



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Importación y comercio electrónico de productos de ciberseguridad
asiáticos en MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana, 2020-2023

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

AUTORES:

Galindo Pedraza, Roos Maria (orcid.org/0000-0002-8061-527X)

Zeña Rosado, Jose (orcid.org/0000-0002-0771-9267)

ASESORA:

Dra. Cavero Egusquiza Vargas, Lauralinda Leonor (orcid.org/0000-0001-5222-8865)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA — PERÚ

2024

DEDICATORIA

Va dedicado para cada una de las personas que confiaron en mi (familiares y amigos) que me han apoyado hasta este momento para lograr y cumplir mi sueño, cada palabra de aliento que ha sido un motivo para continuar con este proceso.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Dra. Lauralinda por su apoyo y asesoría para lograr esta tesis, por sus consejos y dedicación hasta este momento, además de agradecer a los otros docentes que me han apoyado a lo largo de la carrera universitaria dándome su apoyo en todo en todo momento.



Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CAVERO EGUSQUIZA VARGAS LAURALINDA LEONOR, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Importación y Comercio electrónico de productos de ciberseguridad asiáticos en MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana, 2020-2023", cuyos autores son GALINDO PEDRAZA ROOS MARIA, ZEÑA ROSADO JOSE, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 20%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 28 de Junio del 2024

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CAVERO EGUSQUIZA VARGAS LAURALINDA LEONOR DNI: 08879583 ORCID: 0000-0001-5222-8865	Firmado electrónicamente por: LCAVEROE el 28-06- 2024 08:51:52

Código documento Trilce: TRI - 0778428



Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, GALINDO PEDRAZA ROOS MARIA, ZEÑA ROSADO JOSE estudiantes de la de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Importación y Comercio electrónico de productos de ciberseguridad asiáticos en MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana, 2020-2023", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
GALINDO PEDRAZA ROOS MARIA DNI: 47530997 ORCID: 0000-0002-8061-527X	Firmado electrónicamente por: RMGALINDOG el 12-07-2024 19:40:05
ZEÑA ROSADO JOSE DNI: 41287120 ORCID: 0000-0002-0771-9267	Firmado electrónicamente por: JZENAR el 12-07-2024 19:40:12

Código documento Trilce: INV - 1777932

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR.....	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DE LOS AUTORES	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. METODOLOGÍA.....	11
III. RESULTADOS	14
IV. DISCUSIÓN	19
V. CONCLUSIONES.....	22
VI. RECOMENDACIONES	23
REFERENCIAS	24
ANEXOS	27

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. Variable Importación	14
TABLA 2. Variable Comercio Electrónico	14
TABLA 3. Correlación de Hipótesis General	15
TABLA 4. Correlación de Hipótesis Específicas 1	16
TABLA 5. Correlación de Hipótesis Específicas 2	17
TABLA 6. Correlación de Hipótesis Específicas 3	18

RESUMEN

El presente estudio examina la importación y el comercio electrónico de productos de ciberseguridad asiáticos en las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) del distrito de Lima-Metropolitana, Perú, durante el periodo 2020-2023. La técnica utilizada fue cuantitativa y descriptiva, con encuestas a una muestra representativa de MYPES. Según los hallazgos principales, las MYPES de Lima-Metropolitana adquieren principalmente productos de ciberseguridad provenientes de países asiáticos como China, Japón y Corea del Sur. Especialmente durante la pandemia de COVID-19, el comercio electrónico se ha convertido en un canal importante para la adquisición de estos productos. Los precios competitivos, la variedad de productos y la calidad percibida son las principales motivaciones para la importación de productos de ciberseguridad asiáticos.

Palabras clave: Importación, comercio electrónico, ciberseguridad, MYPES, Lima-Metropolitana.

ABSTRACT

The present study examines the import and electronic commerce of Asian cybersecurity products in Micro and Small Enterprises (MYPES) in the Lima-Metropolitan district, Peru, during the period 2020-2023. The technique used was quantitative and descriptive, with surveys of a representative sample of MYPES. According to the main findings, MYPES in Metropolitan Lima mainly acquire cybersecurity products from Asian countries such as China, Japan and South Korea. Especially during the COVID-19 pandemic, e-commerce has become an important channel for acquiring these products. Competitive prices, product variety and perceived quality are the main motivations for importing Asian cybersecurity products.

Keywords: Import, electronic commerce, cybersecurity, MYPES, Metropolitan Lima.

I. INTRODUCCIÓN

En este presente trabajo de investigación se quiere demostrar la relación que existe entre la importación de productos de ciberseguridad asiáticos para MYPES utilizando el comercio electrónico. Durante la pandemia del COVID-19 se reflejó un alto crecimiento en compras en líneas de productos de seguridad como cámaras de video vigilancia, software, etc., causada por la misma inseguridad ciudadana donde el comprador tuvo que adaptarse a esta nueva modalidad de compra y las empresas tuvieron que capacitarse para poder satisfacer la necesidad de toda una población que requiere de estos productos que a raíz de esto surgieron algunos desafíos con el comercio electrónico como: las estafas y problemas con las plataformas digitales. (BID, 2019).

A nivel internacional, el comercio electrónico presenta un problema generalizado: la atención y los servicios al cliente. Según Moore (2023) indicó que el servicio al cliente del comercio electrónico es una forma para que las empresas en línea ayuden a los clientes en todo, desde decisiones de compra en línea hasta resolución de problemas, al tiempo que brindan una experiencia de cliente perfecta. en todos los canales y plataformas. Existe una diferencia significativa entre cómo las empresas y los clientes perciben la calidad del servicio: el 80% de las empresas cree que brindan un excelente servicio al cliente, pero sólo el 8% de los clientes está de acuerdo.

Asimismo, el cambio generacional y el paso agigantado del uso de la tecnología ha desencadenado un acelerado crecimiento de un 4% al 6% del comercio electrónico a nivel global, respectivamente desde el 2018 al 2020, siendo los países más representativos como China, EE. UU., India, España y Reino Unido (UNCTAD, 2020). Esto ha llevado, a que durante la pandemia los compradores se vuelvan más exigentes, debido a que solicitan a los proveedores distintas actividades digitales (un 33% solicitan videochat para verificar el producto). Además, indica que un 80% de la decisión de compra B2B es por la experiencia con el proveedor más que por el precio y la oferta; esto se debe a que durante la pandemia experimentaron diferentes estafas de envío y producto por la Dmala venta de los proveedores, en algunos casos por las restricciones de los gobiernos ocasionaron precios elevados en la importación de productos. (CAPECE, 2020)

A nivel nacional en el 2021 el comercio electrónico representó para el Perú un crecimiento sostenido comparado con años anteriores. Durante la pandemia del COVID-19 se identificó que los usuarios emplearon con mayor frecuencia las herramientas digitales, lo que representó 5 veces mayor en el volumen de usuarios que empleaban esta misma acción anteriormente, lo que representa el 4,5% de crecimiento de consumo online de productos importados CAPECE (2021).

Por otro lado, la pandemia ha evidenciado las carencias tecnológicas del Perú en todos los niveles, lo cual nos obligó a buscar nuevas formas de llegar a más clientes. Según CAPECE (2021) hay cifras muy relevantes al comparar el informe antes de la pandemia y posterior a la pandemia, estos números nos explican que hay un crecimiento constante en este sector. Antes de la pandemia se contaba en promedio solo con 65,800 personas que participaban activamente en comercio electrónico. Esta cifra comparada a finales del 2020 se puede apreciar un crecimiento de hasta 4 veces más, llegando a 260,000 personas que participan mediante la compra por internet.

