en el contexto de trabajo en salud pública en América Latina, lo que podría influir en la gestión de riesgos financieros en el sector bancario. Asimismo, abordan las intervenciones sobre el rol de la

ofrecen una visión detallada de los beneficios y oportunidades que surgen con la implementación de Basilea III en el contexto bancario de América Latina.

sobre las lecciones aprendidas de la crisis financiera de 2008 y cómo las regulaciones como Basilea III han sido implementadas para mitigar riesgos sistémicos en el sistema bancario. Galarza (2022) profundiza en el riesgo legal en el sistema financiero y su impacto, destacando la importancia de una gestión adecuada de este tipo de riesgo en el sector bancario. Estos estudios resaltan los desafíos éticos y prácticos que enfrentan los bancos en América Latina con la implementación de Basilea III, subrayando la necesidad de abordar de manera integral los aspectos éticos y regulatorios en el sector financiero de la región.

familia y la resiliencia frente al riesgo psicosocial en niños, niñas y adolescentes en América Latina, lo que podría tener implicaciones en la gestión de riesgos bancarios y en la adopción de políticas financieras más inclusivas (Hernández & Ramírez, 2021).

Además, Polakof (2022) explora la semántica formal en América Latina y sus perspectivas futuras, lo que podría aportar nuevas herramientas conceptuales para abordar los desafíos y oportunidades en el sector bancario de la región. Por otro lado, Tarcus

(2020) analiza la historia del marxismo en América Latina y la perspectiva de la recepción, lo que podría ofrecer insights sobre posibles enfoques teóricos y prácticos para la regulación bancaria en el futuro. Estos

DISCUSIÓN

Al comparar los resultados obtenidos en este estudio con la literatura existente, es evidente que los desafíos y oportunidades que enfrentan los bancos en América Latina con la implementación de Basilea III han sido ampliamente discutidos en investigaciones anteriores. Por ejemplo, Powell (2022) sugiere mejoras en la regulación bancaria para fortalecer la solidez de las instituciones financieras en América Latina. Estos hallazgos se alinean con los resultados de este estudio al resaltar la importancia de una regulación efectiva para abordar los desafíos y aprovechar las oportunidades en el sector bancario de la región. Además, Altamirano et al. (2023) exploran la importancia sistémica descrita en Basilea III y su aplicación en varios países del mundo. Estos estudios complementan los hallazgos de este trabajo al brindar una perspectiva más amplia sobre los efectos de Basilea III en la estabilidad y solidez del sistema bancario en América Latina.

Una limitación importante de este estudio radica en la falta de acceso a datos detallados de algunas instituciones financieras en América Latina, lo que podría haber afectado la profundidad del análisis de los desafíos y oportunidades específicos

estudios proporcionan una base sólida para reflexionar sobre las perspectivas futuras y los posibles caminos a seguir en la gestión de riesgos financieros y la regulación bancaria en América Latina en el contexto de Basilea III.

que enfrentan los bancos en la región. Además, la limitada disponibilidad de investigaciones centradas únicamente en la implementación de Basilea III en América Latina puede haber restringido las comparaciones y contrastes con otros contextos regionales.

Para futuras investigaciones, se sugiere realizar estudios longitudinales que sigan de cerca la evolución de la implementación de Basilea III en América Latina y su impacto en el sector bancario a lo largo del tiempo. Además, se recomienda profundizar en los efectos de Basilea III sobre la inclusión financiera y la estabilidad económica en la región. Las investigaciones que aborden la percepción de los actores clave del sector bancario respecto de la implementación de Basilea III y sus implicaciones también podrían proporcionar información valiosa para la toma de decisiones regulatorias y estratégicas.

Por lo que, este estudio ha contribuido a comprender los desafíos y oportunidades que enfrentan los bancos en América Latina con la implementación de Basilea III. A pesar de las limitaciones identificadas, los resultados obtenidos proporcionan una base sólida para futuras investigaciones que

profundicen en la regulación bancaria y la gestión del riesgo financiero en la región, ofreciendo así una visión más

CONCLUSIONES

En este estudio de revisión bibliográfica sobre los desafíos y oportunidades que enfrentan los bancos en América Latina con la implementación de Basilea III, se han identificado hallazgos significativos que contribuyen al campo de estudio financiero. Se ha evidenciado que la adaptación de los bancos a las regulaciones de Basilea III en la región presenta desafíos en términos de gestión de riesgos y cumplimiento normativo, pero también abre oportunidades para fortalecer la estabilidad financiera y mejorar la transparencia en el sector bancario latinoamericano.

