



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Tecnologías artificiales y el comercio internacional de las MYPES del
puerto del Callao 2020 – 2021

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTOR:

Romero Zevallos, María Gertrudis (ORCID: 0000-0002-2751-2706)

ASESORA:

Dra. Patricia Yllescas Rodríguez (ORCID: 0000-0002-4244-8166)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

CALLAO - PERÚ

2021

Dedicatoria.

Está dedicada a mi querida madre por apoyo absoluto que he recibí de su parte, apoyarme durante este periodo, su amor y cariño y son componentes del apoyo que recibí de ella. A mi Asesora por la sabiduría que transmitió al guiarnos y ser buenos profesionales.

Agradecimiento

Doy gracias a Dios por protegerme siempre y guiarme, a mi madre por ser paciente y siempre estar conmigo y en específico mis profesores por el apoyo y los consejos que me guían.

Índice de contenidos

Dedicatoria.....	i
Agradecimiento	ii
Índice de contenidos.....	iii
Índice de tablas	iv
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	11
II. MARCO TEÓRICO	19
III. METODOLOGÍA	34
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	34
3.2 Variables y operacionalización.....	36
3.3 Población (criterios de selección), muestra y muestreo, unidad de análisis...38	
3.4 Técnicas e instrumento de recolección de datos	41
3.5 Procedimientos	45
3.6 Método de análisis de información	46
3.7 Aspectos Éticos.	46
IV. RESULTADOS	46
4.1 Resultados descriptivos de la variable Tecnología Artificial.	46
4.2 Resultados descriptivos de la variable Comercio Internacional.....	47
4.3 Resultados obtenidos de la variable Tecnología Artificial.	47
4.4 Resultados obtenidos de la Dimensión Sistema Blockchain.....	48
4.5 Resultados obtenidos de la Dimensión Digitalización de las aduanas.	49
4.6 Resultados obtenidos de la Dimensión Inteligencia Artificial.....	50
4.7 Resultados obtenidos de la variable Comercio Internacional.....	51
4.8 Resultados obtenidos de la Dimensión Importación.....	52
4.9 Resultados obtenidos de la Dimensión Exportación.....	53
4.10 Resultados obtenidos de Globalización.	54
4.11 Resultado Descriptivo entre las Variables Tecnología Artificial y Comercio Internacional.....	55
4.12 Tabla Cruzada: Tecnología Artificial e Importación.....	56
4.13 Tabla Cruzada: Tecnología Artificial y Explotación.	57
4.14 Tabla Cruzada: Tecnología Artificial y Globalización.	59

4.15 Tabla Cruzada: Sistema Blockchain y Comercio Internacional.	60
4.16 Tabla Cruzada: Digitalización de Aduanas y Comercio Internacional.....	61
4.17 Resultado De Niveles entre las Variables Inteligencia Artificial y Comercio Internacional.....	62
4.18 Resultado De Correlación entre las Variables Tecnología Artificial y Comercio Internacional.....	63
4.19 Resultado De Correlación entre sistema Blockchain y Comercio Internacional.....	64
4.20 Resultado De Correlación entre Digitalización de Aduanas y Comercio Internacional.....	65
4.21 Resultado De Correlación entre las variables Inteligencia Artificial y Comercio Internacional.....	66
V. DISCUSION	67
VI. CONCLUSIONES	70
VII. RECOMENDACIONES	72

Índice de tablas

Tabla 1: Distribución de las Preguntas Por Dimensiones.....	40
Tabla 2: Distribución de las Preguntas Por Dimensiones.....	40
Tabla 3: Validación de los expertos.....	41
Tabla 4: Resumen de procesamiento de casos.....	42
Tabla 6: Confiabilidad por Alfa de Cronbach de la variable Tecnología Artificial.....	46
Tabla 7: Confiabilidad por Alfa de Cronbach de la variable Comercio Internacional.....	46
Tabla 8: Variable 1: Niveles de Tecnología Artificial.....	47
Tabla 9: Dimensión 1: Niveles de Sistema Blockchain.....	48
Tabla 10: Dimensión 2: Niveles de Digitalización de las Aduanas.....	48
Tabla 11: Dimensión 3: Niveles de Inteligencia Artificial.....	49
Tabla 12: Variable 2: Niveles de Comercio Internacional.....	49
Tabla 13: Dimensión 1: Niveles de Importación.....	50
Tabla 14: Dimensión 2: Niveles de Exportación.....	51
Tabla 15: Dimensión 3: Niveles de Globalización.....	52
Tabla 16: Niveles de Tecnología Artificial y Comercio Internacional.....	53
Tabla 17: Niveles de Tecnología Artificial e Importación.....	54
Tabla 18: Niveles de Tecnología Artificial y Exportación.....	56
Tabla 19: Niveles de Tecnología Artificial y Globalización.....	57
Tabla 20: Niveles de Sistema Blockchain y Comercio Internacional.....	58
Tabla 21: Niveles de Digitalización de Aduanas y Comercio Internacional.....	59
Tabla 22: Niveles de Inteligencia Artificial y Comercio Internacional.....	60
Tabla 23: Correlación entre Tecnología Artificial y Comercio Internacional.....	61

Tabla 24: Correlación entre Sistema Blockchain y Comercio Internacional.....	62
Tabla 25: Correlación entre Digitalización de Aduanas y Comercio Internacional.....	63
Tabla 26: Correlación entre Inteligencia Artificial y Comercio Internacional.....	64

RESUMEN

Para esta investigación, el objetivo fue prestar atención al carácter actual de las Tecnologías Artificiales y el Comercio Internacional de las MYPES desde el Puerto del Callao. Debido a que se está ampliando precipitadamente en el mundo actual, en este momento la Tecnología artificial se presenta en todos los semblantes de nuestras vidas, como en los medios de reconocimiento de voz en los teléfonos, notamos cambios constantes en la tecnología y esto incluye en diferentes empresas. El Comercio Internacional y la tecnología es un componente importante del desarrollo económico, el uso de la transformación digital comienza a acelerarse significativamente en el período 2020. También presenta posibles datos estadísticos. Estándares, como el uso de tecnologías que se encuentran actualmente de manera importante, ya que pueden ser utilizados como información para adoptar herramientas que son ampliamente utilizadas en nuestro país y pueden convertirse en una fuente de ventaja competitiva.

En términos de metodología, aplicando un enfoque cuantitativo, utilizando un diseño transversal básico, la encuesta se utiliza como técnica para recolectar información de la herramienta cuestionario, llevando al Comercio internacional ciertas ventajas; y La muestra está conformada por 25 (MYPES) empresas dentro del puerto del Callao, la información se recoge por medios de encuestas, para el trascurso de recaudación de información datos por medio de preguntas (Cuestionarios), establecido en la escala de Likert. Para concluir con este trabajo de investigación, su expectativa es demostrar que la Tecnología Artificial tiene un efecto objetivo sobre la eficiencia del Comercio Internacional, 2020 - 2021.

Palabras clave: Tecnología artificial, Inteligencia artificial, comercio internacional.

ABSTRACT

For this research, the objective was to pay attention to the current nature of Artificial Technologies and International Trade of MSEs from the Port of Callao. Because it is expanding precipitously in today's world, at this time Artificial Technology is present in all semblances of our lives, such as in the means of voice recognition in telephones, we notice constant changes in technology and this includes in different companies. International Trade and technology is an important component of economic development, the use of digital transformation begins to accelerate significantly in the 2020 period. It also presents possible statistical data. Standards, such as the use of technologies that are currently in an important way, as they can be used as information to adopt tools that are widely used in our country and can become a source of competitive advantage.

In terms of methodology, applying a quantitative approach, using a basic cross-sectional design, the survey is used as a technique to collect information from the questionnaire tool, leading to International Trade certain advantages; and The sample consists of 25 (MYPES) companies within the port of Callao, the information is collected by means of surveys, for the course of collecting information data through questions (Questionnaires), established on the Likert scale. To conclude with this research work, its expectation is to demonstrate that Artificial Technology has an objective effect on the efficiency of International Trade, 2020 - 2021.

Keywords: Artificial technology, Artificial intelligence, international trade.

I. INTRODUCCIÓN

Realidad Problemática

En el escenario mundial, debido a la globalización, la competitividad de los mercados ha aumentado significativamente. Esto también está impulsado por las nuevas tecnologías emergentes que son más rápidas, más eficaces y más accesibles. Para Suárez Cousillas (2018), el surgimiento de internet, la accesibilidad a los teléfonos inteligentes, la ubicación geográfica, en general, todos los avances tecnológicos; dar a las empresas la capacidad de estar más cerca hacia los clientes e interactuar con un mayor número de compradores potenciales, lo cual es beneficioso para su posicionamiento, la tecnología es una herramienta de creación de valor en las empresas, fundamentalmente si cuentan con empleados calificados que saben dónde aplicarla para crear valor. Las MYPES no siempre cuenta con esta facilidad y es muy probable que su inversión no produzca la rentabilidad esperada. Por otro lado, las empresas de tecnología tampoco logran capitalizar el mercado en crecimiento y se convierten en un segmento muy atractivo para nuevas oportunidades.

El Comercio Internacional es un mecanismo primordial para el crecimiento de todos los países y como para las inversiones de las empresas del Callao; en el caso del Comercio Internacional que ha ido evolucionado, es más fácil estudiar al mercado su objetivo, al poseer cada vez más acceso a la información y conectarse con diversas nacionalidades. Para Martínez Valverde (2017), las nuevas tendencias en el marketing enfocadas en el Comercio Internacional toman en cuenta la forma en que funcionan los países, los tratados Comerciales Internacionales, el expandir los negocios a otras zonas, la globalización, y todo esto requiere implementar nuevas tecnologías para poder convertirlo en una realidad. En la actualidad se presenta un decrecimiento a grandes rasgos, pero con el apoyo de la Tecnología Artificial se puede generar un desarrollo en las empresas y así tener una recuperación positiva.

El Comercio Internacional juega un rol muy trascendental en el progreso del Perú y del mundo, al abrir sus territorios fronterizos, los países autorizan a distintas empresas donde comercializar sus productos, productos locales, que

ofrece nuevos negocios y oportunidades de comercialización. El Comercio Internacional ha evolucionado con el tiempo, ha innovado procesos logísticos, almacenaje, esquemas de calidad, etc. Constantemente ha establecido una conexión entre el Comercio Internacional con el incremento de tecnologías y la innovación en logística, almacenamiento y más. Enrique Cornejo (2000) precisa que el Comercio Internacional a carácter es el intercambio de servicios y bienes entre habitantes de otros países. Samuelson y Northdhaus (2001) definen el Comercio Internacional como el proceso por el cual países importan y exportan bienes, servicios y financiamiento capital. Por otro lado, tenemos Tecnología Artificial, Takeyas (2007) define la Tecnología Artificial como una rama de la informática que representa el estudio de modelos informáticos capaces de realizar tareas. Las actividades humanas se basan en sus dos características principales: la razón y el comportamiento.

En Latinoamérica y el Caribe para el año 2020 presentó una caída de 23 % a comparación del año 2009 que disminuyó 21% durante la crisis financiera, esto implica el problema económico que afectó por la pandemia del coronavirus (covid-19). La escasez se da en el escenario mundial debido a que el comercio presentó una caída del 17% a nivel mundial en el periodo de enero – mayo del 2020, Considerando lo dicho, el problema nace una vez que te haces la pregunta de ¿cómo o de qué forma la Inteligencia Artificial va a perjudicar el Comercio Internacional? Estamos en un proceso de evolución, ¿cuál será su influencia en la eficiencia del Comercio Internacional? Ya que actualmente estamos en proceso de crecimiento la tecnología viene ser un factor primordial que afecta a todo el mundo y por lo cual la Inteligencia Artificial es el principal protagonista de este movimiento revolucionario.

Por este motivo, la Inteligencia Artificial afecta a diferentes áreas de actividad, por ejemplo, el sector educación, salud, comercio, etc. Este dominio de la Inteligencia Artificial en estas empresas que se dedican a diferentes negocios ha favorecido de manera positiva obteniendo buenos cálculos. La IDC (International Data Corporation) anuncia que se está adaptando de manera generalizada la Tecnología Artificial ampliando resultados de las industrias que generan ingresos mundiales de casi 47 mil millones de dólares en 2020. De esta manera Cabe

mencionar la contribución de una investigación por parte de Huichao Li (2018) nos señala por el hecho de que la Tecnología Artificial nos permite reconocer por medios de programas así de esta forma procesar y analizar datos, imágenes y lenguajes para facilitar al Comercio Internacional y ser más competitivos en el mercado.

El valor de exportación fue de USD 1,044 millones en comparación al año 2021 que alcanzó un valor total de USD 1,077 millones. En la sección de Lista de exportadores de las exportaciones totales está liderado por los países de Venezuela, Brasil y Chile, siendo los principales países que se encuentran provocando un déficit del -3%, esto simboliza una cantidad de – 32,924,856 USD (Trade Map,2021). Según La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2020) menciona que después de 120 años se presentó un declive de -7,7% respecto al año anterior y para este periodo actual se considera un incremento de 3,7% en los niveles de actividades económicas, el terminal Callao pertenece al grupo Danés A. P. Moller Maersk, un grupo empresarial de actividades comerciales con más de 100 años de liderazgo y experiencia en la producción administrativa de una cartera de más de 60 puertos y terminales, el terminal del Callao se adjudicó los derechos para operar el terminal Multipropósito del puerto del Callao en abril de 2011, por un plazo de treinta años, con la puesta iniciando operaciones en julio del mismo año. Es socio mayoritario del terminal junto con Terminal Investment Limited (TIL) y la empresa peruana Central Portuaria.



Figura 1. Vista de las grúas Post Panamax del Terminal Multipropósito Operario por APM Terminal Callao.

Salazar (2020) se refiere a que los países de Latinoamérica (LA) donde la economía digital se está incrementando con mayor velocidad son: México, Colombia, Brasil y Bolivia. En cambio, Chile es el país con mayor interacción digital, ya que se destaca a diferencia de otros países de Latinoamérica donde la mayoría de los otros países se están acoplando con lentitud a los cambios tecnológicos.

En Latinoamérica, existen países donde no se tiene acceso de la misma manera a las tecnologías en comparación a los países más desarrollados, por lo cual no se aplica en su totalidad en los procesos productivos y como consecuencia, se ven reducidas la productividad y los indicadores financieros de la región, siendo una causa la desinformación de los gobiernos de esta zona aproxima de la importancia de las nuevas tecnologías para el avance económico de la nación Quiroga et al. (2017)

En la actualidad, el Perú nos encontramos en el transcurso de aprovechar las tecnologías emergentes, las cuales avanzan a un paso acelerado, siendo necesario reinventarse y automatizar procesos, así como efectuar transacciones de una forma más eficiente. Para Landín Álvarez (2018), las tecnologías que hoy en día se encuentran enfocadas en la información y la comunicación representan el futuro del comercio, debido a que son una herramienta invaluable para cualquier

sector productivo. El Blockchain es un claro ejemplo del uso de tecnología artificial lo cual promete avances que permitirán cambiar los procesos de validación de información haciéndolos más rápidos, eficientes y seguros, en el puerto del Callao a nivel nacional sabemos que es el comercio de carga más grande del Perú, se encuentra localizado en el Terminal Portuario del Callao y viene a ser el principal y más importante puerto de nuestro país, formando una gran cantidad de actividad comercial de actividades tradicionales y campos no tradicionales.

En cambio, en Perú, según el (Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI, 2016) menciona que a primera vista se puede creer que existe un desarrollo homogéneo de las tecnologías en el país, esto no es del todo correcto, debido al poco control y homogeneización en las infraestructuras de internet ha frenado las telecomunicaciones e informática. Se resalta una concordancia entre el producto interno bruto per-cápita y el acceso al uso de teléfonos inteligentes, teniendo una menor densidad telefónica del 74% en las provincias más pobres como Cajamarca, Huancavelica, Apurímac y Amazonas.

Perú se encuentra en un estado de emergencia donde se viene implementando tecnologías en diferentes sectores económicos. Según Mathews (2020) menciona que en el Perú el sector económico obtuvo un declive del - 11,1% debido a lo anteriormente mencionado por ello que las MYPES tuvieron un alto incremento de cese tanto en sus actividades comerciales como en colaboradores.