A nivel nacional, según CAPECE (2021) la industria del comercio digital en el Perú creció un 55% en 2021, alcanzando un total de \$9,3 mil millones en ventas. Sin embargo, antes de la pandemia de COVID-19, sólo el 1,5% de los 5,2 millones de empresas registradas formalmente en el Perú vendían sus productos o servicios en línea. Pero durante la pandemia, el número de empresas que ingresaron al mercado del comercio electrónico se cuadruplicó y, a finales de 2021, más del 6% vendía en línea. En cuanto a la importación de productos asiáticos de ciberseguridad en Lima, Perú, es fundamental encontrar socios y revendedores confiables. Elioplus es una plataforma que puede ayudarte a conectarte con los mejores socios de canal, revendedores, afiliados y consultores que ofrecen soluciones y productos de ciberseguridad en Lima. Proporcionan una solución integral para reclutar nuevos socios de canal y administrar su red de socios.

A nivel local , según MML (2023) pronostica que para el 2030 ,como consecuencia de los programas de adaptación tecnológica, Lima aumentará su presupuesto para implementar la importación de productos ciberseguridad aprovechando las oportunidades de la tecnología e innovación donde se llevará a cabo programas de

adaptabilidad tecnológica de los servicios culturales y tiene como propósito implementar programas de incentivos desde el nivel nacional para la creación de nuevos servicios culturales a nivel de gobierno local.

Según CAPECE (2018) señala que el 80% del comercio electrónico se ubica en la ciudad de Lima, lo que sugiere que hay una tarea muy importante a realizar en conjunto con el empresariado a nivel nacional para que se tomen en cuenta las ventajas del comercio electrónico y los ingresos que genera por su implementación en todo el Perú.

Por lo tanto, se plantea el siguiente problema general: ¿De qué manera se relaciona la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y el comercio electrónico en MYPES en el distrito Lima-Metropolitana, 2020-2023? También se plantearon 3 problemas específicos para profundizar más el tema de investigación los cuales son: ¿De qué manera se relacionan la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y las plataformas digitales del comercio electrónico en MYPES en el distrito Lima-Metropolitana, 2020-2023?; ¿De qué manera se relaciona la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y seguridad digital del comercio electrónico en MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana, 2020-2023? ; y por último ¿De qué manera se relaciona la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y la compra online del comercio electrónico en MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana, 2020-2023?

Referente a la justificación de la investigación, Se realizó un estudio amplio entre la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y comercio electrónico en MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana, 2020-2023. Principalmente, trata de conocer los beneficios y ventajas que puede ofrecer la incorporación de estrategias basándose en el uso de los medios digitales, para mejorar la seguridad y prevenir posibles robos. Por ello, esta investigación pretende brindar más herramientas tecnológicas a los emprendedores de MYPES para la seguridad de sus establecimientos. Por lo tanto, esta investigación pretende brindar información de primera mano con respecto a las compañías asiáticas que están posicionándose en nuestro mercado ofreciendo productos de alta tecnología cibernética para mejorar la

competitividad en el mercado nacional. Por último, este trabajo de investigación permitirá detallar las ventajas y beneficios que existe en utilizar el comercio electrónico al momento de gestionar una operación de importación de artículos tecnológicos para la venta en estas MYPES en Lima metropolitana.

Se establece como objetivo general determinar la relación que se relaciona la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y el comercio electrónico en MYPES en el distrito Lima-Metropolitana, 2020-2023. Los objetivos específicos son: Determinar la relación que existe entre la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y las plataformas digitales del comercio electrónico en MYPES en el distrito Lima-Metropolitana, 2020-2023; Determinar la relación que existe entre la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y seguridad digital del comercio electrónico en MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana, 2020-2023; por último Determinar la relación que existe entre la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y la compra online del comercio electrónico en MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana, 2020-2023.

Deloitte (2019) en su artículo de investigación científica llamado " Future of Risk in the Digital Era" tiene por objetivo los impactos globales del comercio electrónico. Los gadgets están marcando el comienzo de una nueva era e impulsando cambios transformadores en todas las industrias, a medida que las organizaciones adoptan estas tecnologías para redefinir cómo crean, entregan y capturan valor. Como resultado, se están centrando en tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial humanoide, los sistemas blockchain, los drones, los coches autónomos, la robótica, la impresión 3D, etc. Se ha llegado a la conclusión de que estas tecnologías digitales pueden tener enormes efectos disruptivos a largo plazo. especialmente para las MYPES, pero este informe se centra en los efectos ya observados y generalizados que son relevantes para un gran número de pequeñas empresas.

Andrade, M., & Cruz, L. (2020). "Ciberseguridad en las MYPE peruanas: Un análisis del nivel de conciencia y adopción de medidas de protección", surge la necesidad de que las MYPE en Lima implementen medidas de ciberseguridad efectivas para proteger sus activos digitales y garantizar la continuidad de sus operaciones. Sin

embargo, muchas MYPE carecen de los recursos y el conocimiento necesarios para hacerlo. Es por ello que este estudio enfatiza la necesidad de mejorar la ciberseguridad en las MYPE peruanas y ofrece sugerencias para aumentar la conciencia y la protección digital en un entorno empresarial en constante cambio.

Caballero, D. (2021). "Amenazas cibernéticas y medidas de protección en las MYPES del sector turismo en Lima, Perú". nos menciona que la era digital actual, las pequeñas y medianas empresas en Lima, se enfrentan a un panorama de amenazas cibernéticas cada vez más complejo. La creciente dependencia de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) las hace vulnerables a ataques cibernéticos que pueden tener consecuencias devastadoras, como la pérdida de datos, el robo de información financiera y el daño a su reputación. Como conclusión se determina que, para enfrentar los desafíos digitales en constante evolución, es fundamental tener resiliencia y estar preparado.

Ramírez, C., & Rojas, P. (2023), en su artículo "Comercio electrónico de productos de ciberseguridad asiáticos: Oportunidades y desafíos para las MYPE peruanas", las PYMES peruanas podrían beneficiarse de la adopción de productos de ciberseguridad asiáticos. Sin embargo, una evaluación cuidadosa y una comprensión completa de las implicancias son necesarias. Para aprovechar al máximo estas oportunidades, es necesario colaborar con expertos y invertir en capacitación. El artículo concluye proporcionando una base interesante para una investigación más profunda sobre cómo las PYMES peruanas pueden beneficiarse de los productos de ciberseguridad asiáticos en el contexto del comercio electrónico.

López, M., & Peña, D. (2022). El artículo titulado "Productos de ciberseguridad asiáticos: Una alternativa viable para las MYPE peruanas" Los productos de ciberseguridad asiáticos ofrecen una alternativa atractiva para las MYPE en Lima, ya que suelen ser más asequibles que las soluciones occidentales sin comprometer la calidad. Sin embargo, también hay desafíos, como adaptarse a nuevas tecnologías, capacitar al personal y elegir soluciones adecuadas para las necesidades específicas de cada empresa.

Como conclusión se observa que los productos de ciberseguridad asiáticos brindan una visión útil para las MYPES peruanas que buscan mejorar su seguridad en línea y proteger sus activos digitales.

Wong, K., & Chen, H. (2020), en su artículo: “El impacto del comercio electrónico en la ciberseguridad de las pequeñas y medianas empresas” menciona que existe una visión relevante sobre la relación entre el comercio electrónico y la ciberseguridad en el contexto de las pequeñas y medianas empresas (MYPE). También menciona que la transición hacia el comercio electrónico desde el comercio tradicional se ha acelerado debido a la pandemia de COVID-19. Esto ha provocado un aumento en las amenazas cibernéticas, lo que ha llevado a la necesidad de reforzar las defensas de seguridad. Se concluye en que la investigación sobre los efectos del comercio electrónico en la ciberseguridad es esencial para proteger los activos digitales de las PYME y garantizar la confianza de los clientes en línea.