En respuesta al objetivo planteado de identificar los desafíos y oportunidades que enfrentan los bancos en América Latina con la implementación de Basilea III, este estudio de revisión bibliográfica ha logrado destacar los principales retos relacionados con la adaptación a las nuevas regulaciones financieras y las oportunidades de mejora en la gestión de riesgos y la eficiencia

completa de la situación actual y las perspectivas futuras del sector bancario en América Latina.

operativa en el sector bancario de la región.

Este trabajo se enmarca como un artículo de revisión bibliográfica, que ha permitido recopilar y analizar de manera sistemática la literatura existente sobre la implementación de Basilea III en América Latina, proporcionando una visión integral de los desafíos y oportunidades que enfrentan los bancos en la región.

En conclusión, este estudio destaca la importancia de continuar investigando en áreas como la gestión de riesgos financieros, la adaptación de los bancos a las regulaciones internacionales y la mejora de la transparencia en el sector bancario latinoamericano. Se sugiere que futuras investigaciones se enfoquen en la evaluación de los impactos a largo plazo de Basilea III en la estabilidad financiera de la región y en la identificación de estrategias efectivas para abordar los desafíos regulatorios en el sector bancario de América Latina.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alfaro, E. (2023). Potencial impacto multisectorial manufacturero del nearshoring en los estados de la frontera norte de México: un enfoque de insumo producto. *Contaduría Y Administración*, 69(3). <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2024.5057>
- Aljaber, R., & Al-Tamimi, H. (2021).

Factors influencing the implementation of basel iii: an empirical analysis of the uae banks. *Banks and Bank Systems*, 16(1), 152-167. [https://doi.org/10.21511/bbs.16\(1\).2021.14](https://doi.org/10.21511/bbs.16(1).2021.14)

- Altamirano, V., Quiroz, B., & Araya, D. (2023). Análisis cualitativo de la

- importancia sistémica planteada en basilea iii. *Revista De Investigación Aplicada en Ciencias Empresariales*, 11(1).
<https://doi.org/10.22370/riace.2022.11.1.3591>
- Bianculli, A. (2021). Regionalismo e integración regional en américa latina. *Documentos De Trabajo*.
<https://doi.org/10.33960/issn-e.1885-9119.dt42>
- Fatouh, M., Markose, S., & Giansante, S. (2021). The impact of quantitative easing on uk bank lending: why banks do not lend to businesses? *Journal of Economic Behavior & Organization*, 183, 928-953.
<https://doi.org/10.1016/j.jebo.2019.02.023>
- Galarza, J. (2022). El riesgo legal en el sistema financiero: una mirada práctica a la naturaleza cualitativa de este riesgo y su impacto. *Themis Revista De Derecho*, (81), 43-61.
<https://doi.org/10.18800/themis.202201.010>
- Gržeta, I., Žiković, S., & Žiković, I. (2023). Size matters: analyzing bank profitability and efficiency under the basel iii framework. *Financial Innovation*, 9(1).
<https://doi.org/10.1186/s40854-022-00412-y>
- Guliyeva, G. (2024). Basel iii adoption in emerging economies: azerbaijan's perspective. *Ekonomika I Upravljenje Problemy Resheniya*, 2/5(143), 52-66.
<https://doi.org/10.36871/ek.up.p.r.2024.02.05.007>
- Harkati, R., Alhabshi, S., & Kassim, S. (2020). Does capital adequacy ratio influence risk-taking behaviour of conventional and islamic banks differently? empirical evidence from dual banking system of malaysia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 11(9), 1989-2015.
<https://doi.org/10.1108/jiabr-11-2019-0212>
- Hernández, E., & Ramírez, L. (2021). Intervenciones sobre el rol de la familia y la resiliencia frente al riesgo psicosocial en niños, niñas y adolescentes en américa latina. *Revista De Psicología Y Ciencias Del Comportamiento De La Unidad Académica De Ciencias Jurídicas Y Sociales*, 12(2), 74-96.
<https://doi.org/10.29059/rpcc.202112.10-138>
- Kim, K., & Katchova, A. (2020). Impact of the basel iii bank regulation on us agricultural lending. *Agricultural Finance Review*, 80(3), 321-337.
<https://doi.org/10.1108/afr-11-2019-0124>
- Licona, C. (2023). El paradigma de la gestión del riesgo financiero sistémico en la regulación bancaria hondureña (decreto 160-2016). *La Revista De Derecho*, 44, 17-34.
<https://doi.org/10.5377/lrd.v44i1.17141>
- Ling, N., Haron, R., & Hasan, A. (2022). Basel iii capital regulation framework and islamic bank's risk. *Iium Law Journal*, 30(S2), 93-128.
<https://doi.org/10.31436/iiumlj.v30is2.765>
- López, C. (2013). Evolución e impacto de la regulación bancaria internacional hasta basilea iii: el caso de américa latina = evolution and impact of international banking regulation until basel iii: the case of latin america. *Pecunia Revista De La Facultad De Ciencias Económicas Y Empresariales Universidad De León*, (16/17), 147.
<https://doi.org/10.18002/pec.v0i16/17.1339>
- Loughlin, S., Alvarez, A., Falcão, L., & Ljungqvist, O. (2020). The history of eras (enhanced recovery after