Previamente a la pandemia, el Perú se encontraba en la posición 65 de 141 países del ranking mundial de competitividad del Foro Económico Internacional (WEF por sus siglas en inglés), este año la comunidad de pioneros tecnológicos participó en el WEF. Nesbit (2020) menciona que los Pioneros de la Tecnología iniciaron con la mejora de la sociedad haciendo avanzar sus industrias en todo el mundo. Como es el caso de B2B que es eficiente para las cadenas de suministros de alimentos, en el sector logístico se inicia con el apoyo de la inteligencia artificial, se utilizan estas innovaciones para mejorar, proteger la sociedad y construir un futuro mejor.

Se puede apreciar que las tecnologías artificiales y el comercio internacional se relacionan de manera que la digitalización beneficie a diferentes áreas como por

ejemplo una de ellas sería las aduanas en la cual el beneficio es el aumento de productividad con el fin de generar una rentabilidad positiva y reduciendo la carga laboral en las distintas áreas.

La dinámica del crecimiento económico exterior del Puerto del Callao y su posicionamiento en Lima, nos permite dinamizar y dar oportunidad a compañías pequeñas y medianas para beneficiar comercialmente sus ventajas semejantes; cuyo conocimiento se establece en el comercio internacional, señalando que el Puerto del Callao debe especializarse en la tecnología artificial, la Inteligencia Artificial está transformando la exportación Marítima, terrestre y aéreo. Posee el potencial de agilizar y al mismo tiempo reducir los errores humanos, apresurar las operaciones y reducir las emisiones. No obstante, la Inteligencia Artificial viene a ser parte del proceso más amplio para digitalizar y perfeccionar las operaciones portuarias.

Con base a lo anteriormente expuesto, las tecnologías son un factor importante en el crecimiento del comercio internacional, el cual favorece al desarrollo de las MYPES del puerto del Callao, considerando la investigación detallada e investigada se puede formular: **problema general:** ¿Cuál es la relación entre el comercio Internacional de las MYPES del puerto del Callao, 2020 - 2021?

Se generan también, los siguientes **problemas específicos:** **problema específico 1:** ¿Cuál es la relación entre el sistema de Blockchain y la importación de las MYPES del puerto del Callao, 2020 - 2021?, **problema específico 2:** ¿Cuál es la relación entre la digitalización de las aduanas y exportación de las MYPES del puerto del Callao, 2020 - 2021?, **problema específico 3:** ¿Cuál es la relación entre la inteligencia artificial y la globalización de las MYPES del puerto del Callao, 2020 - 2021?

Siguiendo el esquema de investigación resulta **conveniente** porque aportará conocimientos relevantes sobre la importancia de las tecnologías artificiales en el puerto del Callao, impulsando a los gobernantes a invertir en este rubro y fortaleciendo en consecuencia al desarrollo de la nación.

Con los resultados respecto a la **relevancia social**, se justifica que al impulsar la

economía y demostrar que las nuevas tecnologías artificiales pueden ayudar al país, esto mejorará la vida y economía de todos los habitantes.

La presente investigación mostrará la importancia de las tecnologías artificiales para conseguir la automatización en la producción de las empresas en el comercio internacional en las MYPES del puerto del Callao.

Dado de una perspectiva teórica se recabará información internacional de libros, artículos e informes especializados que va a contribuir en la investigación para entender el panorama global acerca de las nuevas tecnologías artificiales en el Comercio Internacional. Teniendo esta información como herramienta importante de conocimiento a todo aquel que la necesite.

Dentro del ámbito **metodológico**, se identificarán los sistemas y los métodos adecuados que permitan a las compañías aplicarlo en todos sus procesos de exportación, así mismo esto servirá para todos los investigadores entender y comprender acerca de las nuevas Tecnologías Artificiales en las MYPES del puerto del Callao.

La temática servirá de guía para todos aquellos investigadores que quieran realizar indagaciones similares, así como de antecedentes para futuros estudios, dada su estructura sistemática y puntual sobre el tema que resulta de interés para el investigador.

Para el trabajo de investigación se formuló objetivos científicos, siendo el **Objetivo general**: Determinar la relación entre las Tecnologías Artificiales y el Comercio Internacional de las MYPES del puerto del Callao, 2020 – 2021. **Objetivo específico 1**: Determinar la relación entre el sistema Blockchain del Comercio Internacional de las MYPES del puerto del Callao, 2020 – 2021. **Objetivo específico 2**: Determinar la relación entre la digitalización de las aduanas y el comercio internacional de las MYPES del puerto del Callao, 2020 - 2021. **Objetivo específico 3**: Determinar la relación entre la Inteligencia Artificial y el Comercio Internacional de las MYPES del Puerto del Callao, 2020 – 2021.

“TECNOLOGÍAS ARTIFICIALES Y EL COMERCIO INTERNACIONAL DE LOS PAÍSES DE LATINOAMÉRICA DURANTE EL PERIODO 2016 – 2020”

Siguiendo el esquema de investigación se detalla las justificaciones del problema del presente trabajo. **Justificación teórica:** “la tecnología permite a muchas empresas dar avances significativos en sus sectores, pero la evolución de la tecnología permitirá a sus empleadores plantearse desafíos recurriendo así sus destrezas y habilidades para adaptarse al sistema tecnológico” (Maricela Osorio. 2015 p.12).

La presente Investigación se desarrolló teniendo conocimientos de la Inteligencia Artificial que se maneja para descubrir modelos en la cadena logística y brindar períodos de pronóstico detallados, existiendo amplia evidencia del potencial del comercio Internacional y la inversión económica para introducir el aumento del ingreso y bienestar del puerto del Callao de este modo a través de esta información ayudará a los MYPES a utilizar la tecnología que está evolucionando para el progreso del País, Gracias a esta tecnología que está evolucionando al pasar de los años esta IA lo estarían utilizando en todas las empresas ya sea pequeña o grandes de manera que les ayude a generar grandes ingresos para el bienestar propio. **Justificación social:** “permite dar soluciones a diferentes demandas antes futuras que ocurren en la sociedad para dar una fuente de resultados de una calidad de vida mejorada” (Sergio Gómez, 2012 p.31). De este modo, este proyecto plantea alternativas que permitirán orientar y reducir las pérdidas de las MYPES a través de la Inteligencia Artificial que buscará generar mayor interés de ganancia porque tendrán a través de artefactos toda la información que buscan comprar de su interés. **Justificación práctica:** Posteriormente de haber consumado con la investigación y examinar las conclusiones, la expectativa es aportar conocimientos diferentes y más despejados sobre la Inteligencia Artificial y su dominio positiva y favorable en la validez del comercio. **Justificación metodológica:** “Esta es la justificación del tipo y método utilizado en el trabajo de información. Valderrama, 2013, "Pasos para transformar proyectos de investigación efectivos", (p.140). El objetivo de este trabajo de investigación es determinar la influencia de la Inteligencia Artificial en la eficiencia del comercio internacional. De esta manera, se utilizará el enfoque explicativo porque queremos estudiar argumentos autorizados

a favor de la influencia tangible de la inteligencia artificial en la validez del comercio internacional. La tesis también tiene como objetivo apoyar la investigación futura.

Para el trabajo de investigación se formuló hipótesis científica: **Hipótesis general:** Existen relaciones entre las tecnologías artificiales y el comercio Internacional de las MYPES del puerto del Callao, 2020 - 2021.

Hipótesis específico 1: Existe relación entre la tecnología artificial con la importación en el Comercio Internacional, de las MYPES del puerto del Callao, 2020 – 2021.

Hipótesis específico 2: Existe relaciones entre la tecnología artificial con la importancia en el comercio internacional de las MYPES del Callao, 2020 – 2021.

Hipótesis específico 3: Existe relación entre la tecnología artificial con la globalización en el comercio internacional de las MYPES del Callao, 2020 – 2021.

II. MARCO TEÓRICO

En el marco teórico se iniciará presentando las investigaciones que contengan relación con las variables: Tecnologías Artificiales y Comercio Internacional, a través de artículos científicos indexados en revistas importantes y tesis. Los antecedentes se trabajaron a nivel internacional e nacional de las cuales se detalla:

Como **antecedente internacional** se tiene Juan Manuel Vega et al (2018) en su tesis titulada “Marketing digital y las economías de las PYMES”, para lograr la licenciatura de categoría de la carrera facultad de administración en la cual sus estudios fueron realizados en la Universidad Autónoma de Sinaloa – México. Analizando así de manera con la venida del Internet las personas cambiaron su forma de comunicarse y fue más factible su estilo de vida, en la forma de hacer negocios y de maniobrar las empresas, así la globalización exige conservar en constante evolución y comunicación, las PYMES adoptan con el fin de beneficiar las ventajas que estas les aporta y se van adoptando a los cambios de la tecnologías, su **objetivo** fue hacer uso de las fuentes secundarias como lo son las bases de datos científicas para el análisis del estado de las empresas mexicanas en relación con el marketing y el manejo de tecnologías informativas e comunicación. Básico con un diseño narrativo, analizó fuentes de investigación con

el propósito de encontrar resultados actuales y teniendo como instrumento artículos científicos y libros como: EBSCO, Conricyt y Elsevier. De los resultados se obtuvo que el tercio de la población global utiliza la tecnología para desarrollar estrategias de mercadotecnia. Se concluye que aquellas compañías que invierten parte de sus ingresos para mejorar el marketing de sus empresas a través de la mejora de la tecnología que poseen, obtienen como resultado una mejora en su competitividad y mayor alcance, lo que se traduce a mayor número de ventas. La **metodología** elaborada que se empleó en esta investigación fue de representación bibliográfico, porque se examinaron diferentes fuentes de investigación con el objetivo de localizar consecuencias de resultados presentes a través de bases de datos de artículos científicos, así de manera también encontraron libros afines al tema, lo que valió para determinar que las bibliografías que expresa del marketing digital en las PYMES va en crecida. **Concluye** que por las razones expuestas los hallazgos conseguidos mediante la reconocimiento de la literatura científica en marketing digital, consintieron confirmar que reconocimientos a los estudios acreditados sobre el tema de correspondencia con las finanzas de las PYMES, estas si se contribuyen, semejantes instrumentos o direcciones de comunicación en internet, así como como estos sitios de web como ebooks, blogs, redes sociales, sitios de web y wikis, sin dejar de lado los medios nacionales móviles permiten a los PYMES obtener audiencia mucho mayores y específicas con inversiones pequeñísimas y eficientemente de mucho beneficio. El **aporte** de esta investigación corroborar si es posible incrementar el consumo para valorizar los productos a través del efecto de las redes, lo que sobrelleva a beneficiar con oportunidades a las PYMES puesto que proporcionar una ventana en el cual se pronuncian los beneficiarios , así como mostrarse conforme y ver lo que les concierne, adquirir noticias de su beneficio, si las compañías dejan de lado estas destrezas, permanecerán externamente fuera de la jugada al desperdiciar la oportunidad de manejar el internet como persona de las telecomunicaciones que admiten trabajar en cualquier parte, los comercios mundiales, la responsabilidad del trabajo colaborativo y el cambio de documentos entre distintas otras cosas más.

También se puede citar, Martínez et al. (2019) en su artículo “La riqueza social en el emprendimiento de plataforma tecnológica en España. Un investigación

cualitativo” en la cual sus estudios fueron realizados CIRIEC- reconocimiento de dominio general, cooperativa y social en España en este artículo conviene aceptar convenio de beneficio de la economía nacional por tener una contribución progresivo en las actividades de plataforma tecnológico o fundamentada en el conocimiento, dicha colaboración fortalece el fragmento, enaltecendo sus derechos de crecimiento a largo y mediano plazo, optimizando su contribución coherente a las macro magnitudes estatales y autonómicas , agregando nuevos complementos de personales y de compañías de economía social y el emprendimiento de plataforma tecnológica obtuvo como **objetivo** profundizar en la correspondencia entre la economía social y la implementación de nuevas conjunto de técnicas de la información y comunicación. Metodológicamente tuvo un punto de vista cualitativo, de alcance descriptivo y diseño no experimental. Del total de entrevistados se obtuvo una muestra de veintidós entidades y personas especializadas en la (ES). En los resultados se identifica que se debe fortalecer el crecimiento de las empresas tecnológicas en la (ES). Se concluye que el uso del conjunto de técnicas de la averiguación e información en la economía social sirvió como potenciador obteniendo crear modelos de empresas más horizontales, participativas, inclusivas y flexibles, aumentando su productividad y acelerando el alcance de las metas organizacionales. El **método** se desarrolla a través de entrevistas en profundidad. Esta habilidad de recoger la información resulta idónea para los equitativos planteados condicionalmente permite el camino a la misma de una forma estructurada y directa, al mismo periodo facilita la generación de tecnologías de reflexión para de esta manera facilite la categorización de la información y su posterior análisis, se permitió centrar el contenido de las entrevistas realizadas y tratar los temas claves para la investigación. **Concluye** la necesidad de una mayor implicación y coordinación en el conjunto de estos trabajos han señalado la importancia que para el emprendimiento social en los denominados sectores emergentes, muchos de ellos procedentes de una acelerada incorporación de tecnología a actividades en las que la posición competitiva muy sólida (economía verde, sector cultural, economía azul, sector de servicios sanitarios y ciudadanos...). Sin embargo, la tecnología es un elemento central en las transformaciones productivas actuales y futuras, por lo tanto, cabe señalar, por razones de posicionamiento estratégica actual, es decir, en el emprendimiento de

base tecnológica. El **aporte** fueron los resultados obtenidos tras el análisis de contenido de dichas entrevistas se presentaron en tres bloques, el primero incluye la visión de los actores sobre cuál es el escenario existente de la compañía social en el emprendimiento de base tecnológica e impacto que podría tener sobre su tejido empresarial. El segundo bloque, caracteriza el emprendimiento de base tecnológica y aporta elementos diferenciales de este emprendimiento, permitiendo identificar aquellos que son dificultades especiales para las empresas y que deben ser líneas prioritarias de actuación para aumentar la presencia en este ámbito.

De igual forma Miranda y Cruz (2016) en su título “Redes nacionales: instrumento de marketing internacional en el sector hotelero” para lograr Doctorado en ciencias Administrativas y negocios internacionales, la cual sus estudios fueron realizados en la facultad Autónoma de Baja California-México, analizando así de manera objetiva las estrategias de marketing internacional en redes sociales que realizan las reservas de los hospedajes, innovan que el visitante extienda su confianza en la manejo de dicho medio cuyo **objetivo** fue la búsqueda de estrategias de marketing internacional con base en el uso de las redes sociales, las cuales son aplicadas por diversos hoteles. Del total de entrevistados, se obtuvo una muestra de doscientas sesenta y siete encuestas a los huéspedes. En los resultados se obtuvo que el 62.6% de los huéspedes considera de vital importancia la influencia que genera la red social de un hotel para hospedarse en él, siendo la más usada Facebook, el cual permite una comunicación más directa con los consumidores. El **método** que se pudo plantear es Metodológicamente fue de orientación cualitativo y de esquema no experimental. **Concluye** que las redes digitales siguen existiendo son apreciados valores para los interesados, se recomienda que el uso de los chatbots para este tipo de servicio ofrece una ventaja competitiva por ser rápido y preciso obteniendo un amplio alcance en responder a las redes sociales, que el incremento de las redes sociales en nuestros días, favorece que las compañías de hoteles realizando cambios favorables en lo que pertenece a monopolizar este contorno de información en internet a modo que parte de sus maniobras combinado con un programa de búsqueda y modernización constante, que los traslade a percibir el compartimiento del interesado que considere a este intermedio electrónico a manera de un elemento en su decisión

de obtención. Reúne descartar que la representación en la costumbre se ha transformado en uno de los elementos trascendentes al período de que el interesado concluye conseguir un servicio o beneficio, semejante al medio del uso eficiente de las redes sociales alcanza conseguir este beneficio en las compañías hoteleras. De tal carácter, afiliarse los mercados de circunstancia acertadas de mejorar la posesión de los vinculados de estos patrimonios en estas clasificaciones y la habilidad de argumentación, siendo elementos que aprecian los huéspedes de estas compañías de hoteles. El **aporte** es que permite que su conocimiento hará crecer la validez del triunfo de las maniobras de marketing internacional perfeccionadas en este medio electrónico.