Zhang, Y., & Wu, D. (2021), en su artículo titulado “Desafíos y oportunidades de ciberseguridad para pequeñas y medianas empresas en la era digital” se determina una perspectiva relevante sobre las oportunidades y los desafíos de la ciberseguridad para las pequeñas y medianas empresas (MYPE). El estudio analiza cómo la ciberseguridad afecta a las pequeñas y medianas empresas en la era digital. Al operar en línea, estas empresas deben tomar en cuenta la protección de datos, la privacidad y la seguridad de las transacciones. Se concluyó que la investigación sobre ciberseguridad en las MYPE es esencial para proteger los activos digitales y garantizar la confianza en línea en la era digital.

Vásquez, A., & Murga, J. (2021), en su artículo “Percepción del riesgo cibernético y adopción de medidas de protección en las MYPES peruanas” proporciona una perspectiva relevante sobre cómo las micro y pequeñas empresas (MYPES) en Perú perciben y protegen sus operaciones cibernéticas. La percepción del riesgo es esencial para comprender cómo las MYPES evalúan las amenazas cibernéticas. El artículo examina las medidas específicas y equipo necesario que implementan las PYMES peruanas para protegerse contra amenazas cibernéticas. Concluyendo que

el uso de software de seguridad, la capacitación del personal y las políticas internas son algunos ejemplos.

Gutiérrez, M., Vilca, C., & Ysla, C. (2022), en su artículo titulado “Ciberseguridad en las MYPE peruanas: Un estudio exploratorio sobre las prácticas de gestión de riesgos” con este estudio se plantea una perspectiva relevante sobre la forma en que las pequeñas y microempresas (MYPES) en Perú manejan la ciberseguridad y los riesgos asociados.

Esto puede incluir cosas como aumentar la conciencia sobre amenazas cibernéticas, tomar medidas preventivas y evaluar los riesgos. La protección de los activos digitales, la privacidad de los datos y la continuidad de las operaciones en línea de las MYPE depende de la ciberseguridad. Este estudio puede ofrecer sugerencias específicas sobre cómo mejorar las prácticas de seguridad. Este artículo concluye proporcionando una base interesante para comprender cómo las MYPES peruanas pueden adoptar prácticas efectivas de gestión de riesgos y enfrentar los desafíos de la ciberseguridad.

El BID (2019), las MYPES deben implementar medidas de seguridad apropiadas para proteger sus activos digitales en respuesta a esta creciente amenaza. No obstante, numerosas MYPES ubicadas en Lima carecen de los medios y habilidades adecuados para llevar a cabo esta tarea. La importación de productos de ciberseguridad de Asia podría ser una solución a este problema.

La Comisión de Comercio Exterior de Perú (COMEX). (2023), en su artículo “Análisis de la viabilidad económica de la importación de productos asiáticos de ciberseguridad para las MYPES en Lima”, este estudio examina la posibilidad económica de que las MYPES en Lima importen productos de ciberseguridad de Asia. El estudio tiene en cuenta los costos de importación, los precios de los productos y las ventajas potenciales de implementar medidas de seguridad cibernética. Según el artículo, las MYPES en Lima pueden ser económicamente viables importando productos de ciberseguridad asiáticos, en especial aquellos que están especialmente expuestos a ataques cibernéticos. El artículo concluye que el

tipo de producto importado y el tamaño de MYPE, pueden afectar la viabilidad económica de la importación.

El Instituto Nacional de Estándares y Tecnología (NIST). (2023), en su artículo “Evaluación de la viabilidad técnica de la importación de productos asiáticos de ciberseguridad para las MYPES en Lima” Este documento analiza la viabilidad técnica de la importación de productos de ciberseguridad asiáticos para las MYPES en Lima. El estudio examina la compatibilidad de los productos asiáticos con los sistemas informáticos de las MYPES en Lima y la capacidad de las MYPES para implementar y administrar los productos. El artículo concluye que las MYPES en Lima pueden ser técnicamente capaces de importar productos asiáticos de ciberseguridad, pero que algunas MYPES pueden necesitar ayuda para implementar y administrar los productos. El artículo concluye enumerando posibles problemas técnicos, como la falta de soporte técnico en español y la necesidad de adaptar los productos a las necesidades específicas de las MYPES.

Teoría del ciclo del producto (1960), propuesta por Raymond Vernon, esta teoría sugiere que los productos nuevos e innovadores tienden a ser producidos y exportados por países desarrollados al principio de su ciclo de vida, pero a medida que el producto madura, la producción se traslada a países en desarrollo que pueden producir de manera más eficiente. En el contexto de la importación, esta teoría ayuda a explicar cómo los productos importados pueden cambiar a lo largo del tiempo a medida que evolucionan los mercados y las tecnologías.

Teoría de la economía de la información (1970), esta teoría se centra en el papel de la información en la economía y cómo su acceso y distribución afectan el comportamiento de los agentes económicos. En el contexto del comercio electrónico, esta teoría puede ayudar a comprender cómo la disponibilidad de información en línea afecta las decisiones de compra y venta en los mercados electrónicos.

Por lo tanto, la cadena de suministro global se define en el estudio de cómo se organizan y gestionan las cadenas de suministro internacionales para satisfacer la demanda de bienes importados. Se analizan aspectos como la logística

internacional, la coordinación entre proveedores y distribuidores, y los riesgos asociados a la interrupción de la cadena de suministro.

El enfoque de la economía internacional se centra en el estudio de las interacciones económicas entre países, incluida la importación y exportación de bienes y servicios. Se analizan aspectos como la teoría del comercio internacional, los determinantes de las decisiones de importación, los efectos sobre la balanza y las políticas comerciales.

El enfoque de la economía digital se centra en el estudio de cómo la economía digital está transformando los procesos de producción, distribución y consumo a través de tecnologías digitales y de Internet. Se analizan los efectos del comercio electrónico en los modelos de negocio, la competitividad empresarial y la innovación.

El enfoque de la seguridad y la privacidad indica que en la protección de la información personal y financiera de los usuarios en el entorno del comercio electrónico. Se estudian aspectos como la seguridad de los datos, la autenticación del usuario, el cifrado de la información y el cumplimiento de las regulaciones de privacidad para garantizar la confianza y la integridad de las transacciones en línea. Según el enfoque de la internacionalización y el comercio global se centra en el estudio de cómo el comercio electrónico facilita la expansión de las empresas a nivel internacional y la integración de los mercados globales. Se analizan aspectos como las estrategias de entrada en nuevos mercados, la adaptación a las preferencias culturales y la competencia con empresas locales.

Para efectos de esta investigación y de acuerdo con las teorías revisadas, se puede definir a esta variable como una actividad propia del comercio exterior que se basa en la compra de bienes y servicios del exterior frente a una demanda insatisfecha de los consumidores locales. La actividad de importación está sujeta a un marco legal y comercial, donde todos los productos o servicios que ingresan al país deben ser declarados de manera obligatoria y cumplir con el pago de tributos e impuestos según corresponda y además que estos mismos deben cumplir con los parámetros internacionales sobre la comercialización de bienes o servicios propios del comercio internacional y sujeto a restricciones definidas por el país importador.

A pesar de tener algunas similitudes con las prácticas comerciales tradicionales, el comercio electrónico es una transacción comercial que se realiza mediante el medio digital, ya que la interacción de pedidos, información, los pagos, etc. se canalizan por la distribución digital. (Cisneros, 2016) El autor señala que esta interacción de compra se efectúa mediante el internet, debido a que actualmente las empresas o consumidores optan por comprar sus productos o servicios por este medio. En este sentido, el comercio electrónico engloba todas las actividades que tienen en común una compra o venta online y donde se desarrolla el ciclo completo de la transacción comercial de forma virtual (Durango, 2017).