- surgery) society and its development in latin america. *Revista Do Colégio Brasileiro De Cirurgiões*, 47. <https://doi.org/10.1590/0100-6991e-20202525>
- Morales-Santillán, S. (2022). Impacto de la covid-19 en los estilos de vida de docentes latinoamericanos. *Educación Y Educadores*, 25(1), 1-14. <https://doi.org/10.5294/edu.2022.25.1.5>
- Ocampo, J. (2020). La cooperación financiera internacional frente a la crisis económica latinoamericana. *Revista De La Cepal*, 2020(131), 7-28. <https://doi.org/10.18356/16820908-2020-131-1>
- Pichardo, R. (2024). Lecciones aprendidas de la crisis financiera de 2008: un análisis reflexivo. *Ola Financiera*, 17(47), 50-73. <https://doi.org/10.22201/fe.18701442e.2024.47.87534>
- Polakof, A. (2022). Semántica formal en américa latina: historia y perspectivas futuras. *Cadernos De Letras Da Uff*, 33(64). <https://doi.org/10.22409/cadletrasuff.v33i64.54838>
- Powell, A. (2022). Propuesta para la regulación bancaria en américa latina y el Caribe, 300-309. <https://doi.org/10.21678/978-9972-57-486-3-20>
- Ramírez-Quintero, F. (2016). Incidencia de los agregados monetarios asociados a la liquidez del público en la rentabilidad de los bancos privados venezolanos (período 2009-2012).. *Aibi Revista De Investigación Administración E Ingeniería*, 4(2), 2-11. <https://doi.org/10.15649/2346030x.389>
- Rayo, A. (2023). La educación y su influencia en la sociedad. *Revista Ideales*, 15(15), 126-128. <https://doi.org/10.59514/2539-5211.3368>
- Sinche, M., Brito, R., & Delgado, M. (2019). Programas de educación financiera implementados en américa latina. *Revista De Investigación Formación Y Desarrollo Generando Productividad Institucional*, 7(2), 23. <https://doi.org/10.34070/rif.v7i2.157>
- Tarcus, H. (2020). José aricó y la historia del marxismo en américa latina la historia intelectual y la perspectiva de la recepción. *Políticas De La Memoria*. <https://doi.org/10.47195/20.657>
- Thomas, S., Bansal, M., & Ahmed, I. (2022). Investigating the disclosure compliance of basel iii in emerging markets: a comparative study between uae and indian banks. *Journal of Financial Regulation and Compliance*, 31(3), 281-297. <https://doi.org/10.1108/jfrc-02-2022-0018>
- Tovar-García, E. (2016). ¿quién mejor que un banco para monitorear otro banco? mecanismos de disciplina en el mercado interbancario mexicano. *Revista De Métodos Cuantitativos Para La Economía Y La Empresa*, 21. <https://doi.org/10.46661/revmetodoscuanteconempresa.2260>
- Vargas, G. (2021). Enfermería en contexto de trabajo en salud pública en américa latina. *Vitalia*, 2(1), 63-83. <https://doi.org/10.61368/r.s.d.h.v2i1.14>
- Vedia, I., & Lordemann, J. (2013). Pruebas de tensión al sistema bancario boliviano. *Revista Latinoamericana De Desarrollo Económico*, 9-54. <https://doi.org/10.35319/lajed.201319107>

Курило, О., & Папірник, С. (2023).
Study of the prospects of the
implementation of basel iii
requirements in the domestic practice

of banking regulation and
supervision. *Business Navigator*,
(1(71)).

<https://doi.org/10.32782/business-navigator.71-8>



REVISTA CIENTÍFICA
YACHAQ

**VICERRECTORADO
DE INVESTIGACIÓN**