También se puede citar a Martínez y Medina (2019) en su artículo titulado “Tecnologías en la inteligencia artificial para el Marketing: una investigación de la literatura” para lograr la obtención del título de Ingeniero marketing y gestión de negocios, la cual sus estudios fueron realizados en la universidad técnica de Ambato facultad de culturas administrativas Ambato-Ecuador, en la práctica establece el importe incorporado y conseguir eventos esenciales para el interesado, incrementadas con Inteligencia Artificial se ha transformado en algo preciso que puede respaldar ventajas profesionales corporativo. cuyo **objetivo** concurrió que las organizaciones adopten distintos modelos de gestión que sean establecidos en las tecnologías de la inteligencia artificial paraliza la adquisición de disposiciones. La **metodología** que tuvo una búsqueda bibliográfica teniendo como instrumentos libros, artículos, tesis, teniendo como palabras claves como inteligencia artificial, mercadotecnia, dado como resultado que las tendencias de la IA ahorran tiempo en tareas repetitivas mejorando la capacidad y análisis de las transacciones. Se **concluye** que la implementación de la (IA) ayuda en el aprendizaje automático, el interés por el internet de las entidades (IOT) y el Big data componen un vínculo en el valor empresarial. El **aporte** que nos brinda una propuesta resaltante del vigente capítulo científico fue la reconstrucción de una matriz ordenada con sus concernientes líneas de periodo, en donde también se distribuyó un marco con predisposición, representaciones y dispositivos de la Inteligencia artificial en el marketing.

Se seleccionaron los siguientes **antecedentes nacionales**, se tiene

Ramírez Casas (2017) en su tema titulada “La innovación tecnológica y el financiamiento factores que inciden en el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas ferreteras en el distrito de Ayacucho, 2016” para lograr el título competitivo de contador administrativo en la cual sus estudios fueron realizados en el centro universitario Católica los Ángeles Chimbote-Perú, establecer que la servicio bancaria eficientemente interviene para el progreso de las pequeñas y medianas empresas de ferreterías en el distrito de Ayacucho implementado mecanismo necesarios de investigación precedente para la eficaz servicio de las pequeñas y medianas empresas de ferreterías, la cual tuvo como **objetivo** esta investigación de la representación en que la innovación afecta el incremento de las pequeñas y medianas compañías en el país. **Metodología** tuvo un punto de vista cualitativo y fue de modelo documental con un esquema no experimental. Se recolectó una muestra de 30 empresarios del distrito de Ayacucho. Se obtuvo una muestra. De los resultados se obtuvo que el 63% consideran la importancia del financiamiento en las pequeñas y medianas compañías en Ayacucho. Se **concluye** que los métodos utilizados es un componente que ayuda en gran medida al crecimiento de las PYMES, ayudando a brindar un servicio de calidad, además, se debe invertir en la capacitación del personal para que usen de manera óptima los avances tecnológicos obtenidos. El **aporte** es el financiamiento de la empresa internamente de sus propios dueños, fueron productos de sus economías, o de los asociados de una compañía anónima. La reinversión de los patrocinios procedentes por la propia compañía se piensa como un principio de financiamiento interno, no adquiere cumplimiento a largo plazo y nunca la compañía tendrá costos algunos en el préstamo.

También se puede citar a Barrutia Barreto (2020) artículo elaborado cuyo título está determinado “Las TICS en la logística del transporte internacional y su relación con el desarrollo económico de Latinoamérica: Caso Perú” para lograr el Innova Scientific en el centro de valiosos estudios nacionales (CAEN) Perú, el moderno artículo realiza una investigación sobre la categoría del uso de la Tics fuera de estos períodos de perfeccionamiento logística a través del período de los obligaciones necesarias para su perfeccionamiento, de esta carácter forma perseverancia sobre las representaciones a espectador, esto trae desarrollo

económico, cual tuvo como principal **objetivo** la ejecución de una revisión con el fin de entender cómo la tecnología impulsa la logística en el transporte internacional y cómo esto afecta al desarrollo de un país. **metodología** fue una revisión documental, descriptiva y con un esquema no experimental. Del ejemplar realizada se obtiene como resultado que el Perú está evolucionando económicamente, es importante la aplicación de nuevas tecnologías y políticas de logística administrativa. Asimismo, se **concluye** las derivaciones formados en el saliente manifestación consiguen ser ventajosas para la organización del incremento empresarial en Latinoamérica, entendiéndose que los resultados desarrollados que consienten perfeccionar que Perú va en un camino de perfeccionamiento económica pero aún agravan políticas convenientes para perfeccionar la logística productora que al mejorar las tecnologías al nivel del país con el cual se quiere interactuar económicamente, se logra mejorar sustancialmente y optimizar los procesos de traslado y la disminución de los costes. El **aporte** de este trabajo es trascendental que los regímenes favorezcan en perfeccionamientos de infraestructura logísticas de importación universal, con la conclusión de ampliar los servicios portuarios y vías aduaneras que aprueban conseguir profundos niveles de logística para así poder estimular en la economía razonable que contribuya al desarrollo, es de mucha cualidad que los gobiernos pretendan dar sus aportes económicos a consecuencia de las ilustraciones científicas que permiten contentarse en los institutos de investigación que dan aportes diferentes para avances científicos en las Tics asociados a los progresos en logística de transporte.

De igual forma Pimentel Ramírez (2020) en su tesis titulada “La inteligencia artificial y su influencia en la eficiencia del comercio internacional, 2020” para lograr el título de categoría de la carrera de Licenciado en International Business, la cual sus estudios fueron realizados en el centro universitario San Ignacio de Loyola (USIL) Lima-Perú, en esta averiguación se investiga establecer cuál existirá su predominio en el campo, la inteligencia artificial es el primordial comprometido de levantamiento, por lo tanto, se manipuló la investigación de desiguales autores concernientes con el argumento para mantener la importancia del compromiso de la investigación, la cual tuvo como **objetivo** la determinación del efecto que tiene la Tecnología Artificial sobre el comercio internacional. **Metodología**, propuso una

perspectiva cuantitativa y correlacional con un diseño no práctico. Como instrumento se realizó cuestionarios relativos a la temática teniendo una muestra de 37 empresas que cumplen con el uso de tecnologías artificiales en el comercio internacional. En los resultados se menciona que el 63,16% ha escuchado o leído sobre la inteligencia artificial mientras que 31,58% cuenta con conocimiento del tema en mención, conjuntamente el 5,26% presenta una autoridad del argumento de la Inteligencia Artificial. Como **concluye** principal se obtuvo que la (IA) influye positivamente en el comercio internacional, con una correlación de 0.567 con el 0.05 de significancia. Esto a causa de que el uso de asistentes virtuales es una buena solución para agilizar los procesos y los costos. El **aporte** de este trabajo se señala que el experto de la inteligencia artificial aprueba a las computadoras reconocen, procesan y examinan datos, iconografías y lenguaje nos brinda la eventualidad de perfeccionar los conocimientos del comercio internacional y ser más profesionales en las empresas.

“TECNOLOGÍAS ARTIFICIALES Y EL COMERCIO INTERNACIONAL DE LAS MYPES DEL PUERTO DEL CALLAO 2020– 2021”

Para realizar las **teorías relacionadas al tema** y completar el completar el trabajo de investigación, se amplió teorías que están desarrolladas tanto para Tecnologías Artificiales aplicando al Comercio Internacional en la cual se desarrollara fuentes bibliográficas de autores, con el propósito de poder así ir formando el cuerpo del trabajo de investigación.

En Ecuador, el comercio internacional es la importación o exportación de mercancía entre dos o más naciones, el cual ayuda a desarrollar a los países y a obtener recursos que no poseen en su territorio. Para Toscano et al. (2019) es aquella acción económica la cual tiene como finalidad el cambio de bienes entre los ciudadanos de diferentes países a través de las exportaciones (enviar mercancía al exterior) e importaciones (comprar mercancía en el exterior).

Concretando la Tecnología Artificial como algo muy importante que abarca la ciencia de la informática, que trabaja la resolución de problemas por medio de algoritmos mediante el uso de cualquier técnica de informática disponible, independiente de la forma de razonamiento de los métodos aplicados para lograr

esa resolución, Fleifel (2011).

La Tecnología Artificial se entiende como la sistematización de movimientos que relacionamos con métodos de pensamiento humano, con actividades tales como la toma de decisiones, la resolución de problemas y el aprendizaje, la Inteligencia Artificial interpreta como la capacidad que tienen las máquinas para realizar tareas que en el instante son elaboradas por personas, Bellman (1999).

En Chile, Cabral López (2020) expresa que el comercio exterior es una actividad primordial para la economía de cualquier país, permitiéndole desarrollarse económicamente bajo el contexto de la cooperación internacional y ayuda a obtener recursos, generar empleos, aumentar la producción y la creación de acuerdos que de otra forma no serían posibles, la Tecnología Artificial y sus ramas.

Amazon (2018) concreta que el Sistema de Blockchain o sistema Automático de seguridad como una relación de algoritmos que consiguen asimilar de fichas registrados y efectuar predicciones a partir de ellos, optimizar una situación de ventaja definitiva, despegar estructuras ocultas de datos y clasificar los datos en representaciones concisas. Por otro lado, Arthur Samuel (1990) explica el Sistema de Blockchain como el campo de estudio que brinda a las computadoras la capacidad de dar seguridad sin estar programadas explícitamente la Seguridad en las transacciones.

Básicamente, el Sistema de Blockchain es el desplazamiento que tiene una computadora de detectar la Seguridad en las transacciones, tomar decisiones y Seguridad en las transacciones pronosticar en establecer en un considerable aumento de información, asimismo destacada como Big Data, dosificada interiormente de estar vinculados con la seguridad. Por lo tanto, al mencionar esto, podemos asumir que gracias al Sistema de Blockchain una maquina tiene algunas capacidades humanas notables, sin embargo, aún no están al mismo nivel de inteligencia. Cabe mencionar que la eficacia o precisión del trabajo del Sistema de Blockchain dependerá de la calidad y cantidad de datos que se le den para trabajar.

Amazon utiliza el Sistema de Blockchain para anunciar los resultados futuros basados a partir de datos auténticos, como pronosticar la cantidad de ventas para

trimestres financieros, estimar del perfil los usuarios con más probabilidades de estar insatisfecho de ser leales a una marca. Estas predicciones permiten a una empresa tomar mejores decisiones empresariales, así como también tener una mejor idea de cómo implementar estrategias de marketing, servicios al cliente, ventas y más.

En otro orden de ideas, es necesario explicar ciertos conceptos y teorías para la comprensión del presente trabajo de investigación. Primeramente, se describe qué es el comercio internacional. Para Toscano et al. (2019) este tipo de comercio es un grupo de intervenciones productivas de exportación e importación de recursos y servicios, también se destaca al poseer una alta interacción de los entes públicos que regulan el ingreso y salida de mercancía de un país. Este intercambio comercial es importante porque fomenta el desarrollo económico de un país y permite aumentar el bienestar de las naciones y sus habitantes.

Así como Amazon, hay miles de empresas que ya se están uniendo a este nuevo producto revolucionario ya sea porque ven que pueden obtener beneficios, tengan una política innovadora o por curiosidad. Mayormente, las empresas optan por escoger productos del Sistema de Blockchain porque en su compañía o industria han reconocido un problema que es difícil o lleva mucho tiempo para que el empleado lo resuelva repetitivamente y ven en el Sistema de Blockchain la solución ideal para este proceso. Sin embargo, existe un gran número de empresas que aún no utilizan estos productos porque no tienen conocimiento alguno de este.

Macchiavello (2008), define la Tecnología Artificial como una ciencia o tecnología, que trabaja en el diseño y construcción de máquinas capaces de realizar tareas por humanos o que requieren el uso de inteligencia. Las ramas de la ciencia y tecnologías de las que deriva podrían ser: el álgebra, controladores lógicos programables, las máquinas de estado y la mecánica o la informática.

La Tecnología Artificial básicamente se divide en ramas de la Tecnología. Debidamente, la Tecnología Artificial ya tiene un desempeño admirable ya que realiza tareas complejas que mayormente requieren de mucho trabajo para los humanos. Sin embargo, este se encuentra limitado a tareas específicas y repetitivas sin el uso de una inteligencia parecida a la de las personas. Es aquí donde entra la

gran ayuda de la Inteligencia Artificial. Esta le brinda a los Asistentes Digitales la capacidad de desarrollar habilidades cognitivas, a menudo relacionadas con la inteligencia humana, como la capacidad de comprender, hablar, escuchar, decidir y razonar.

En el caso de los Asistentes Digitales con tecnología Artificial, se están dando grandes avances en el desarrollo de robots con las capacidades suficientes para realizar algunas tareas destacables del ser humano. De tal manera que esto está creciendo cada vez más. Actualmente, los países y las empresas internacionales invierten miles de millones de dólares en investigaciones y desarrollo de robots con Inteligencia Artificial, por ejemplo, Google y China. Esto se da porque se dan cuenta que existen inmensos beneficios de implementar este producto a sus procesos de negocio. Por ejemplo, en China es común ver Robots en un restaurante atendiendo los pedidos y llevando la comida a la mesa o robots bailando una sincronizada coreografía o robots vendiendo productos en una tienda de ropa o cualquier otra.

Mayormente, se utiliza la tecnología Artificial con Inteligencia Artificial se utiliza en los sectores fábricas y comercios, donde el proceso llevado a cabo por un grupo de personas suele ser muy tediosos, repetitivos, agotadores y costosos. Por ejemplo, en las fábricas, se puede implementar los productos los Asistentes Digitales con Tecnología Artificial en varias áreas del proceso de producción, también en logística, varias empresas utilizan productos de los Asistentes Digitales con Inteligencia Artificial para transportar productos, insumos, cajas, soldaduras, cortar, ensamblar, empaquetar, etiquetar, mayormente se utilizan los robots para actividades repetitivas ya que estos no cometen errores ni sufren de fatiga o cansancio como los humanos. Además, en algunos países como EEUU y China, los Asistentes Digitales ya son utilizados en los hogares cumpliendo tareas como servir de acompañantes para personas mayores, brindar seguridad a los hogares, como medio de entretenimiento y algunas actividades de limpieza y reparación. Además, los robots son utilizados para realizar tareas que resultan ser muy peligrosas para los humanos, por ejemplo, trabajar en un submarino a miles de kilómetros en la profundidad del mar, tareas de rescate arriesgadas, desactivación de bombas y limpieza de desechos químicos en lugares contaminados. Otras áreas

donde los robots ya son utilizados son la exploración, por ejemplo, los robots son enviados al espacio para realizar tareas específicas como recolectar información para luego estudiarla, por otro lado, en el campo de la salud los utilizan para realizar operaciones con gran precisión y dar asistencia a personas discapacitadas o ancianos.

Ostroske (2018) especifica que un Asistente Digital da como una interfaz de web que reconoce al beneficiario recoger respuestas a una pregunta y recibir información a través de un sistema. Un asistente Digital es una utilidad de la rama de la informática capaz de reconocer el lenguaje humano, escuchar y comprender ese lenguaje, y procesarlo y dar una respuesta o comentario en respuesta a una plática. Es decir, es un programa que por su capacidad de almacenar y procesar y además de describir con una voz y en algunos temas un aspecto humano, es capaz de establecer una conversación natural entre la maquina y un humano.

Evidentemente, un Asistente Digitales un programa de computador que funciona como la de ser un facilitador para cualquier persona que busque algo en específico. Usualmente, los asistentes virtuales se utilizan mediante los celulares, computadoras o plataformas digitales. Las personas y las empresas han estado utilizando esta tecnología a partir del año 2011 con la aparición de (Siri), que puede considera el primer asistente virtual ofrecido por Apple y Siri Inc.

Los Asistentes Digitales puede ayudarte o decirte lo que tú quieras o tengas en mente, de esta forma se pueden implementar en varias áreas de las empresas como, por ejemplo, en el área de atención al cliente y fidelización ya que pueden ayudar a solucionar las dudas que tengan los clientes sobre el producto, empresa, precios, promociones, canales de distribución, centros de atención y varias utilidades mas según la necesidad del usuario. Gracias a la implementación de la Inteligencia Artificial a los Asistentes Virtuales estos han mejorado muchísimo su capacidad de interacción ya que cuentan con la capacidad de aprender autónomamente de cada conversación y perfeccionarse cada vez más.

Según la misma autora, la exportación de mercancía para un país, representa la entrada de moneda extranjera, por lo tanto, la mejora la imagen y competitividad internacional, una mejora en el aprovechamiento de la producción

nacional. Sin embargo, es importante tomar en cuenta si se conserva el desplazamiento de producción para desempeñar con las cantidades requeridas, si se practica con los esquemas de disposición y especificaciones técnicas exigidas, el cálculo adecuado de los gastos de producción y transporte para saber si es rentables y si se cuenta con el apoyo de los gobiernos del otro país (Toscano et al. 2019).