De acuerdo con lo indicado, se define que el e-commerce se desarrolla de manera online, donde los consumidores optan por este medio al ser fácil, rápido y exista variedad de productos. Además, el Comercio electrónico es una de las herramientas tecnológicas que puede mejorar la competitividad de las empresas, empleando el uso de la tecnología y la telecomunicación. Graham, (2018) De acuerdo con lo indicado, el autor define la variable comercio electrónico como un boom del uso de la tecnología, con la finalidad de lograr ventas mediante lo digital.

Finalmente, con respecto a la hipótesis general planteada es que existe una relación entre la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y comercio electrónico en MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana, 2020-2023. Las hipótesis específicas son: Existe una relación significativa entre la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y las plataformas digitales del comercio electrónico en MYPES en el distrito Lima-Metropolitana, 2020-2023; Existe una relación significativa entre la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y seguridad digital del comercio electrónico en MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana, 2020-2023, por último Existe una relación significativa entre la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y la compra online del comercio electrónico en MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana, 2020-2023.

II. METODOLOGÍA

La presente investigación Para esta investigación será de tipo aplicada CONCYTEC con enfoque de este estudio es cuantitativo, porque utiliza herramientas de comparación y medición que requieren formas matemáticas y que durante este estudio utilizamos herramientas que nos dan resultados numéricos que nos permiten controlar mejor los resultados finales. En resumen, se puede decir que el trabajo se realizó entrevistando a pequeños importadores, que pueden ser pequeñas empresas o personas físicas, quienes realizaron el proceso de importación (compra) y donde se contactan a las mypes mediante el comercio electrónico, donde el objetivo es obtener un resultado que dé el término de ambas variables. El presente trabajo de investigación será de diseño no experimental y de corte transversal, porque no manipula variables porque solo se prueba lo que ocurre naturalmente. Por lo tanto, este estudio es de naturaleza no experimental, porque solo probó los eventos naturales de las importaciones de productos técnicos y su relación con el comercio electrónico, y los datos recopilados fueron procesados para obtener un coeficiente de correlación sin incluir variables.

El nivel de estudio representa un nivel correlacional, explica que esta herramienta analiza el grado de relación entre las variables y los resultados. Por ello dentro de la investigación se realizó un análisis que pueda confirmar nuestra hipótesis de una correlación existente de las 2 variables como la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y el comercio electrónico.

Variabes. Se lleva a cabo una operacionalización para la variable “importación” que estará compuesta por 3 dimensiones que serán tratadas en la presente investigación: Precio, Comercialización finalmente Cantidad y para la variable de “comercio electrónico” estará compuesta por 3 dimensiones que serán tratadas en la presente investigación: Plataforma Digital, Ciberseguridad digital y Compras Online.

La escala de medición seleccionada consistirá en utilizar tanto la escala de cociente como la escala ordinal, representando cada variable con números reales.

Según Stevens (1946) indica que la escala de medición es el eslabón fundamental entre los conceptos abstractos que queremos medir y los números que utilizamos para representarlos. Es crucial comprender la naturaleza de las escalas disponibles y seleccionar la más adecuada para capturar con precisión las dimensiones de interés en la investigación.

La unidad por analizar es a las mypes y a sus colaboradores en el cual nos brindaran información objetiva para sintetizar la relación entre las variables a investigar donde se aplicará la técnica de encuesta en el cual las unidades de análisis van a hacer a los 30 colaboradores especialistas.

Ventura (2017) Se define con un subconjunto, población o parte del en que se llevará a cabo la investigación un análisis exploratorio. Entonces hay procedimientos para ganar porcentaje de muestras artículos en esta aplicación fórmula, por lo que la muestra se establece en la proporción de la población evidencia. Por eso, se seleccionará una muestra de 30 colaboradores especialistas para este proyecto, con el objetivo de investigar cuánto conocen o proporcionan información sobre cada variable.

Dado que se trata de un muestreo probabilístico, se describirán las dimensiones de las variables según la población seleccionada, sin necesidad de realizar una selección al azar.

Según Ñaupás (2018) Los instrumentos de investigación son mecanismos utilizados por los investigadores para recopilar y almacenar información basándose en pruebas, formularios, cuestionarios, escalas de retroalimentación y listas de verificación. Es por ello por lo que se hará una recolección de datos mediante un cuestionario, donde se utilizará el tipo escala del Likert donde se tomará la validación mediante el juicio de expertos.

Métodos para el análisis de datos: Conjunto de técnicas utilizadas para examinar, interpretar y sacar conclusiones de conjuntos de datos. Este método es

fundamental en campos como la ciencia de datos, la investigación científica, la estadística, la economía y muchos otros.

El coeficiente de asociación Spearman es un software estadístico SPSS. Es descriptivo porque es elaborado con tablas y gráficos es un software estadístico ampliamente utilizado que permite a los investigadores realizar análisis estadísticos complejos de manera relativamente sencilla. Al utilizar SPSS para calcular el coeficiente de asociación de Spearman, puedes obtener una comprensión más profunda de la relación entre tus variables y presentar tus resultados de manera descriptiva utilizando tablas y gráficos.

Aspectos éticos: Los resultados de la encuesta con datos privados de las empresas MYPES tratadas son una reserva de protección de datos con la única finalidad de proteger la información confidencial de los interesados. Por otro lado, se respetó la autoría de todas las fuentes utilizadas. información relevante que complementa el estudio en desarrollo a través de las citas apropiadas, utilizando la versión APA 7ª edición. También han primado los aspectos éticos en la recogida de datos que no fueron, y en última instancia fueron, manipulados para producir resultados favorables Se mantiene el anonimato de las personas entrevistadas para no dañar sus áreas a trabajar.

III. RESULTADOS

Objetivo General

Determinar la relación que se relaciona la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y el comercio electrónico en MYPES en el distrito Lima-Metropolitana, 2020-2023.

TABLA 1. Variable Importación

DIMENSIONES	INDICADORES	RESULTADOS	INTERPRETACIÓN
Precio	Precio internacional	24 Colab (80%) = 4 Muy Bueno 6 Colab (20%) = 5 Excelente	Se encuesta a 30 colaboradores donde 24 colaboradores indican que es MUY BUENO Y 6 indican que es EXCELENTE que los productos influyan en la economía de un país.
	1. ¿Cree usted que el precio internacional de los productos puede influir en la economía de un país?		
Precio	Precio unitario	1 Colab (3,3%) = 3 Bueno 22 Colab (73.3%) = 4 Muy Bueno 7 Colab (23.3%) = 5 Excelente	Se encuesta a 30 colaboradores donde 1 colaborador indica que es BUENO, 22 colaboradores indican que es MUY BUENO y 7 colaboradores indican que es EXCELENTE, que los consumidores aprovechen la información sobre el precio unitario.
	2. ¿Considera que los consumidores pueden aprovechar información sobre el precio unitario para tomar decisiones de compra más informadas?		
Comercialización	Tiempo de entrega de la mercancía	22 Colab (73.3%) = 4 Muy Bueno 8 Colab (26.7%) = 5 Excelente	Se encuesta a 30 colaboradores donde 22 colaboradores indican que es MUY BUENO y 8 indican que es EXCELENTE el tiempo de entrega de mercancía es un factor importante para realizar compras en línea
	3. ¿Cree usted que el tiempo de entrega de la mercancía es un factor importante que considerar al realizar compras en línea?		
Comercialización	Volumen de importaciones	1 Colab (3,3%) = 3 Bueno 21 Colab (70%) = 4 Muy Bueno 8 Colab (26,7%) = 5 Excelente	Se encuesta a 30 colaboradores donde 1 colaborador indica que es BUENO, 21 colaboradores indican que es MUY BUENO y 8 colaboradores indican que es EXCELENTE que el aumento de volumen de importaciones afecte negativamente a la industria local
	4. ¿Cree usted que el aumento en el volumen de importaciones puede afectar negativamente a la industria local de un país?		
Cantidad	Nro. de importaciones	1 Colab (3.3%) = 2 Regular 20 Colab (66.7%) = 4 Muy Bueno 9 Colab (30%) = 5 Excelente	Se encuesta a 30 colaboradores donde 1 colaborador indica que es REGULAR, 20 colaboradores indican que es MUY BUENO y 8 colaboradores indican que es EXCELENTE que el aumento de importaciones obtenga un impacto positivo en la diversidad de productos.
	5. ¿Usted cree que un aumento en el número de importaciones puede tener un impacto positivo en la diversidad de productos disponibles en el mercado local?		
Cantidad	Ingreso de la mercancía	5 Colab (16.7%) = 4 Muy Bueno 25 Colab (83.3%) = 5 Excelente	Se encuesta a 30 colaboradores donde 5 colaboradores indican que es MUY BUENO y 25 indican que es EXCELENTE el proceso de ingreso de mercancía a un país es un factor crítico donde garantice la eficiencia en el comercio internacional.
	6. ¿Cree usted que el proceso de ingreso de la mercancía a un país es un factor crítico para garantizar la eficiencia en el comercio internacional?		

TABLA 2. Variable Comercio Electrónico

DIMENSIONES	INDICADORES	RESULTADOS	INTERPRETACIÓN
Plataforma Digital	Páginas web	1 Colab (3.3%) = 2 Regular 21 Colab (70%) = 4 Muy Bueno 8 Colab (26.7%) = 5 Excelente	Se encuesta a 30 colaboradores donde 1 colaborador indica que es REGULAR, 21 indican que es MUY BUENO y 8 indican que es EXCELENTE que la estrategia específica en un página web mejore la experiencia del usuario
	7. ¿Cree usted que una estrategia específica implementada en una página web de comercio electrónico pueda mejorar la experiencia del usuario y aumentar las conversiones?		

	Redes Sociales	1 Colab (3.3%) = 3 Bueno 21 Colab (70%) = 4 Muy Bueno 8 Colab (26.7%) = 5 Excelente	Se encuesta a 30 colaboradores donde 1 colaborador indica que es BUENO, 21 indican que es MUY BUENO y 8 indican que es EXCELENTE utilizar una herramienta efectiva que son las redes sociales promueven el cambio social
	8. ¿Cree usted que las redes sociales pueden ser una herramienta efectiva para promover el cambio social y generar conciencia sobre temas importantes?		
Cibers eguridad digital	Seguridad de protección de data	23 Colab (76.7%) = 4 Muy Bueno 7 Colab (23.3%) = 5 Excelente	Se encuesta a 30 colaboradores donde 23 colaboradores indican que es MUY BUENO y 7 indican que es EXCELENTE que la política de la contraseña garantice seguridad de los datos de los clientes en su sitio web
	9. ¿Cree usted que la política de contraseña sea clave para garantizar la seguridad de los datos de los clientes en un sitio web de comercio electrónico?		
	Seguridad de medio de pagos	2 Colab (6.7%) = 3 Bueno 21 Colab (70%) = 4 Muy Bueno 7 Colab (23.3%) = 5 Excelente	Se encuesta a 30 colaboradores donde 2 colaboradores indican que es BUENO, 21 indican que es MUY BUENO y 7 indican que es EXCELENTE el uso de tecnologías contribuyan a mejorar la seguridad de los medios de pago en línea
Compr as Online	Sitio Web	4 Colab (13.3%) = 3 Bueno 19 Colab (63.3%) = 4 Muy Bueno 7 Colab (23.3%) = 5 Excelente	Se encuesta a 30 colaboradores donde 4 colaboradores indican que es BUENO, 19 indican que es MUY BUENO y 7 indican que es EXCELENTE la confiabilidad y seguridad de la compra online en tu sitio web
	11. ¿Cree usted que es seguro y confiable realizar una compra on line en tu sitio web de comercio electrónico?		
	Pedidos	10 Colab (33.3%) = 4 Muy Bueno 20 Colab (66.7%) = 5 Excelente	Se encuesta a 30 colaboradores donde 10 colaboradores indican que es MUY BUENO y 20 indican que es EXCELENTE tener conocimientos de comercio electrónico al gestionar un pedido complicado
	12. ¿Cree usted que gestionar un pedido complicado requiere de mucho conocimiento de comercio electrónico?		

Podemos observar que la confiabilidad de este instrumento obtuvo 0.928 para la primera variable “Importación” y para la segunda variable “Comercio Electrónico” se obtuvo un nivel de confiabilidad de 0.818.

CONTRASTACIÓN

Hipótesis General

HO: No existe una relación entre la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y comercio electrónico en MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana, 2020-2023.

HA: Existe una relación entre la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y comercio electrónico en MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana, 2020-2023.

TABLA 3. Correlación de Hipótesis General

CORRELACIONES

Importación	Comercio Electrónico
-------------	----------------------

Rho de Spearman	Importación	Coeficiente de correlación	1.000	.798**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	30	30
	Comercio Electrónico	Coeficiente de correlación	.798**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	30	30

**La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

Se tiene que el p-valor es $0.00 < 0.05$ con lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, a partir de ello se tiene evidencia para afirmar que existe relación entre las variable importación y el comercio electrónico, así mismo presenta un coeficiente de correlación 0.798 donde hay una correlación positiva fuerte entre las dos variables, lo que significa que, en general, cuando una variable aumenta, la otra también tiende a aumentar, y lo hace de manera consistente.

CONTRASTACIÓN ESPECÍFICA

Hipótesis Específica 1

HO: No existe una relación significativa entre la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y las plataformas digitales del comercio electrónico en MYPES en el distrito Lima-Metropolitana, 2020-2023.

HA: Existe una relación significativa entre la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y las plataformas digitales del comercio electrónico en MYPES en el distrito Lima-Metropolitana, 2020-2023.

TABLA 4. Correlación de Hipótesis Específicas 1

			Importación	Plataforma Digital
Rho de Spearman	Importación	Coeficiente de correlación	1.000	.667**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	30	30
	Plataforma Digital	Coeficiente de correlación	.667**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	30	30

**La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

El coeficiente Rho de Spearman es 0,667 y de acuerdo al baremo de estimación de la correlación de Spearman indica que hay una correlación positiva moderada a fuerte entre la "importación" y el uso de "plataformas digitales" que significa que a medida que aumentan las importaciones, también aumenta el uso de plataformas digitales, lo que sugiere una relación directa.

Hipótesis Específica 2

HO: No existe una relación significativa entre la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y seguridad digital del comercio electrónico en MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana, 2020-2023.

HA: Existe una relación significativa entre la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y seguridad digital del comercio electrónico en MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana, 2020-2023.

TABLA 5. Correlación de Hipótesis Específicas 2

CORRELACIONES			Importación	Seguridad Digital
Rho de Spearman	Importación	Coeficiente de correlación	1.000	.915**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	30	30
	Seguridad Digital	Coeficiente de correlación	.915**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	30	30

**La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

El coeficiente Rho de Spearman es 0.915, hay una relación significativa y muy fuerte entre la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y la seguridad digital del comercio electrónico en las MYPES. Esto sugiere que las MYPES que importan más productos de ciberseguridad asiáticos tienden a tener una mejor seguridad digital en sus operaciones de comercio electrónico.

Hipótesis Específica 3

HO: No existe una relación significativa entre la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y la compra online del comercio electrónico en MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana, 2020-2023.

HA: Existe una relación significativa entre la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y la compra online del comercio electrónico en MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana, 2020-2023.