En el caso de la importación, es la entrada legal, regulada por las entidades aduaneras de un país, de mercancía fabricada en el exterior y que será consumida por la población. Además, es un factor que en términos generales los gobiernos de los países no buscan mejorar, sin embargo, representa una oportunidad de acceso a nuevas tecnologías y el aprovechamiento de los avances de otros países, esto no solo es importante para la economía, sino que también para sectores como la salud que se ven altamente beneficiados por las importaciones de equipos y medicamentos (Toscano et al. 2019)

Para que un país se desarrolle adecuadamente no solo depende del comercio interno del mismo si no también de las transacciones internacionales, esta relación se puede observar en la balanza comercial, que según Díaz Bringas (2019), no es más que la relación entre lo que se exporta e importa y no es común que se encuentre en equilibrio, si la importación es mayor el país se encuentra en déficit y si la exportación es mayor se encuentra en superávit, y según el comportamiento de esta cuenta se puede inferir el endeudamiento del país. Además, es importante recalcar que al ser parte del Producto interno bruto (PIB) de una nación, sus variaciones pueden afectar el panorama laboral, el nivel de producción y en general el desarrollo de un país.

Cabe aclarar que el PIB, según Sevilla Arias (2020), es un indicador económico que muestra el importe financiero de inmuebles los servicios y bienes que son elaborados por un país o un espacio delimitado, en un lapso específico de tiempo. Este sirve para conocer las riquezas de un país, se expresa que un país se ha desarrollado económicamente para incrementar este indicador.

Ahora bien, después de haber definido la variable relacionada al comercio internacional, se pasará a hablar de las nuevas tecnologías en donde la

globalización cumple un papel muy importante, en palabra de Coppelli Ortiz (2018), la globalización es un fenómeno el cual está constituido por las crecientes interconexiones entre los diferentes países a nivel mundial, también indica que, los adelantos tecnológicos han acelerado el proceso aumentando la rapidez de los intercambios comerciales y financieros de forma internacional.

Sin embargo, este fenómeno genera también una creciente competencia al disponer de una mayor variedad de productos en el mercado; el aumento de las exigencias de los compradores; menor ganancia para mantener la competitividad de los precios frente a la competencia y se requiere estar en innovación permanente (Coppelli Ortiz, 2018).

Asimismo, Westreicher (2020) indica que desde el punto de vista financiero la globalización representa la integración entre las diferentes naciones del mundo, aportándole movilidad a los capitales financieros y una mayor movilidad del capital humano. Esta globalización es propiciada por los acuerdos internacionales y las tecnologías, generando ventajas como, el ofrecer productos y servicios a naciones que no tienen acceso a estos, genera nuevas oportunidades de negocio, permite el intercambio de culturas, así como mayor variedad para invertir en negocios emergentes.

Entonces, se puede observar que, según los autores, las nuevas tecnologías son un medio importante para la conexión entre países y el desenvolvimiento en el comercio internacional. Para Landín Álvarez (2018) la tecnología de la averiguación y declaración, son propiedades, programas y herramientas que se manejan para resolver, gestionar, compartir, proporcionar y transmitir investigación mediante diversas formas de medios tecnológicos como televisores, teléfonos móviles, computadoras, reproductores portátiles de audio y vídeo, entre otros.

Además, el instrumento de las nuevas tecnologías en la compañía es trascendental ya que proporcionan muchos productos, a manera de correo electrónico, recuperación de información, banca en línea, descarga de música y películas, comercio electrónico y otros. Y en el caso del comercio internacional, el papel de estas ha sido inestimable, ya que su uso ha reducido las distancias físicas, cambiando la forma de hacer negocios y sus requisitos. (Landín Álvarez, 2018)

Según el Instituto de Estudios Bursátiles (IEB, 2017), las nuevas tecnologías en las finanzas han ganado influencia gracias a la innovación, como el uso de las huellas dactilares para el procesamiento de pagos o incluso la voz, lo que hace que las transacciones financieras digitales sean más seguras tanto para la obtención como para el negocio de los productos o servicios. Esto indica que el nivel de comercio sigue utilizando las TIC para sus transacciones y los medios para especificar y ejecutar sus actividades de importación y exportación en el mercado mundial.

Además, la automatización se encarga de una amplia variedad de tareas del trabajo que llevan a las empresas a mejorar el rendimiento, la calidad y la rapidez, proporcionando resultados que optimizan la producción y rentabilidad. Esto sugiere que el personal debe adaptarse a la automatización, trabajar en combinación con las nuevas tecnologías para lograr una mayor productividad, educación, capacitación, transferencia, redes de seguridad para adquirir nuevas habilidades, innovar en la fase de automatización y luego generar más y mejores transacciones comerciales (Manyika et al., 2017).

Actualmente, el Puerto del Callao es administrado por tres operadores portuarios, atracaderos sur y norte y muelle de Minerales, respectivamente corresponden DPW, APM y transportadora Callao.

APM TERMINALS Muelle CALLAO, a diferencia de DP WORLD, está planteado hacia contenedores y carga general como metales, granos, fertilizantes y químicos, carbón, vegetales, aceite de pescado, maquinaria, entre otros ofrece monedas de alto valor al país receptor tratamiento especial.

En el transcurso de los años el movimiento de la cantidad de la naves y contenedores siguen creciendo por la alta demanda que cuenta el comercio exterior. A partir del año 2012 se puede visualizar que el movimiento de los contenedores ha incrementado sin embargo DPW es el que tiene que mayor concentración de movimiento de contenedores por la infraestructura que cuenta (Martínez, Tinajeros, Zevallos, & Zerpa, 2016).

En el año 2020, se registró que la tasa de ocupación de DPW, APM y

TRANSPORTADORA CALLAO, supero el 70 %, lo cual refleja que se encuentran saturados y esto ocasiona la espera de los buques para atracar, y que la productividad de las grúas no sea la esperada ya que por ejemplo en ese mismo año se pudo observar que hubo una baja de 24 a 21 contenedores por hora (Andrade,2015). Con lo mencionado se evidencia que los puertos se encuentran saturados para la atención de los contenedores.

Con respecto a las demoras, los cuellos de botella se generan fuera y dentro del terminal portuario; no cuentan un sistema integrado para citas y turnos los cuales se generen mediante la página web; y los choferes puedan acercarse cada uno con su respectivo turno y datos registrados; con lo cual se ahorraría mucho tiempo.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación: La actual investigación es de tipo Básica debido a que ambos dependen de los datos obtenidos y respectivos avances al redactar de los resultados que se recolectaron a través del instrumento de medición, de este modo con enfoque cuantitativo y con un diseño de investigación es no experimental - transversal descriptivo, Según Vara Horna (2010) el enfoque cuantitativo tiene como objetivo examinar datos numéricos especialmente en el campo de la estadística. De acuerdo con “Vargas Cordero (2008) menciona la investigación estudiada a manera una forma de estar al tanto de las realidades mediante pruebas científicas”. Esto concuerda con la investigación porque se fundamentan los problemas identificados obteniendo conocimientos actuales de las tecnologías emergentes y su relación con el comercio. Asimismo, el **diseño de investigación** es descriptivo. Para Hernández y Mendoza (2018) es debido a que contiene como finalidad detallar características de conceptos y mediar las variables obteniendo una solución a un problema específico de una colectividad, buscando, además, propiciar un cambio a nivel social, así como dentro de la realidad económica; de modo que se tome conciencia de los procesos de cambio. La investigación sólo

propone analizar el estado actual de las variables y su relación que conllevan. **Nivel de investigación:** el nivel de investigación es descriptivo se usa para describir las características del sujeto, población para luego estudiarlo indicando los rasgos diferenciadores bajo una situación más concreta logrando así conocer las actitudes más predominantes con la descripción exacta de los procesos, con la meta de identificar las relaciones que puede existir entre las dos variables recogiendo datos bajo la base de una hipótesis bien planteada. (Sampieri 2018, p.151).

La investigación descriptiva se basa bajo un conjunto de conocimientos de rango sólida de este modo se encargará de precisar la propiedad de la población que es objeto de estudio, esta mitología se centra en el “por qué” y el “que” del proceso de investigación de esta manera se evita centrarse en las razones por que se produce la determinada manifestación (Rosa Jimenez p. 19)

Esta investigación se desarrollará bajo un nivel descriptivo que permitirá describir los datos obtenidos ya sea fenómeno o población de estudio.

Sobre el objetivo de la investigación de nivel descriptivo Fernández Collado (2014) “el objetivo no es indicar cómo se relacionan las dos variables únicamente lo que pretende es recoger toda la información necesaria bajo un carácter independiente de los conceptos recolectados” (p.125)

Enfoque de investigación: “la investigación cuantitativa permite analizar la mediciones y realidad del comportamiento de la problemática que se planteó, en esta investigación se plantea unas preguntas y problemas que con el propósito de demostrar la hipótesis en la cual se emplea ensayos no experimentales para el estudio de causa – efecto conllevando así a una investigación bajo un proceso deductivo, logrando así poder difundir los resultados” (Sampieri 2018, p.37).

Esta investigación se desarrolla bajo un enfoque cuantitativo porque permitirá evaluar y observar en el entorno del objeto de estudio, permitiendo así poder crear ideas bajo los objetos que se observan demostrando así comenzar y aumentar sus conocimientos.

3.2 Variables y operacionalización

La presente investigación cuenta con dos variables, una es la variable I “Tecnologías artificiales” y la variable II “Comercio Internacional, las cuales se van a definir de manera conceptual.

3.2.1 Operacionalización de variables:

Variable I: Tecnología artificial

El conocimiento de la operacional de la variable 1 Tecnología artificial está definida por sus dimensiones: Sistema blockchain, digitalización en las aduanas e inteligencia artificial que se muestra en el siguiente cuadro (Ver Anexo 2).

Según Red cultural del banco de la república (Banrepcultural, 2020) indica sobre las tecnologías artificiales son todos aquellos medios tecnológicos, los cuales hicieron aparición en los últimos años y que facilitan el intercambio de información y la comunicación como por ejemplo el internet, las computadoras, la inteligencia artificial entre otros.

Dimensión de la Variable I: Sistema Blockchain.

Según, (Abeyratne & Monfared, 2016). Nos dice que esta tecnología, Recientemente los gobiernos y las grandes empresas han investigado para aplicar y mejorar esta tecnología en diversas áreas de aplicación que van desde la legislación financiera, social e industrial hasta el diseño, fabricación e implementación en redes de cadenas de suministro.

Dimensión de la Variable I: Digitalización de las Aduanas.

La Organización Mundial del Comercio (OMC) y la Organización Mundial de Aduanas (OMA), se han determinado convenios para facilitar el comercio, conformando y dando solución de las programaciones y las experiencias aduaneras. Estos acuerdos también contemplan el uso de las tecnologías de la información y de los medios electrónicos para la operación aduanera, solucionando mejores prácticas internacionales, asistencia técnica y creación de capacidades en este campo, bajo el convencimiento de que la transformación digital puede reducir

significativamente los costos comerciales y los periodos de tránsito (Estevadeordal, Rodríguez y Volpe, 2020).

Dimensión de la Variable 1: Inteligencia Artificial.

Según Martínez y Medina (2019), En la actualidad, crear valor agregado y alcanzar nuevas experiencias para el consumidor, potenciadas con tecnología artificial se ha transformado en una categoría que puede propiciar ventajas competitivas de las empresas.

Variable 2: Comercio Internacional

El conocimiento de la operacional de la variable 2: comercio Internacional, está definida por sus dimensiones: Importación, exportación y globalización que se visualiza en el siguiente cuadro (Ver Anexo 2)

El comercio Internacional promueve el desarrollo económico inclusivo y la disminución de la pobreza, también contribuye a impulsar el progreso sostenible, es el intercambio de transacciones, ventas (exportaciones), o compras (importaciones) de bienes (ONU, 2015)

Se está considerando en esta investigación un cuestionario para cada variable, que consta de 12 preguntas por cada cuestionario con la escala de Likert, siendo las siguientes: SI, NO. Para más detalles e indagación. (Ver Anexo 2).

Dimensión de la Variable 2: Importación.

La Organización Mundial del Comercio (OMC) como en la Organización Mundial de Aduanas (OMA), se han determinado alianzas para proporcionar el comercio internacional, concordando mediante la resolución de las programaciones y las prácticas aduaneras. Estos convenios además observan el uso de las tecnologías de la investigación y de los medios electrónicos para la operación aduanera, proporcionando mejores prácticas internacionales, asistencia técnica y creación de capacidades en este campo, bajo el convencimiento de que la transformación digital puede reducir los costos comerciales y el flujo de las

embarcaciones (Estevadeordal et al. 2020).

Dimensión de la Variable 2: Exportación.

De acuerdo a la Ley General de Aduanas (2018), la exportación de productos es un régimen aduanero que permite el retiro del producto nacional o del producto final nacionalizado del territorio aduanero. Se define que la exportación es una compra y venta que se realiza fuera de la frontera aduanera en las que se ubica la empresa. La misma tecnología utilizada para la venta deber utilizarse para la exportación.

Dimensión de la Variable 2: Globalización.

Según, Westreicher (2020) indica que desde el punto de vista económico la globalización representa la integración entre las diferentes naciones del mundo, aportándole movilidad a los capitales financieros y una mayor movilidad del capital humano. Esta globalización es propiciada por los acuerdos internacionales y las tecnologías, generando ventajas como, el ofrecer productos y servicios a naciones que no tienen acceso a estos, genera nuevas oportunidades de negocio, permite el intercambio de culturas, así como mayor variedad para invertir en negocios emergentes.

3.3 Población (criterios de selección), muestra y muestreo, unidad de análisis

POBLACIÓN: La población está definida por el grupo de todos los sujetos, elementos en las cuales serán objetos de estudio que ayudarán en la investigación a aplicarlos para determinar y demostrar los objetivos e hipótesis planteados.

Una vez que se haya definido la unidad de todo trabajo de la investigación, se debe procurar señalar cuál será la población de estudio y tener conocimiento cómo interpretar los resultados para luego poder definir estos resultados (Hernandez, 2010, p.174).

Para este trabajo se definirá un total de las empresas del rubro comercio internacional que cuentan con las tecnologías artificiales que hoy en día se está utilizando, abarcando las MYPES del puerto del Callao.

Criterios de inclusión: Empresas que son formales como activos en SUNAT (Estado del contribuyente) que pertenezcan al Callao cuyas actividades del comercio sean relacionadas con las tecnologías artificiales.

MUESTRA: Para concluir la muestra se requiere permitir y alcanzar la confiabilidad a través de un método confiable que facilite dicho valor de muestra con la debida población definida que será importante para aplicar una muestra confiable, con respecto al muestreo será probabilístico aleatorio simple.

Hernández (2010) “Entre las muestras vienen hacer la parte seleccionada de la población de estudio, por lo general la población de estudio es muy extensa y estudiar todo eso conlleva al investigador tomarse su tiempo de este modo se aplicará la metodología de la muestra que es más práctico para reducir la población de estudio” (p.170).

La muestra para el trabajo de investigación se redujo a partir de la observación técnica que se hizo en el lugar de estudio, dando a determinar la posible muestra de las empresas que se dedican al rubro del comercio internacional, para contribuir un proceso de desarrollo de manera óptima que ayude en agilizar la comunicación, la decisión de los negocios y las transacciones a través de la innovación.

Considerando que la población de las empresas cuyo rubro sea el Comercio en el puerto del Callao, se determinará el tamaño de la muestra mediante un muestreo no probabilístico aleatorio simple porque se eligieron a las empresas aleatoriamente sin considerar sesgo de selección. Neus Canal Díaz (2006) menciona que cada elemento de la población tiene la misma probabilidad de ser elegido para formar parte de la muestra.