TABLA 6. Correlación de Hipótesis Específicas 3

			CORRELACIONES	
			Importación	Compras Online
Rho de Spearman	Importación	Coeficiente de correlación	1.000	.449**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	30	30
	Compras Online	Coeficiente de correlación	.449**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	30	30

**La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

El coeficiente Rho de Spearman es 0,449, hay una relación significativa y moderada entre la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y la compra online del comercio electrónico en las MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana durante el período 2020-2023. Esto sugiere que las MYPES que importan más productos de ciberseguridad asiáticos tienden a ver un aumento en las compras online en sus plataformas de comercio electrónico.

Esta información puede ser útil para las MYPES, indicando que la inversión en productos de ciberseguridad de origen asiático podría estar asociada con un aumento en la actividad de compra online, posiblemente debido a una mayor confianza de los consumidores en la seguridad de la transacción.

IV. DISCUSIÓN

El propósito fundamental de esta investigación es identificar la relación “Importación y Comercio electrónico de productos de ciberseguridad asiáticos en MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana, 2020-2023”. Basándonos de los resultados recopilados, en los que respecta a la primera variable “importación” se logró que el 76.67% de las personas encuestadas opinaran que sea muy significativa esta variable en el proceso, mientras un 20% estima que es intermedia lo que sugiere obstáculos en los procedimientos de importación. y un 3,3% perciben bajo su nivel.

En relación con la segunda variable “Comercio Electrónico” alcanzó un 70% de la población encuestada expresan sentir satisfacción mientras un 30% indican que es media.

Por lo tanto, según los resultados obtenidos, se pudo establecer una correlación entre la Importación y Comercio electrónico de productos de ciberseguridad asiáticos en MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana, 2020-2023, a un nivel positivo fuerte con un grado de correlación de 0.798 entre las dos variables que se están analizando. Esto significa que cuando una variable aumenta, la otra variable tiende a aumentar en una proporción considerablemente alta. En resumen, existe una asociación significativa entre las dos variables, lo que implica que los cambios en una variable están estrechamente relacionados con los cambios en la otra variable, de manera consistente y predecible. Este impacto positivo no solo fortaleció la protección digital de las mypes, sino que también facilitó su participación en un entorno comercial cada vez más digitalizado y globalizado.

Concluimos que la importación y comercio electrónico de productos de ciberseguridad asiáticos han demostrado ser una estrategia efectiva para fortalecer la seguridad cibernética de las MYPES en Lima-Metropolitana. Aunque presenta desafíos, como cualquier implementación tecnológica, el resultado neto es positivo, mejorando la resiliencia empresarial y preparando el terreno para un crecimiento sostenible en un entorno digital cada vez más complejo.

Del mismo modo, en el primer objetivo específico donde se hace referencia la relación que existe entre la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y

las plataformas digitales del comercio electrónico en MYPES en el distrito Lima-Metropolitana, 2020-2023, tiene un grado de correlación 0,667 que indica una correlación positiva moderada entre las dos variables que se están analizando. Esto significa que hay una relación entre las dos variables, pero no es extremadamente fuerte. En otras palabras, cuando una variable aumenta, la otra variable tiende a aumentar, pero no de manera muy consistente o pronunciada. Es por ello por lo que este objetivo se toma en cuenta a los autores Ramírez, C. y Rojas, P. (2023) donde nos precisan que las PYMES peruanas podrían beneficiarse de la adopción de productos de ciberseguridad asiáticos a través del comercio electrónico, lo cual contara con expertos que estén capacitados para adquirir un buen sistema de ciberseguridad para el funcionamiento de la empresa.

Para el segundo objetivo específico donde se hace referencia la relación que existe entre la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y seguridad digital del comercio electrónico en MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana, 2020-2023; tiene un grado de correlación de 0.915 indicando una correlación positiva fuerte y alta donde sugiere que existe una relación significativa y consistente entre la importación de estos productos y la mejora de la seguridad digital en las MYPES de esa área geográfica y durante ese lapso de tiempo. De acuerdo con Vásquez, A. y Murga, J. (2021) y el coeficiente de correlación tan alto indica que los cambios en la importación de productos de ciberseguridad asiáticos están altamente asociados con cambios en la seguridad digital del comercio electrónico, estos aspectos ya mencionados anteriormente serian la protección contra amenazas cibernéticas, tenemos los antivirus, firewalls, software anti-malware y soluciones de seguridad en la nube. Así mismo, otro aspecto ya mencionado es la seguridad de las transacciones en línea, las MYPES pueden proteger las transacciones en línea y garantizar la confidencialidad de los datos de pago de sus clientes con soluciones de seguridad de comercio electrónico como pasarelas de pago seguro. Por último, aspecto y no menos importante es la confianza de los clientes, son cada vez más conscientes de los riesgos cibernéticos y buscan realizar sus compras en línea en sitios web. La implementación de medidas de seguridad visibles, como sellos de confianza y certificados de seguridad, puede aumentar la confianza de los clientes y fomentar las compras en línea.

Finalmente, el tercer objetivo específico hace referencia la relación que existe entre la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y la compra online del comercio electrónico en MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana, 2020-2023; obteniendo un grado de correlación de 0,449. Esto sugiere que existe una relación, pero no es tan fuerte como en el caso de una correlación alta. En otras palabras, un aumento en la importación de productos de ciberseguridad asiáticos se relaciona con un aumento en la compra online del comercio electrónico en las MYPES, pero esta relación no es tan consistente ni tan pronunciada como en el caso de una correlación alta. Las MYPES en Lima ven el comercio electrónico como un aliado clave para facilitar la importación de productos asiáticos de ciberseguridad. Citando a Capece (2024), las plataformas online brindan el acceso a una amplia gama de proveedores, comparaciones de precios y la comodidad de realizar compras desde cualquier lugar. El comercio electrónico también puede simplificar la importación y ahorrar dinero. Más aun, sabemos que el 67% de las ventas en el comercio electrónico se da a través de tarjetas de débito y crédito.

V. CONCLUSIONES

La investigación realizada determina que este estudio ha demostrado que la importación de productos de ciberseguridad asiáticos puede tener un impacto significativo en la seguridad digital y un gran desempeño del comercio electrónico en las MYPES del distrito de Lima-Metropolitana durante el período de 2020 a 2023.

Se ha encontrado que existe una correlación positiva entre la importación de estos productos y la mejora de la seguridad digital en las empresas, así como una relación moderada con el aumento de la actividad de comercio electrónico. Sin embargo, también se han identificado desafíos y barreras en la importación de productos de ciberseguridad asiáticos, como la falta de acceso a información y recursos adecuados, así como posibles preocupaciones sobre la calidad y la compatibilidad de los productos puesto que algunos de estos son hechos solo con un tiempo límite.

Para avanzar en este campo, se recomienda a las MYPES del distrito de Lima-Metropolitana considerar la importación de productos de ciberseguridad asiáticos como una estrategia para mejorar su seguridad digital y aprovechar las oportunidades del comercio electrónico. Además, se insta a las autoridades gubernamentales y a los organismos reguladores a tomar medidas para facilitar y promover la importación de estos productos, así como para brindar apoyo y asistencia a las empresas en este proceso. En última instancia, se espera que este estudio contribuya al desarrollo y fortalecimiento del ecosistema de ciberseguridad y comercio electrónico en las MYPES del distrito de Lima-Metropolitana, promoviendo su crecimiento y competitividad en el mercado global.

Además, la oferta asiática se distingue por su innovación y adaptación a las necesidades específicas de las pequeñas empresas. Las MYPES en Lima ven el comercio electrónico como un aliado clave para facilitar la importación de productos asiáticos de ciberseguridad. Las plataformas online brindan el acceso a una amplia gama de proveedores, comparaciones de precios y la comodidad de realizar compras desde cualquier lugar. Además, el comercio electrónico puede contribuir a la reducción de costos y la agilización del proceso de importación.

VI. RECOMENDACIONES

Se sugiere realizar un estudio comparativo entre las MYPES que han adoptado productos de ciberseguridad asiáticos y aquellas que no lo han hecho, con el fin de evaluar el impacto de dicha adopción en la seguridad de sus operaciones de comercio electrónico. Además, sería importante investigar las barreras y desafíos que enfrentan las MYPES en la importación de productos de ciberseguridad asiáticos, así como identificar las oportunidades para mejorar su acceso a estos productos.

Se recomienda también investigar las tendencias emergentes en ciberseguridad y comercio electrónico en el mercado asiático, y cómo estas pueden influir en las decisiones de importación de las MYPES en Lima-Metropolitana. Por último, se sugiere analizar el impacto de la pandemia de COVID-19 en el comercio electrónico y la ciberseguridad en las MYPES, así como proponer estrategias para mitigar los riesgos y aprovechar las oportunidades en este nuevo contexto.

No obstante, esto no obvia el hecho de que existan algunos factores llámense políticos que desaceleren la importación de esta tecnología puesto que en nuestro país prima la corrupción en varios sectores del país, es por lo que se recomienda los canales correctos de importación y de comercio electrónico.

Las amenazas cibernéticas evolucionan constantemente en el dinámico mundo digital actual, presentando nuevos riesgos para las empresas de todos los tamaños. Las organizaciones más importantes, así como las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MYPES) en Lima, están expuestas a estos ataques. Por ello, resulta fundamental recomendar que las MYPES se mantengan informadas sobre las últimas amenazas cibernéticas y actualicen sus productos de seguridad periódicamente para proteger sus activos digitales y garantizar la continuidad de su negocio.

REFERENCIAS

- Alshaketheep, K. M. K. I., Salah, A. A., Alomari, K. M., Khaled, A. S., y Jay, A. A. A. (2020). Digital marketing during COVID 19: Consumer's perspective. [Marketing Digital durante el COVID 19: La Perspectiva del Consumidor] *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 17(1), 831-841. <https://dx.doi.org/10.37394/23207.2020.17.81>
- Andrade, M., & Cruz, L. (2020). Ciberseguridad en las MYPE peruanas: Un análisis del nivel de conciencia y adopción de medidas de protección. *Revista Peruana de Investigación en Administración*, 23(2), 347-362.
- Caballero, D. (2021). Amenazas cibernéticas y medidas de protección en las MYPE del sector turismo en Lima, Perú. *Tecnociencia*, 23(1), 1-14.
- López, M., & Peña, D. (2022). Productos de ciberseguridad asiáticos: Una alternativa viable para las MYPE peruanas. *Estudios Empresariales*, 44(1), 123-140.
- Ramírez, C., & Rojas, P. (2023). Comercio electrónico de productos de ciberseguridad asiáticos: Oportunidades y desafíos para las MYPE peruanas. *Revista de Investigación en Ciencias de la Computación y Tecnologías de la Información*, 14(1), 56-72.
- Wong, K., & Chen, H. (2020). The impact of e-commerce on cybersecurity in small and medium-sized enterprises. *International Journal of Information Management*, 55, 102156.
- Zhang, Y., & Wu, D. (2021). Cybersecurity challenges and opportunities for small and medium-sized enterprises in the digital era. *Journal of Business Research*, 129
- Vásquez, A., & Murga, J. (2021). Percepción del riesgo cibernético y adopción de medidas de protección en las MYPE peruanas. *Seguridad y Estrategia*, 16(1), 1-20.

Gutiérrez, M., Vilca, C., & Ysla, C. (2022). Ciberseguridad en las MYPE peruanas: Un estudio exploratorio sobre las prácticas de gestión de riesgos. *Horizontes Tecnológicos*, 24(1), 1-16.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2019). Ciberseguridad para las MIPYMES: Un desafío para el desarrollo económico en América Latina y el Caribe. <https://www.iadb.org/es/noticias/bid-oea-aumentan-mejoras-de-ciberseguridad-en-las-americas-pero-aun-se-necesita-trabajo>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2018). Ciberseguridad en América Latina y el Caribe: Desafíos y oportunidades. https://www.mastercard.com/news/media/xpuetfcn/security-barometer-report_if_report-visual.pdf

Comisión de Comercio Exterior de Perú (COMEX). (2023). Aranceles de importación. <https://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/aranceles/Aranceles.html>

Instituto Nacional de Estándares y Tecnología (NIST). (2023). Cybersecurity Framework. <https://www.nist.gov/cyberframework>

Aceves, C. (15 de diciembre de 2022). 2023, un año para que la logística se alía con la tecnología. <https://thelogisticsworld.com/tecnologia/2023-un-ano-para-que-la-logistica-se-alie-con-la-tecnologia/>

Arada, M. (2019). optimización de la cadena logística. Recuperado de: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=VEC4DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=cadena+logistica&ots=eWw3gWU7U&sig=4cruwGQJ1luRLwpn0PqPxINCqOQ#v=onepage&q=cadena%20logistica&f=false>

Arias, F. (2007). Metodología de la Investigación. Editorial Trillas

Bernal, C. (2010) Metodología de la Investigación. Editorial Pearson Educación.

Cabezas, E. et al. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica* (Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE).

Cámara de comercio de lima. (30 de mayo de 2022). Los insumos de la industria plástica aumentaron en el primer trimestre.

- Cárdenas, R. (2016). Costos 1. Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=nF9yDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT28&dq=que+son+los+costos&ots=Q1M-pQywGb&sig=eemGaTryhPQSnPeVhKnBDa9xkSw#v=onepage&q=que%20son%20los%20costos&f=false>
- CEPAL. (6 de agosto de 2020). Los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y la logística. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/93b9ae9b-2063-4d1e-8326-6a3544afe90b/content>
- COMEX. (19 de junio de 2020). Las importaciones sienten también el impacto de la COVID-19. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/las-importaciones-sienten-tambien-el-impacto-de-la-covid-19>
- COMEX. (17 de diciembre de 2021). La crisis logística internacional: un escenario incierto. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/la-crisis-logistica-internacional-un-escenario-incierto>

ANEXOS

Anexo 1.

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: Importación y Comercio electrónico de productos de ciberseguridad asiáticos en MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana, 2020-2023

Autor:

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores					
<p>Problema General</p> <p>¿De qué manera se relaciona la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y el comercio electrónico en MYPES en el distrito Lima-Metropolitana, 2020-2023?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>Problema específico 1</p> <p>¿De qué manera se relacionan la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y las plataformas digitales del comercio electrónico en MYPES en el distrito Lima-Metropolitana, 2020-2023?</p> <p>Problema específico 2</p> <p>¿De qué manera se relaciona la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y seguridad digital del comercio electrónico en MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana, 2020-2023?</p> <p>Problema específico 3</p> <p>¿De qué manera se relaciona la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y la compra online del comercio electrónico en MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana, 2020-2023?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar la relación que se relaciona la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y el comercio electrónico en MYPES en el distrito Lima-Metropolitana, 2020-2023</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Objetivo específico 1</p> <p>Determinar la relación que existe entre la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y las plataformas digitales del comercio electrónico en MYPES en el distrito Lima-Metropolitana, 2020-2023</p> <p>Objetivo específico 2</p> <p>Determinar la relación que existe entre la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y seguridad digital del comercio electrónico en MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana, 2020-2023</p> <p>Objetivo específico 3</p> <p>Determinar la relación que existe entre la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y la compra online del comercio electrónico en MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana, 2020-2023</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Existe una relación entre la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y comercio electrónico en MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana, 2020-2023.</p> <p>Hipótesis Específicas:</p> <p>Hipótesis específica 1</p> <p>Existe una relación significativa entre la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y las plataformas digitales del comercio electrónico en MYPES en el distrito Lima-Metropolitana, 2020-2023</p> <p>Hipótesis específica 2</p> <p>Existe una relación significativa entre que existe entre la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y seguridad digital del comercio electrónico en MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana, 2020-2023</p> <p>Hipótesis específica 3</p> <p>Existe una relación significativa entre la importación de productos de ciberseguridad asiáticos y la compra online del comercio electrónico en MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana, 2020-2023.</p>	Variable 1: Importación					
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles o rangos	
			Precio	Precio internacional	1	Escala de Likert (1) Malo (2) Regular (3) Bueno (4) Muy Bueno (5) Excelente	Ordinal	
				Precio unitario	2			
			Comercialización	Tiempo de entrega de la mercancía	3			
				Volumen de importación	4			
			Cantidad	Nro. de importaciones	5			
				Ingreso de la mercancía	6			
			Variable 2: Comercio Electrónico					
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valores	Niveles o rangos	
			Plataforma Digital	Páginas web	1	Escala de Likert (1) Malo (2) Regular (3) Bueno (4) Muy Bueno (5) Excelente	Ordinal	
				Redes Sociales	2			
Ciberseguridad digital	Seguridad de protección de data	3						
	Seguridad de medio de pago	4						
Compras Online	Sitio web	5						
	Pedidos	6						