Para Calcular la muestra se utilizó la formula correspondiente que se presenta a continuación.

$$N = \frac{N * Z^2 p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 p * q}$$

Dónde:

Nivel de Confiabilidad: 95%

d = 5% error de estimación

Z = 1,96 con un nivel de confianza del 95%

p = 0,5 de estimado

q = 0,5 de estimado

N = 27

$$N = \frac{(27)(1.96)^2(0,5)(0,5)}{(0.05)^2(27 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$N = \frac{25.9308}{1.0254}$$

Resultados de la Formula: N = 25

Con la fórmula aplicada, cuyos resultados se obtuvieron de la realización de un relevamiento de 25 empresas (MYPES) por parte del Puerto del Callao, que tuvo una amplia experiencia para nuestro estudio (Anexo 2), La ventaja del muestreo probabilístico de un punto de vista cuantitativo. Es útil para determinar un diseño de estudio que no requiere demasiada "representación" de los elementos de un conjunto, sino una selección más cuidadosa. Los casos cuidadosos y controlados con ciertas características se especificaron previamente en el enunciado del problema (Sampieri et al., 2014).

MUESTREO: Vara (2012) este modelo nos indica que el muestreo es el desarrollo de elección de una parte específica de la población. Se concreta que existen dos tipos de muestreo: probabilístico y no probabilístico.

Para esta tesis utilizamos la muestra a utilizar será probabilístico aleatorio simple puesto que se adoptaron por elegir a las compañías por aleatoriamente sin definir el sesgo de selección, tomando en consideración que la población de compañías cuyo mercado sea del comercio internacional y posean un reconocimiento o compensadas públicamente por instituciones que promuevan el uso de tecnologías en el comercio internacional.

ESCENARIO DE ESTUDIO: El lugar de estudio será ubicado en el Callao que brinden servicios en zonas aldeanas al puerto del Callao, se escogió estas empresas como escenario de estudio, lo que se busca con esta con esta investigación es dar conocimiento sobre las tecnologías artificiales que estas aportan a optimizar una gestión en distintas empresas del comercio Internacional que conllevan a facilitar la comunicación y las transacciones a los distintos negocios del rubro comercial.

3.4 Técnicas e instrumento de recolección de datos

Técnicas de recolecciones datos: La técnica de la observación de datos no experimental se denomina como la tarea de observar el objeto o lugar de estudio de esta manera se requiere recoger toda la información, de este modo se debe de tomar esto como una técnica solamente de complemento y no de técnica de conceptos de competidoras ya que se busca que el investigador pueda unir a función y el tipo de investigación en lo que se propone. (Hernandez, 2015 p.15)

De esta manera para la investigación de estudio se usará la técnica de la observación no experimental para dominio de recoger datos que se aprovechará para poder seguir avanzando con la investigación, mediante el uso de datos necesarios elaborados con el beneficio de marco teórico en la cual estarán dirigidas a las empresas privadas que serán el objeto de estudio.

Instrumento de recolección de datos: Hernández Sampieri (2010) indico que: El instrumento que se usará en este trabajo para recoger y recolectar los datos necesarios viene hacer encuestas (formularios de forms) elaboradas con la ayuda del marco teórico dando respuestas cerradas por cada nivel de indicadores y dimensiones de estudio. (Hernández 2010, p.20)

En las preguntas cuestionadas se empleó, de tres dimensiones que corresponden a la primera variable “Tecnología Artificial” entre las que destacan: Sistema de Blockchain, Digitalización de las Aduanas e Inteligencia Artificial. La Interpretación definitiva del cuestionario se mide mediante la utilización de escala de Likert, cuyas puntuaciones irán desde “1” (Completamente de acuerdo), “2” (En

desacuerdo), "3" (Ni de acuerdo, ni desacuerdo) "4" (De Acuerdo) y "5" (Completamente de acuerdo).

Tabla 1 Distribución de las Preguntas Por Dimensiones

<i>DIMENSIONES</i>	<i>ÍTEMS</i>	<i>NIVELES</i>	<i>PUNTUACIÓN</i>
SISTEMA DE BLOCKCHAIN	01 - 04	Baja efectividad, mediana efectividad y alta efectividad	1 - 5
DIGITALIZACIÓN DE LAS ADUANAS	05 - 08	Baja efectividad, mediana efectividad y alta efectividad	1 - 5
INTELIGENCIA ARTIFICIAL	09 - 12	Baja efectividad, mediana efectividad y alta efectividad	1 - 5

Fuente: Elaboración Propia.

También se utilizan dos dimensiones para este estudio, que corresponden exactamente al Comercio Internacional, donde se destaca: Importaciones, Exportaciones y Globalización. La versión final del cuestionario se midió mediante la escala Likert, con puntuaciones que iban desde "1" (Completamente de acuerdo), "2" (En desacuerdo), "3" (Ni de acuerdo ni en desacuerdo). " " (De acuerdo) y "5" (Completamente de acuerdo).

Tabla 2 Distribución de las Preguntas Por Dimensiones

<i>DIMENSIONES</i>	<i>ÍTEMS</i>	<i>NIVELES</i>	<i>PUNTUACIÓN</i>
IMPORTACIONES	01 - 04	Baja efectividad, mediana efectividad y alta efectividad	1 - 5
EXPORTACIONES	05 - 08	Baja efectividad, mediana efectividad y alta efectividad	1 - 5
GLOBALIZACIÓN	09 - 12	Baja efectividad, mediana efectividad y alta efectividad	1 - 5

Fuente: Elaboración Propia.

Validez: “La validez de un instrumento debe ser procesado por un juicio de expertos en la cual ayudarán al instrumento saber si es posible aplicar dicho trabajo para recolectar la información necesaria que será agregada en nuestro trabajo de investigación ayuda a validar el instrumento; igualmente debe de estar sometido a juicio de especialistas en metodología de la investigación en la cual estos brindan opiniones para el contenido de formar información segura y confiable” (Ramírez, 2007 p.30).

Para validar si mi trabajo de investigación es confiable como investigador el instrumento de validez donde se medirá las dos variables de investigación que viene hacer tecnología artificial y comercio internacional deben ser sometidos bajo un grupo de juicio de jueces expertos, la cual está agrupada por varios profesionales de grado de magíster de Negocios Internacionales del centro universitario Cesar Vallejo, la cuales dedicarán si dicho cuestionario que se realizó de la presente investigación es aplicada o se desea corregir dicho cuestionario. (Ver anexo 2)

Tabla N°3: Validación de los expertos

Aplicabilidad						
	Tecnologías artificiales			Comercio Internacional		
Expertos	Conformidad	Excelencia	Claridad	Conformidad	Excelencia	Claridad
Patricia Maribel Yllescas Rodriguez	Aplicable	Aplicable	Aplicable	Aplicable	Aplicable	Aplicable
Rogger Moran Santamaría	Aplicable	Aplicable	Aplicable	Aplicable	Aplicable	Aplicable
Roberto Macha Huamán	Aplicable	Aplicable	Aplicable	Aplicable	Aplicable	Aplicable

Fuente: Elaboración propia

De la misma manera, Gutiérrez (2010), muestra que el coeficiente Alfa de Cronbach es el grado en que un instrumento implica los resultados más consistentes y tiene coherencia entre sí. Es por ello, que la aplicación repetida de

la herramienta de resultados que mantienen relación. Definitivamente, se utilizará la prueba de confiabilidad Alfa de Cronbach, con un piloto de 20 Empresas comerciales para ambas variables; con un total de 20 preguntas.

Tabla 4

Resumen de procesamiento de casos			
		N°	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido^a	0	,0
	Total	10	100,0
a). La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.			

Estadísticas de fiabilidad de la de la variable Tecnología Artificial	
Alfa de Cronbach	N° de elementos
,850	10

Fuente: SPSS v.24

Tabla 5

Resumen de procesamiento de casos			
		N°	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido^a	0	,0
	Total	10	100,0
a). La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.			

Estadísticas de fiabilidad de la variable Comercio Internacional	
Alfa de Cronbach	N° de elementos
,885	10

Fuente: SPSS v.24

Se evidencia en la tabla 1 y 2, se utilizó la prueba piloto como parte de confiabilidad se utilizó el Alfa de Cronbach, igualmente, se observa que el dato arrojado fue de ,850 al respecto, el fenómeno de estudio denominado Tecnología Artificial tiene buena confiabilidad; mientras que el fenómeno de estudio denominado Comercio Internacional, da como resultado 0,885 en conclusión, se afirma que dicho

fenómeno de estudio tiene una buena confiabilidad.

Confiabilidad: “La confiabilidad permite resolver los posibles problemas teóricos como también los prácticos dando referencia a una estabilidad por parte de una investigación en la cual considera las posibles varianzas de una media sistemática de nivel de confianza de la investigación que se planteó por el investigador” (Hernández 2010 p.248).

Para validar la confiabilidad se debe saber el grado de confiabilidad de las dos variables con la ayuda de la implementación de unas encuestas (formularios de forms) en la cual permitirá obtener resultados con igualdad de respuestas, en la cual no requieren pruebas paralelas repitiendo sólo para sujetos de ítems que puedan codificarse con 1 – 0 (Incorrecto – Correcto). Para proceder a realizar estos análisis será a través de software (SPSS) con la ayuda de las variables planteadas e indicadores de estudio en la cual está predominada.

3.5 Procedimientos

Para el proceso de la tesis se utilizó una serie de pasos puntuales que se especificara a continuación:

- Primeramente, se estableció la búsqueda de información relacionada a las variables de estudio para poder ampliar más los datos, ideas y constar en el cuerpo de la tesis.
- Se determinó las variables de estudio, así también se seleccionaron las dimensiones y posteriormente los indicadores de estudio.
- Se realizó la búsqueda de información de teorías relacionadas para definir así los conceptos de cada indicadores y dimensiones.
- Se realizó una evolución de las MYPES empresas, visita in situ al lugar de estudio, ubicadas en Callao.
- Se determinó la validez de la tesis con una utilización de juicios de expertos dando así una confiabilidad aceptable.
- Se elaboraron fichas de recolección de datos que permitirán como uso de una herramienta para recolectar información y así elaborar el cuerpo de la tesis.
- Una vez ya determinados los lugares de estudio se procedió a seleccionar las MYPES empresas que se encuentran en el Callao, que deseen ser

estudiadas y analizadas para posterior realizar un estudio del mercado y sacar la información de la Tecnología Artificial utilizada.

- Se procedió con la toma de medidas de las fichas técnicas para sacar la información y pasarla al SPSS, Para posteriormente ser analizadas.
- Finalmente, con los resultados del Software (SPSS) concluidos, se analizó cada detalle y resultado, dando así una interpretación mediante gráficos y tablas.

3.6 Método de análisis de información

Para el análisis de datos se utilizará el software (SPSS), que permita saber los resultados obtenidos por las entrevistas de recolección de datos, con la ayuda de formatos de fichas de recolección de datos que ayudan a redactar y resolver la hipótesis que se planteó para seguir continuando con el trabajo de investigación, que permitirá así recolectar información y datos necesarios ante la posible problemática que existe en el puerto del Callao de este modo bajo esta investigación permitirá a las MYPES empresas dar un aporte técnico y profesionales con conocimientos que se elaboraron gracias a las observaciones del puerto del Callao que viene a ser las Tecnologías Artificiales.

3.7 Aspectos Éticos.

Esta investigación se destina a examinar y desplegar los conocimientos de las recomendaciones de las variables que son Tecnología artificial y el comercio internacional, se disputa las plataformas teóricas examinando e indicando los términos de vista de diferentes autores expertos en los relativos temas, tanto en variables como sus relativos indicadores.

IV. RESULTADOS

En cada una de estas tablas se presenta estadísticas descriptivas, es decir, cada pregunta pertenece a las dimensiones estudiadas, en este caso; producto, precio, distribución y promoción. Esto se analizará a través de tablas donde la frecuencia absoluta y la frecuencia relativa en porcentaje aparecen en las columnas, lo que nos permitirá conocer la situación actual de cada una de ellas, respectivamente. Asimismo, se puede comprobar su efectividad a través de la tabla donde se muestra el nivel de efectividad. será visto. de cada uno de ellos, es la escala; eficiencia baja, media y alta.

4.1 Resultados descriptivos de la variable Tecnología Artificial.

Tabla 6.*Confiabilidad por Alfa de Cronbach de la variable Tecnología Artificial*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,723	12

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 6, se observa que el instrumento de medición para la variable tecnología Artificial obtuvo una puntuación de 0.723, por lo que se garantiza la confiabilidad para su aplicación en una muestra específica, ya que, cuando se alcanzan valores mayores a 0.7, el Alfa de Cronbach dota de confiabilidad elevada a la herramienta diseñada.

4.2 Resultados descriptivos de la variable Comercio Internacional.

Tabla 7.*Confiabilidad por Alfa de Cronbach de la variable Comercio Internacional*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,669	12

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 7, se observa que el instrumento de medición para la variable Comercio Internacional obtuvo una puntuación de 0.669, por lo que se posibilita la confiabilidad para su aplicación en una muestra específica, ya que, cuando se alcanzan valores menores, pero cercanos a 0.7, el Alfa de Cronbach dota de confiabilidad moderada a la herramienta diseñada.

4.3 Resultados obtenidos de la variable Tecnología Artificial.

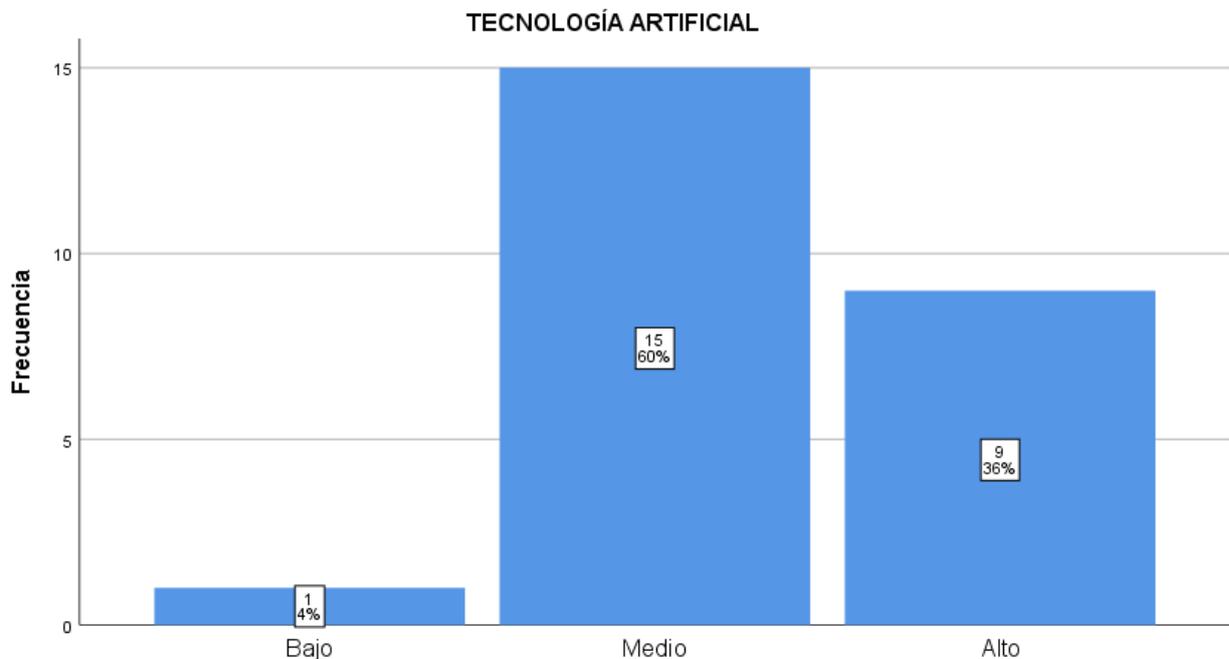
Variable I: Tecnología Artificial

Tabla 8.*Variable 1: Niveles de Tecnología Artificial*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Bajo	1	4,0	4,0	4,0
Medio	15	60,0	60,0	64,0
Alto	9	36,0	36,0	100,0

Total	25	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 1: Variable 1: Niveles de Tecnología Artificial

En la tabla 8, se verifica que 1 empresa indicó que la Tecnología Artificial se encontraba en un nivel bajo, lo cual representa el 4%; 15 empresas indicaron que la Tecnología Artificial se encontraba en un nivel medio, lo cual representa el 60%; y 9 empresas indicaron que la Tecnología Artificial se encontraba en un nivel alto, lo cual representa el 36% de la muestra analizada.

4.4 Resultados obtenidos de la Dimensión Sistema Blockchain.

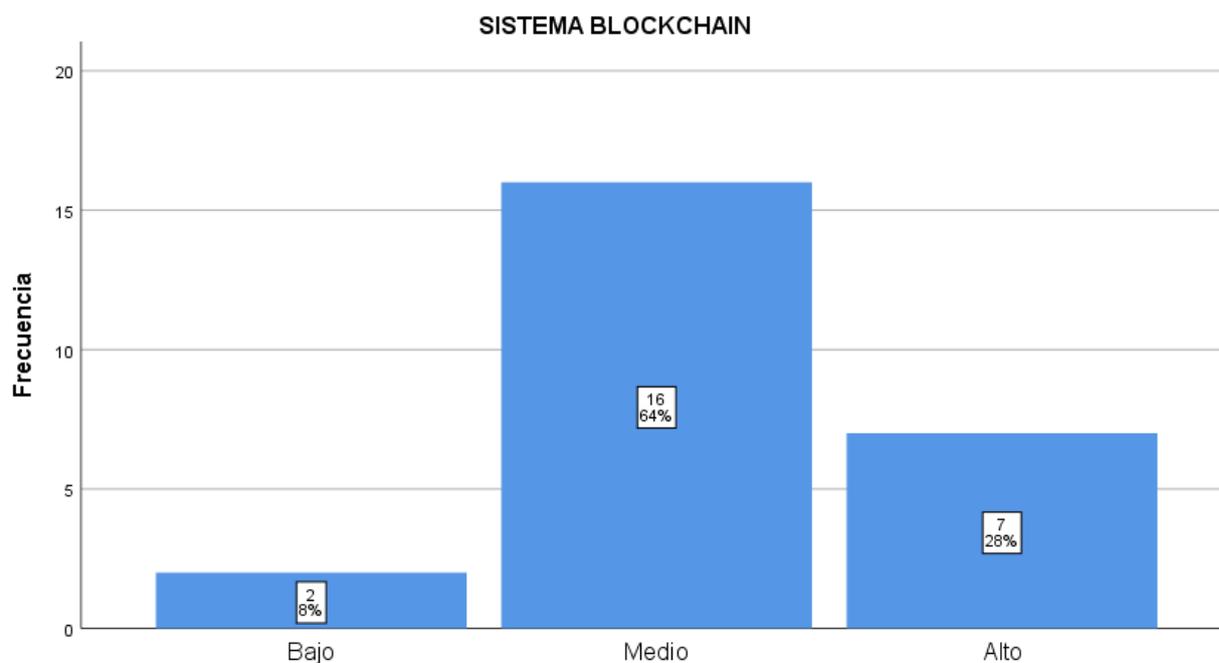
Dimensión I: Sistema Blockchain.

Tabla 9

Dimensión 1: Niveles de Sistema Blockchain

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	8,0	8,0	8,0
	Medio	16	64,0	64,0	72,0
	Alto	7	28,0	28,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 2: Dimensión 1: Niveles de Sistema Blockchain

En la tabla 9, se verifica que 2 empresas indicaron que el Sistema Blockchain se encontraba en un nivel bajo, lo cual representa el 8%; 16 empresas indicaron que el Sistema Blockchain se encontraba en un nivel medio, lo cual representa el 64%; y 7 empresas indicaron que el Sistema Blockchain se encontraba en un nivel alto, lo cual representa el 28% de la muestra analizada.

4.5 Resultados obtenidos de la Dimensión Digitalización de las aduanas.

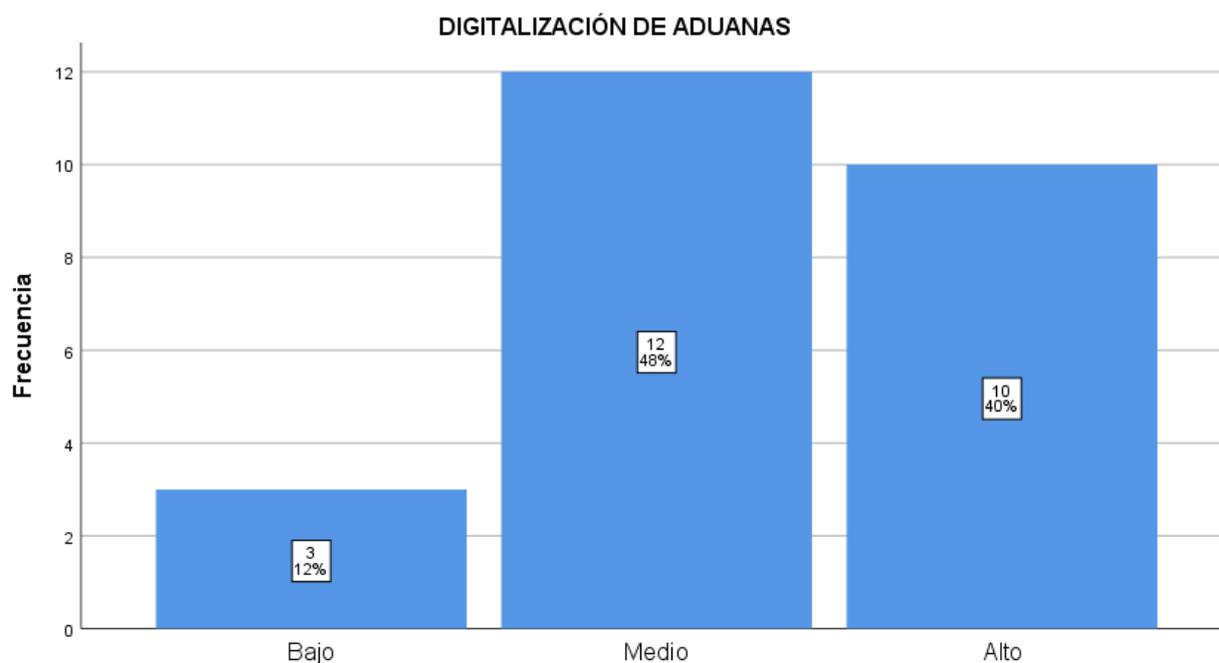
Dimensión 2: Digitalización de las Aduanas.

Tabla 10.

Dimensión 2: Niveles de Digitalización de las Aduanas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	3	12,0	12,0	12,0
	Medio	12	48,0	48,0	60,0
	Alto	10	40,0	40,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 3: *Dimensión 2: Niveles de Digitalización de Aduanas*

En la tabla 10, se verifica que 3 empresas indicaron que la Digitalización de Aduanas se encontraba en un nivel bajo, lo cual representa el 12%; 12 empresas indicaron que la Digitalización de Aduanas se encontraba en un nivel medio, lo cual representa el 48%; y 10 empresas indicaron que la Digitalización de Aduanas se encontraba en un nivel alto, lo cual representa el 40% de la muestra analizada.

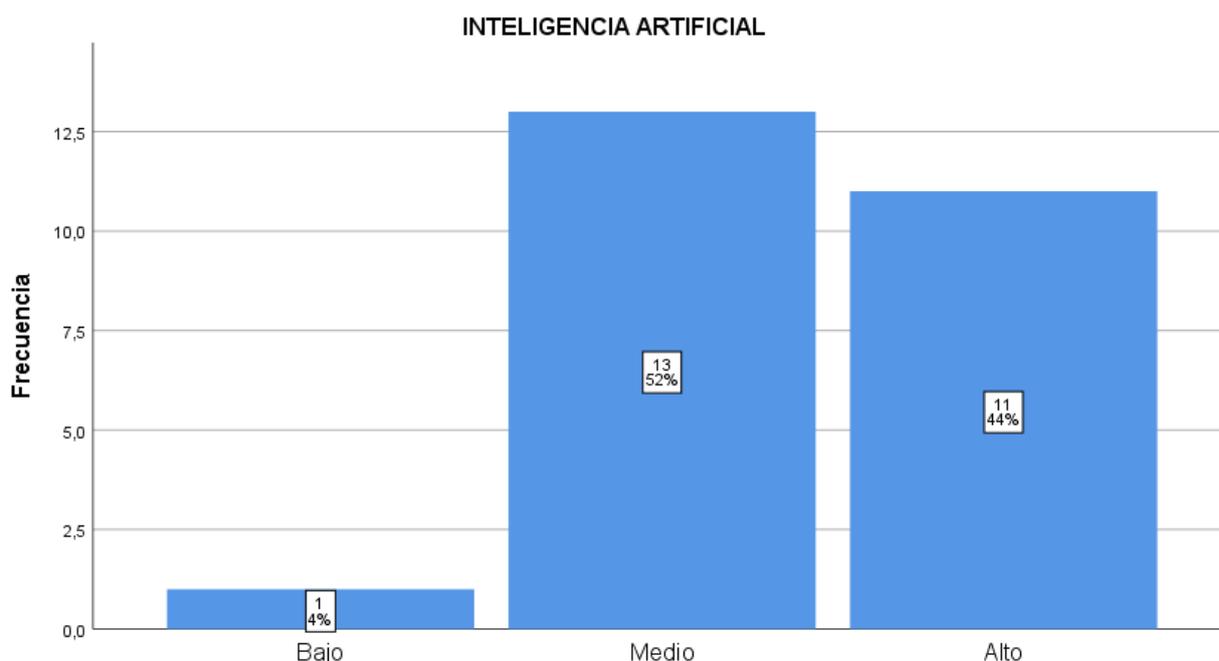
4.6 Resultados obtenidos de la Dimensión Inteligencia Artificial. Dimensión 3 Inteligencia Artificial.

Tabla 11.

Dimensión 3: Niveles de Inteligencia Artificial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	1	4,0	4,0	4,0
	Medio	13	52,0	52,0	56,0
	Alto	11	44,0	44,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 4: Dimensión 3: Niveles de Inteligencia Artificial

En la tabla 11, se verifica que 1 empresa indicó que la Inteligencia Artificial se encontraba en un nivel bajo, lo cual representa el 4%; 13 empresas indicaron que la Inteligencia Artificial se encontraba en un nivel medio, lo cual representa el 52%; y 11 empresas indicaron que la Inteligencia Artificial se encontraba en un nivel alto, lo cual representa el 44% de la muestra analizada.

4.7 Resultados obtenidos de la variable Comercio Internacional.

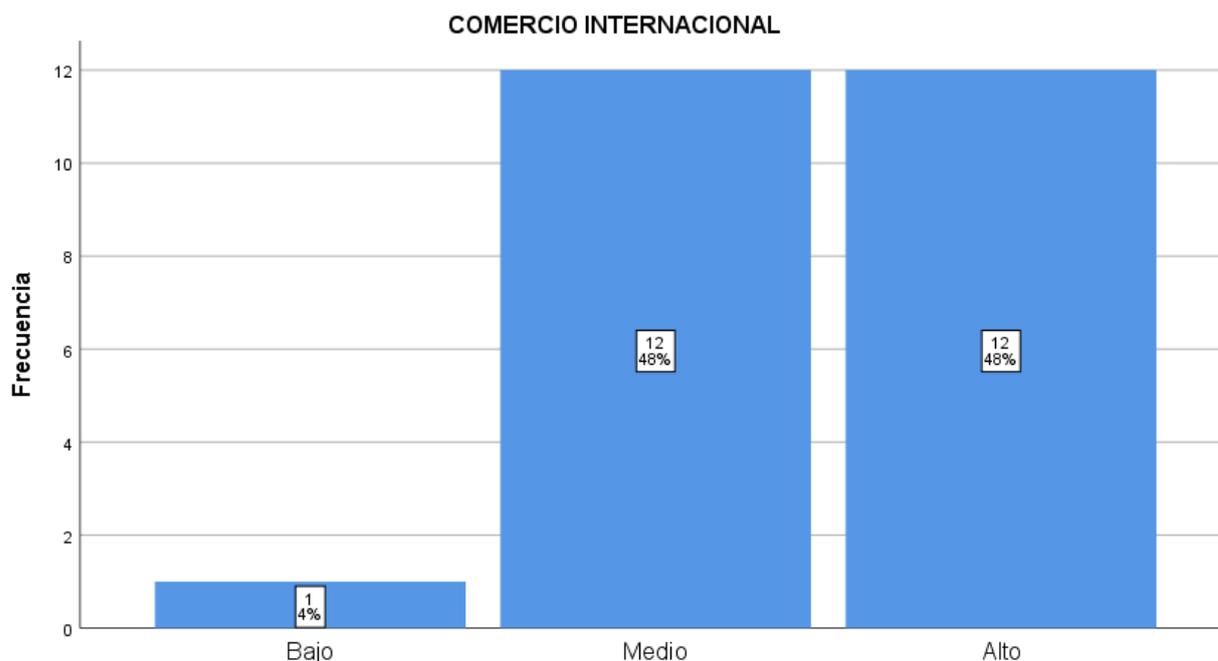
Variable 2: Comercio Internacional

Tabla 12.

Variable 2: Niveles de Comercio Internacional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	1	4,0	4,0	4,0
	Medio	12	48,0	48,0	52,0
	Alto	12	48,0	48,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 5: Variable 2: Niveles de Comercio Internacional

En la tabla 12, se verifica que 1 empresa indicó que el Comercio Internacional se encontraba en un nivel bajo, lo cual representa el 4%; 12 empresas indicaron que el Comercio Internacional se encontraba en un nivel medio, lo cual representa el 48%; y 12 empresas indicaron que el Comercio Internacional se encontraba en un nivel alto, lo cual representa el 48% de la muestra analizada.

4.8 Resultados obtenidos de la Dimensión Importación.

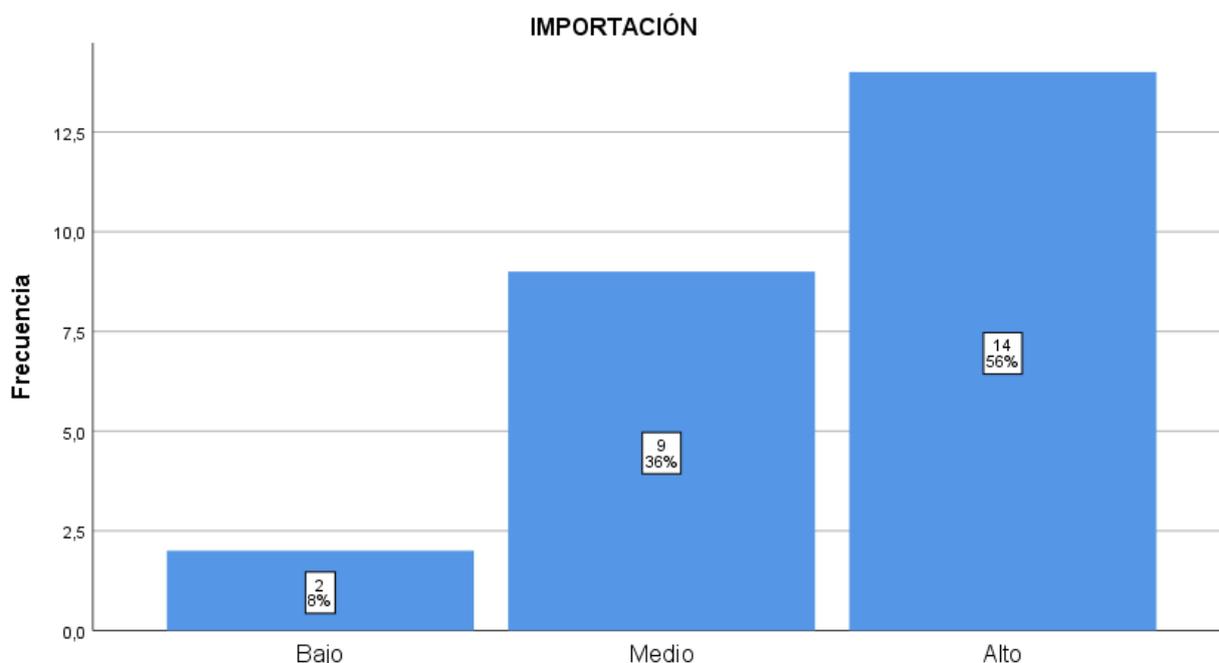
Dimensión 1: Importación.

Tabla 13.

Dimensión 1: Niveles de Importación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	8,0	8,0	8,0
	Medio	9	36,0	36,0	44,0
	Alto	14	56,0	56,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 6: *Dimensión 1: Niveles de Importación*

En la tabla 13, se verifica que 2 empresas indicaron que la Importación se encontraba en un nivel bajo, lo cual representa el 8%; 9 empresas indicaron que la Importación se encontraba en un nivel medio, lo cual representa el 36%; y 14 empresas indicaron que la Importación se encontraba en un nivel alto, lo cual representa el 56% de la muestra analizada.