distrito de Lima-Metropolitana,
2022-2023

Tipo y diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos	Estadística a utilizar
<p>Tipo: Aplicada, cuantitativo, Correlacional</p> <p>Alcance: Descriptivo - Correlacional</p> <p>Diseño: No experimental y de corte transversal</p> <p>Método: El coeficiente de asociación Spearman es un software estadístico SPSS.</p>	<p>Población: La población indicada de la investigación presente está conformada por 30 colaboradores donde importan y utilizan el comercio electrónico.</p> <p>Tipo de muestreo: Probabilístico.</p> <p>Tamaño de muestra: 30 colaboradores especialista de las MYPES en el distrito de Lima Metropolitana</p>	<p>Variable 1: Importación</p> <p>Técnicas: Encuesta.</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Autores: Porter</p> <p>Año: 2015</p> <p>Monitoreo: Ventaja competitiva</p> <p>Ámbito de Aplicación: Colaboradores especialista de las MYPES en el distrito de Lima Metropolitana</p> <hr/> <p>Variable 2: Comercio Electrónico</p> <p>Técnicas: Encuesta.</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Autor: García, E. J. L.</p> <p>Año: 2015</p> <p>Monitoreo: Cadena de suministro</p> <p>Ámbito de Aplicación: Colaboradores especialista de las MYPES en el distrito de Lima Metropolitana</p>	<p>DESCRIPTIVA: Ingresar las respuestas del cuestionario en una matriz de Excel que se exportará al programa estadístico SPSS el cuál brindará el alfa de Cronbach que indica el grado de confiabilidad del instrumento.</p> <p>INFERENCIAL: Se usará el estadístico SPSS de spearman para conocer la asociación lineal de las variables cuantitativas y nivel de significancia con el fin de alcanzar los objetivos y afirmar las hipótesis nula o alterna de la presente investigación</p>

Anexo 2. Instrumentos de recolección de datos

CUESTIONARIO

INVESTIGACIÓN: Importación y Comercio electrónico de productos de ciberseguridad asiáticos en MYPES en el distrito de Lima-Metropolitana, 2020-2023”,

Estimado Sr. (a) (ita), el presente cuestionario es para realizar una investigación con fines académicos, se aplicará de manera anónima cuyas respuestas serán confidenciales, para ello solicitamos que sea lo más sincero posible al responder las preguntas, lea las instrucciones cuidadosamente.

Agradecemos su colaboración para con esta investigación.

INSTRUCCIONES

Utilice un lapicero y al responder el cuestionario seleccione la respuesta que piense usted que refleje su opinión marcando una de las cinco opciones con una “x”.

Tabla 1

1	2	3	4	5
Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente

CUESTIONARIO 1: IMPORTACIÓN

Tabla 2

DIMENSIONES	INDICADORES	VALORES DE LA ESCALA				
		1	2	3	4	5
Precio	Precio internacional					
	1 ¿Cree usted que el precio internacional de los productos puede influir en la economía de un país?					
	Precio unitario					
Comercialización	2 ¿Considera que los consumidores pueden aprovechar información sobre el precio unitario para tomar decisiones de compra más informadas?					
	Tiempo de entrega de la mercancía					
	3 ¿Cree usted que el tiempo de entrega de la mercancía es un factor importante que considerar al realizar compras en línea?					
Cantidad	Volumen de importaciones					
	4 ¿Cree usted que el aumento en el volumen de importaciones puede afectar negativamente a la industria local de un país?					
	Nro. de importaciones					
Cantidad	5 ¿Usted cree que un aumento en el número de importaciones puede tener un impacto positivo en la diversidad de productos disponibles en el mercado local?					
	Ingreso de la mercancía					
	6 ¿Cree usted que el proceso de ingreso de la mercancía a un país es un factor crítico para garantizar la eficiencia en el comercio internacional?					

CUESTIONARIO 2: COMERCIO ELECTRÓNICO

Tabla 3

DIMENSIONES	INDICADORES		VALORES DE LA ESCALA				
			1	2	3	4	5
Plataforma Digital	Páginas web						
	7	¿Cree usted que una estrategia específica implementado en una página web de comercio electrónico pueda mejorar la experiencia del usuario y aumentar las conversiones?					
	Redes Sociales						
	8	¿Cree usted que las redes sociales pueden ser una herramienta efectiva para promover el cambio social y generar conciencia sobre temas importantes?					
Ciberseguridad digital	Seguridad de protección de data						
	9	¿Cree usted que la política de contraseña sea clave para garantizar la seguridad de los datos de los clientes en un sitio web de comercio electrónico?					
	Seguridad de medio de pagos						
	10	¿Cree usted que el uso de tecnologías como la autenticación de dos factores y el cifrado de datos contribuyen a mejorar la seguridad de los medios de pago en línea?					
Compras Online	Sitio Web						
	11	¿Cree usted que es seguro y confiable realizar una compra on line en tu sitio web de comercio electrónico?					
	Pedidos						
	12	¿Cree usted que gestionar un pedido complicado requiera de mucho conocimiento de comercio electrónico?					

ANEXO 3

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Quispe Medina, Víctor
I.2. Especialidad del Validador: Economista
I.3. Cargo e Institución donde labora: DTP de la UCV de Lima Norte
I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
I.5. Autor del instrumento: José Zeña Rosado y Roos Galindo Pedraza

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				X	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				X	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				X	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				X	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				X	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				X	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				X	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				X	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				X	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80%	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

.....

I. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Lima, 23 de mayo del 2023



Firma de experto informante

DNI: 28298732

Teléfono: 974444758

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Salazar López, Yasser Jackson
- I.2. Especialidad del Validador: Negocios Internacionales
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente – Universidad César Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
- I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				X	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				X	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				X	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				X	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				X	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				X	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				X	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				X	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				X	
PROMEDIO DE VALORACIÓN		80%				

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?
Instrumento conforme para su aplicación.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Lima, 31 de mayo del 2022



.....
Firma de experto informante

DNI: 41245759

Teléfono: 981075397

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

I.1. Apellidos y nombres del informante: Arias Gonzales Hilda Paola

I.2. Especialidad del Validador: Administración y Negocios Internacionales

I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente a Tiempo Completo – Secretaria Académica de la Escuela de Negocios Internacionales – Universidad César Vallejo

I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____

I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				x	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				x	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				x	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				x	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				x	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				x	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				x	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				x	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				x	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				x	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					75%	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

75%

Lima, 20 de mayo de 2024



Apellidos y Nombres
Mg. Arias Gonzales Hilda Paola
DNI: 71265906
Teléfono: 986352430