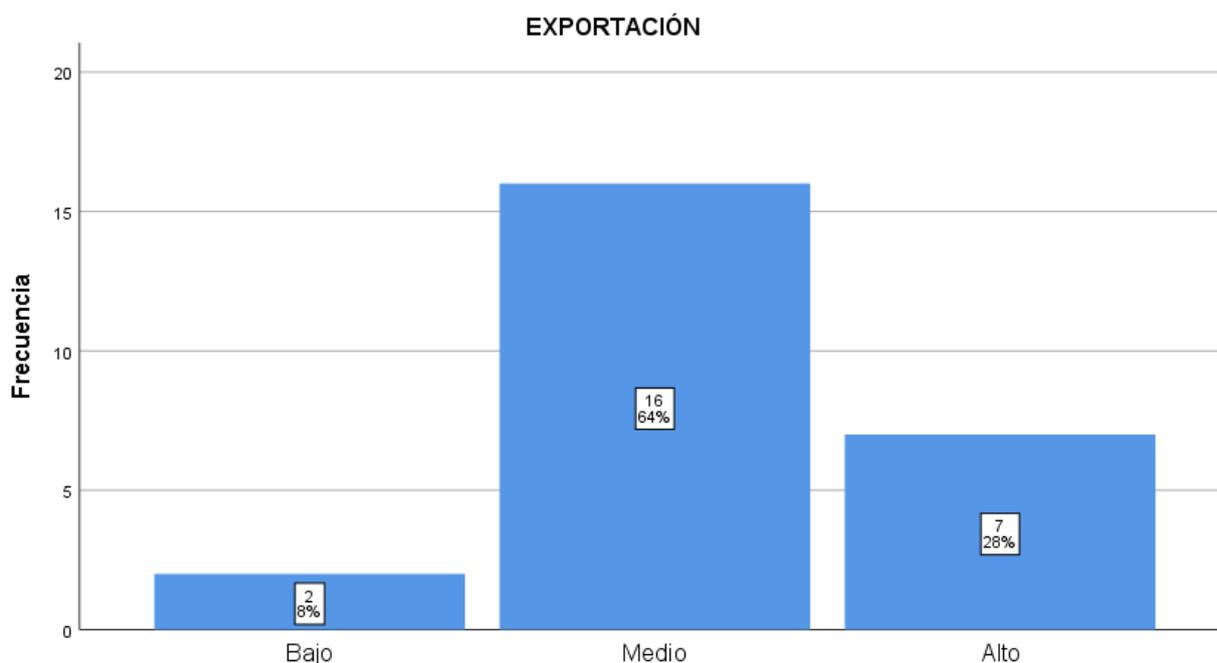
4.9 Resultados obtenidos de la Dimensión Exportación. Dimensión 2: Exportación.

Tabla 14.

Dimensión 2: Niveles de Exportación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	8,0	8,0	8,0
	Medio	16	64,0	64,0	72,0
	Alto	7	28,0	28,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 7: *Dimensión 2: Niveles de Exportación*

En la tabla 14, se verifica que 2 empresas indicaron que la Exportación se encontraba en un nivel bajo, lo cual representa el 8%; 16 empresas indicaron que la Exportación se encontraba en un nivel medio, lo cual representa el 64%; y 7 empresas indicaron que la Exportación se encontraba en un nivel alto, lo cual representa el 28% de la muestra analizada.

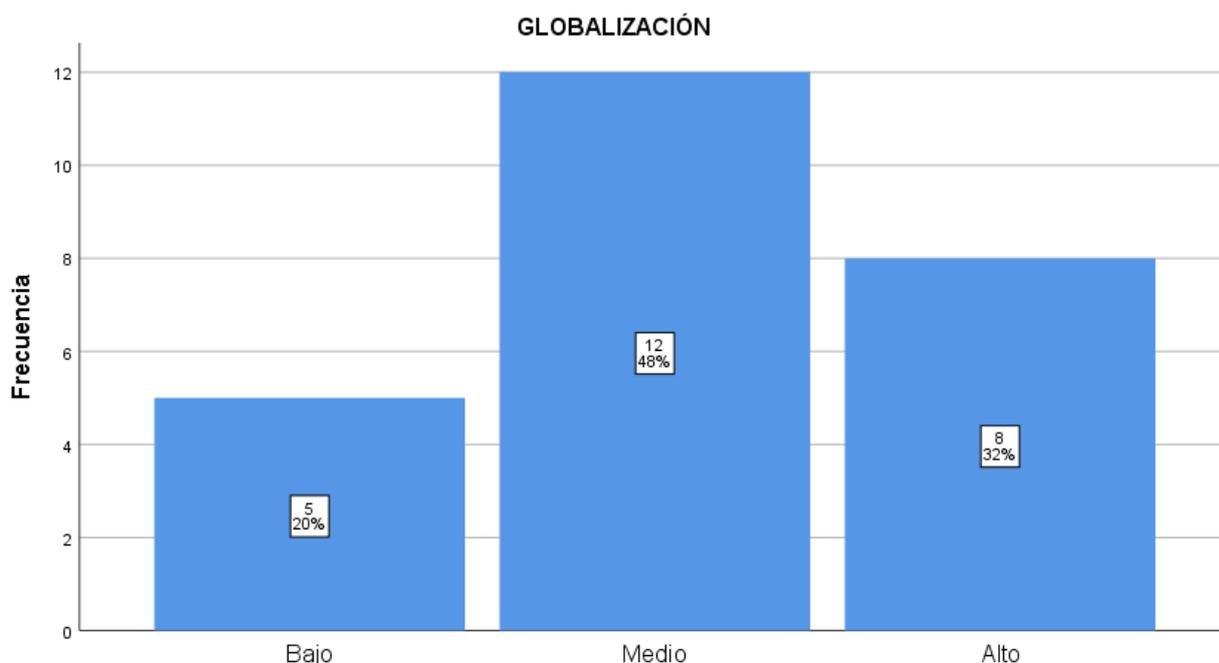
4.10 Resultados obtenidos de Globalización. Dimensión 3: Globalización.

Tabla 15.

Dimensión 3: Niveles de Globalización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	5	20,0	20,0	20,0
	Medio	12	48,0	48,0	68,0
	Alto	8	32,0	32,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 8: *Dimensión 3: Niveles de Globalización*

En la tabla 15, se verifica que 5 empresas indicaron que la Globalización se encontraba en un nivel bajo, lo cual representa el 20%; 12 empresas indicaron que la Globalización se encontraba en un nivel medio, lo cual representa el 48%; y 8 empresas indicaron que la Globalización se encontraba en un nivel alto, lo cual representa el 32% de la muestra analizada.

4.11 Resultado Descriptivo entre las Variables Tecnología Artificial y Comercio Internacional.

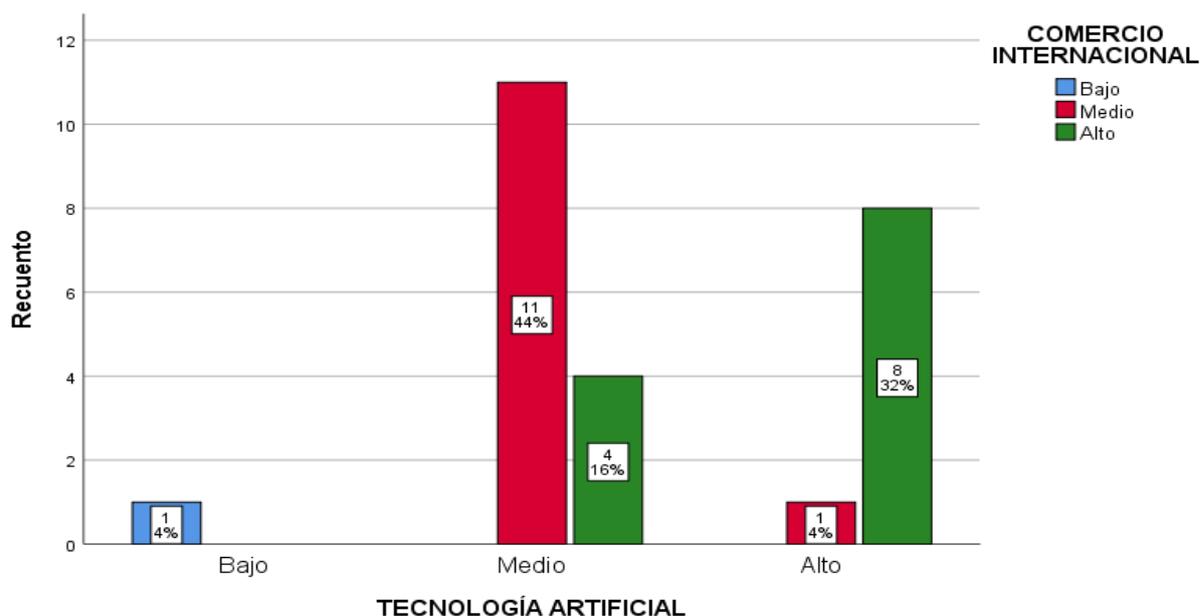
Tabla 16.

Niveles de Tecnología Artificial y Comercio Internacional

		COMERCIO INTERNACIONAL				
		Bajo	Medio	Alto	Total	
TECNOLOGÍA ARTIFICIAL	Bajo	Recuento	1	0	0	1
		% del total	4,0%	0,0%	0,0%	4,0%
	Medio	Recuento	0	11	4	15
		% del total	0,0%	44,0%	16,0%	60,0%
	Alto	Recuento	0	1	8	9
		% del total	0,0%	4,0%	32,0%	36,0%
Total	Recuento	1	12	12	25	

	% del total	4,0%	48,0%	48,0%	100,0%
--	-------------	------	-------	-------	--------

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 9: Niveles de Tecnología Artificial y Comercio Internacional

En la tabla 16, se evidencia que, respecto a las empresas que consideran que la Tecnología Artificial se encuentra en un nivel bajo, el 4% presenta un nivel bajo de Comercio internacional. Con relación a las empresas que consideran que la Tecnología Artificial se encuentra en un nivel medio, el 44% presenta un nivel medio; y el 16%, un nivel alto de Comercio Internacional. Con relación a las empresas que consideran que la Tecnología Artificial se encuentra en un nivel alto, el 4% presenta un nivel medio; y el 32%, un nivel alto de Comercio Internacional.

4.12 Tabla Cruzada: Tecnología Artificial e Importación.

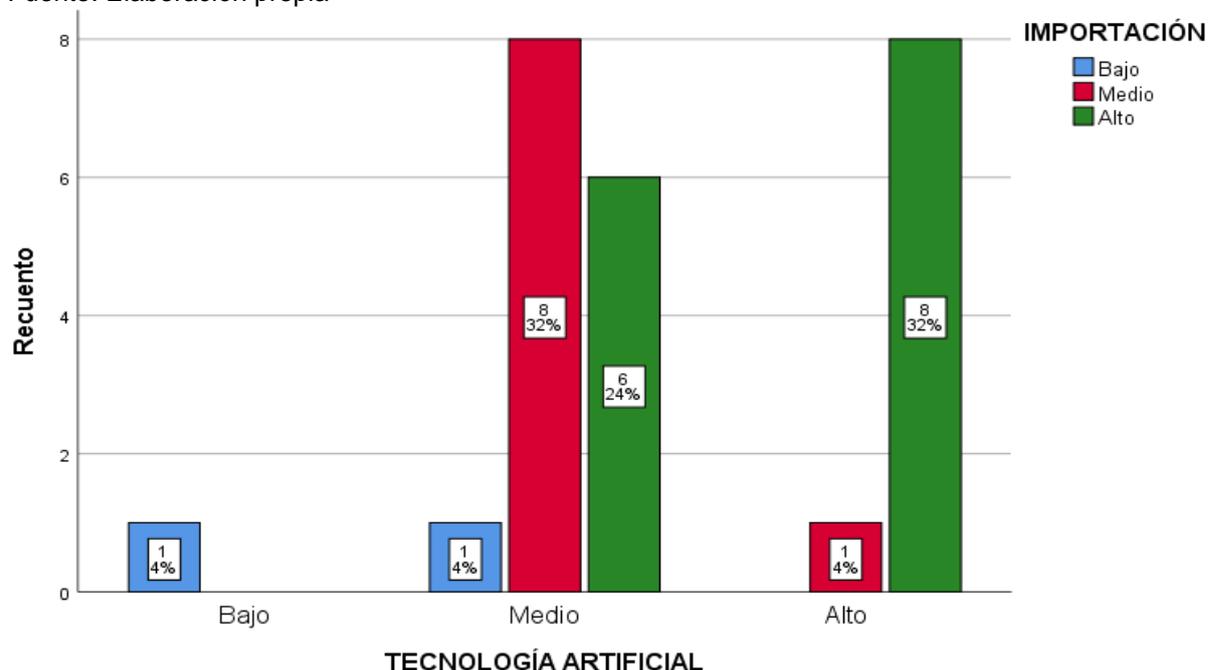
Tabla 17.

Niveles de Tecnología Artificial e Importación

		IMPORTACIÓN				
		Bajo	Medio	Alto	Total	
TECNOLOGÍA ARTIFICIAL	Bajo	Recuento	1	0	0	1
		% del total	4,0%	0,0%	0,0%	4,0%
	Medio	Recuento	1	8	6	15

	% del total	4,0%	32,0%	24,0%	60,0%
Alto	Recuento	0	1	8	9
	% del total	0,0%	4,0%	32,0%	36,0%
Total	Recuento	1	12	12	25
	% del total	8,0%	36,0%	56,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 10: Niveles de Tecnología Artificial e Importación

En la tabla 17, se evidencia que, respecto a las empresas que consideran que la Tecnología Artificial se encuentra en un nivel bajo, el 4% presenta un nivel bajo de Importación. Con relación a las empresas que consideran que la Tecnología Artificial se encuentra en un nivel medio, el 4% presenta un nivel bajo; el 32%, un nivel medio; y el 24%, un nivel alto de Importación. Con relación a las empresas que consideran que la Tecnología Artificial se encuentra en un nivel alto, el 4% presenta un nivel medio; y el 32%, un nivel alto de Importación.

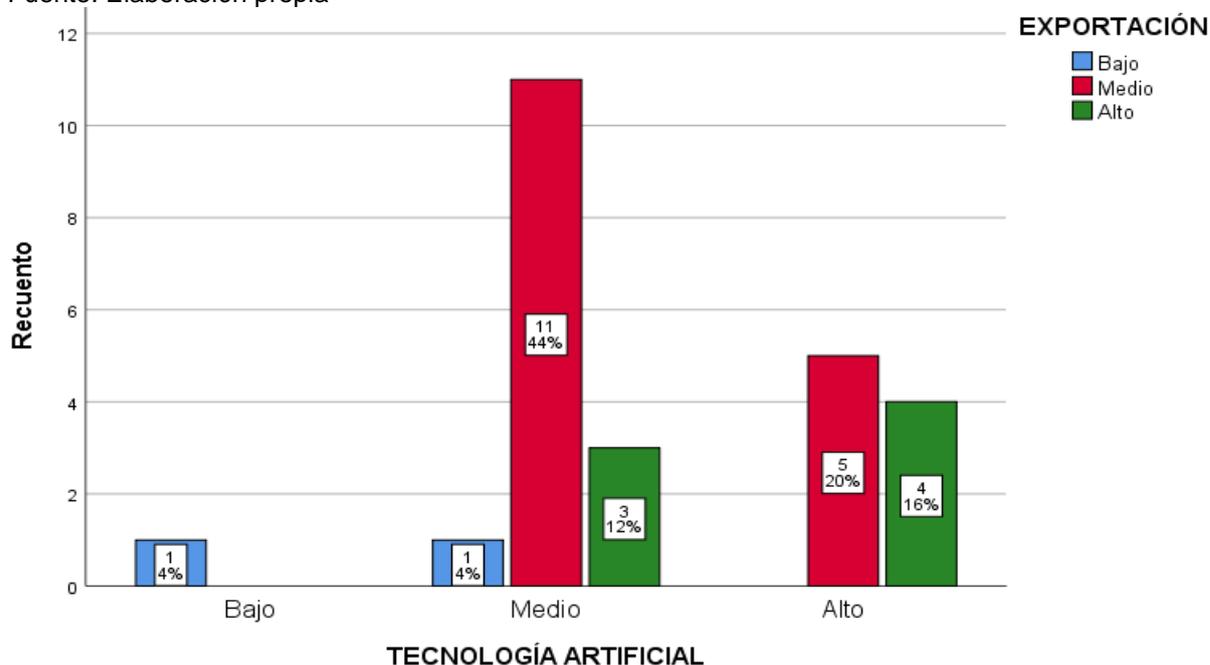
4.13 Tabla Cruzada: Tecnología Artificial y Explotación.

Tabla 18.

Niveles de Tecnología Artificial y Exportación

		EXPORTACIÓN				
		Bajo	Medio	Alto	Total	
TECNOLOGÍA ARTIFICIAL	Bajo	Recuento	1	0	0	1
		% del total	4,0%	0,0%	0,0%	4,0%
	Medio	Recuento	1	11	3	15
		% del total	4,0%	44,0%	12,0%	60,0%
	Alto	Recuento	0	5	4	9
		% del total	0,0%	20,0%	16,0%	36,0%
Total		Recuento	2	16	7	25
		% del total	8,0%	64,0%	28,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 11: *Niveles de Tecnología Artificial y Exportación*

En la tabla 18, se evidencia que, respecto a las empresas que consideran que la Tecnología Artificial se encuentra en un nivel bajo, el 4% presenta un nivel bajo de Exportación. Con relación a las empresas que consideran que la Tecnología Artificial se encuentra en un nivel medio, el 4% presenta un nivel bajo; el 44%, un nivel medio; y el 12%, un nivel alto de Exportación. Con relación a las empresas

que consideran que la Tecnología Artificial se encuentra en un nivel alto, el 20% presenta un nivel medio; y el 16%, un nivel alto de Exportación.

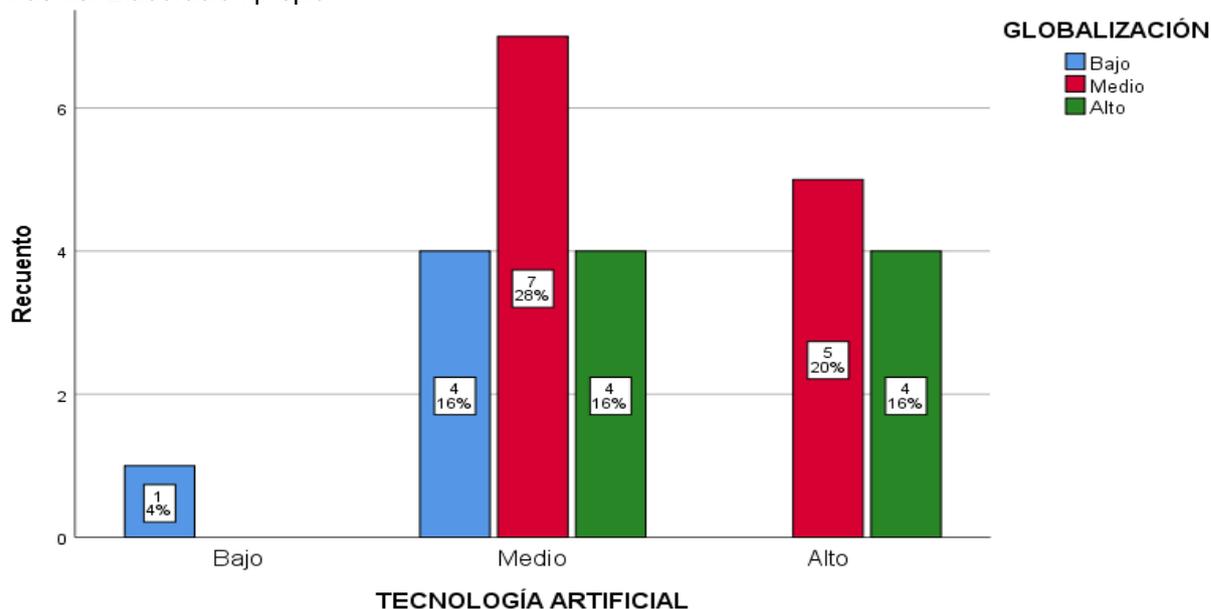
4.14 Tabla Cruzada: Tecnología Artificial y Globalización.

Tabla 19.

Niveles de Tecnología Artificial y Globalización

		GLOBALIZACIÓN				
		Bajo	Medio	Alto	Total	
TECNOLOGÍA ARTIFICIAL	Bajo	Recuento	1	0	0	1
		% del total	4,0%	0,0%	0,0%	4,0%
	Medio	Recuento	4	7	4	15
		% del total	16,0%	28,0%	16,0%	60,0%
	Alto	Recuento	0	5	4	9
		% del total	0,0%	20,0%	16,0%	36,0%
Total	Recuento	5	12	8	25	
	% del total	20,0%	48,0%	32,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 12: *Niveles de Tecnología Artificial y Globalización*

En la tabla 19, se evidencia que, respecto a las empresas que consideran que la Tecnología Artificial se encuentra en un nivel bajo, el 4% presenta un nivel bajo de Globalización. Con relación a las empresas que consideran que la Tecnología

Artificial se encuentra en un nivel medio, el 4% presenta un nivel bajo; el 28%, un nivel medio; y el 16%, un nivel alto de Globalización. Con relación a las empresas que consideran que la Tecnología Artificial se encuentra en un nivel alto, el 20% presenta un nivel medio; y el 16%, un nivel alto de Globalización.

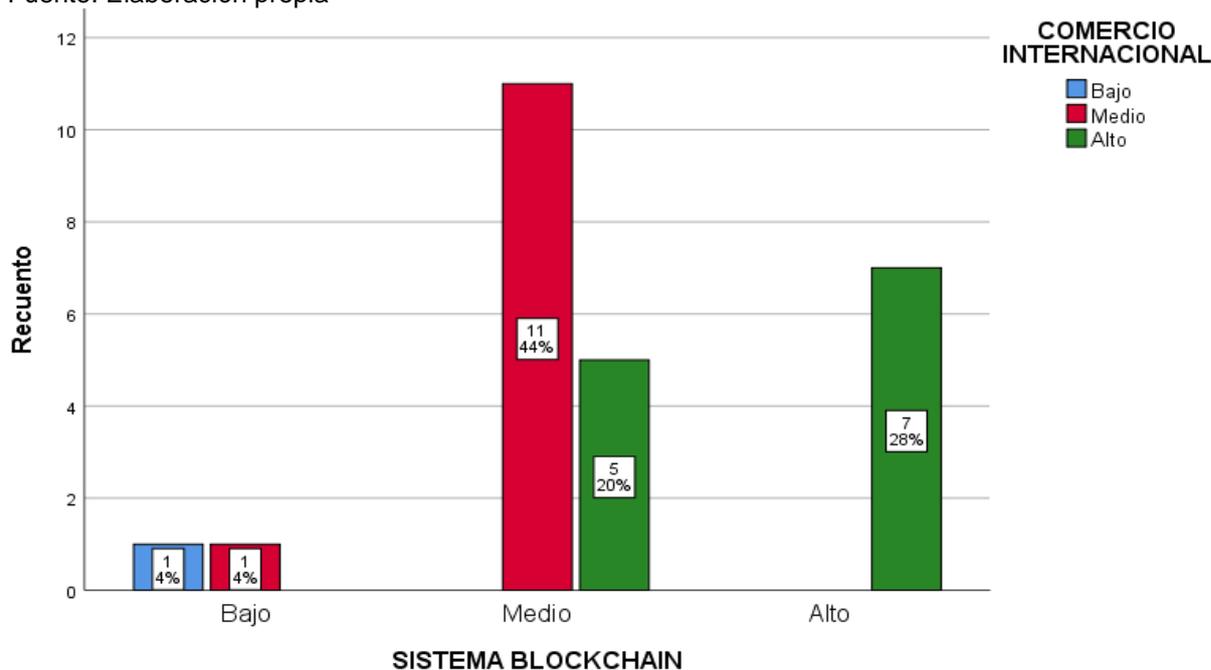
4.15 Tabla Cruzada: Sistema Blockchain y Comercio Internacional.

Tabla 20.

Niveles de Sistema Blockchain y Comercio Internacional

		COMERCIO INTERNACIONAL				
			Bajo	Medio	Alto	Total
SISTEMA BLOCKCHAIN	Bajo	Recuento	1	1	0	2
		% del total	4,0%	4,0%	0,0%	8,0%
	Medio	Recuento	0	11	5	16
		% del total	0,0%	44,0%	20,0%	64,0%
	Alto	Recuento	0	0	7	7
		% del total	0,0%	0,0%	28,0%	28,0%
Total		Recuento	1	12	12	25
		% del total	4,0%	48,0%	48,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 13: *Niveles de Sistema Blockchain y Comercio Internacional*

En la tabla 20, se evidencia que, respecto a las empresas que consideran que el Sistema Blockchain se encuentra en un nivel bajo, el 4% presenta un nivel bajo; y el 4%, un nivel medio de Comercio Internacional. Con relación a las empresas que consideran que el Sistema Blockchain se encuentra en un nivel medio, el 44% presenta un nivel medio; y el 20%, un nivel alto de Comercio Internacional. Con relación a las empresas que consideran que el Sistema Blockchain se encuentra en un nivel alto, el 28% presenta un nivel alto de Comercio Internacional.

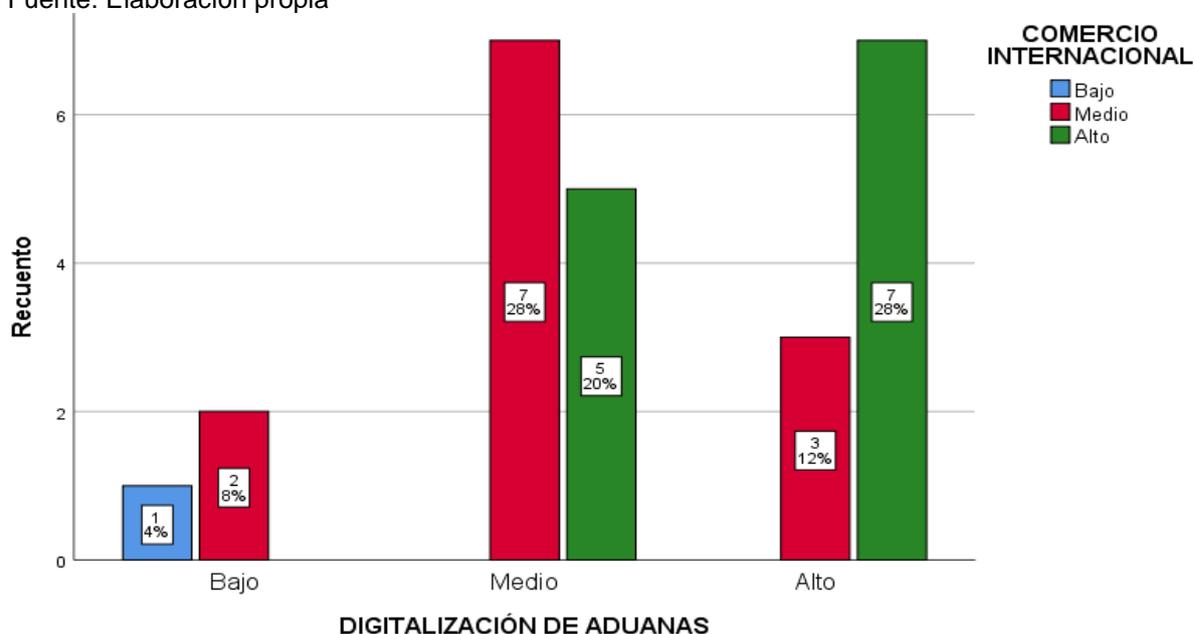
4.16 Tabla Cruzada: Digitalización de Aduanas y Comercio Internacional

Tabla 21.

Niveles de Digitalización de Aduanas y Comercio Internacional

		COMERCIO INTERNACIONAL				
		Bajo	Medio	Alto	Total	
DIGITALIZACIÓN DE ADUANAS	Bajo	Recuento	1	2	0	3
		% del total	4,0%	8,0%	0,0%	12,0%
	Medio	Recuento	0	7	5	12
		% del total	0,0%	28,0%	20,0%	48,0%
	Alto	Recuento	0	3	7	10
		% del total	0,0%	24,0%	28,0%	40,0%
Total		Recuento	1	12	12	25
		% del total	4,0%	48,0%	48,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 14: *Niveles de Digitalización de Aduanas y Comercio Internacional*

En la tabla 21, se evidencia que, respecto a las empresas que consideran que la Digitalización de Aduanas se encuentra en un nivel bajo, el 4% presenta un nivel bajo; y el 8%, un nivel medio de Comercio Internacional. Con relación a las empresas que consideran que la Digitalización de Aduanas se encuentra en un nivel medio, el 28% presenta un nivel medio; y el 20%, un nivel alto de Comercio Internacional. Con relación a las empresas que consideran que la Digitalización de Aduanas se encuentra en un nivel alto, el 24% presenta un nivel medio; y el 28%, un nivel alto de Comercio Internacional.

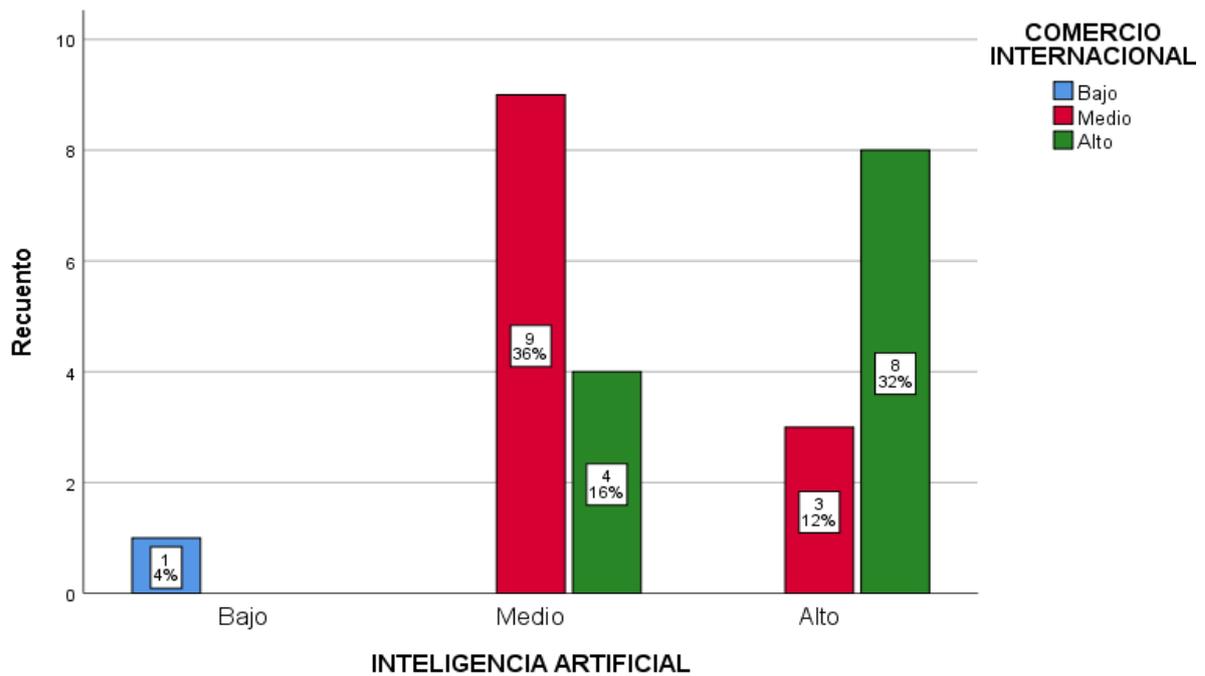
4.17 Resultado De Niveles entre las Variables Inteligencia Artificial y Comercio Internacional.

Tabla 22.

Niveles de Inteligencia Artificial y Comercio Internacional

			COMERCIO INTERNACIONAL			
			Bajo	Medio	Alto	Total
INTELIGENCIA ARTIFICIAL	Bajo	Recuento	1	0	0	1
		% del total	4,0%	0,0%	0,0%	4,0%
	Medio	Recuento	0	9	4	13
		% del total	0,0%	36,0%	16,0%	52,0%
	Alto	Recuento	0	3	8	11
		% del total	0,0%	12,0%	32,0%	44,0%
Total	Recuento	1	12	12	25	
	% del total	4,0%	48,0%	48,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 15: Niveles de Inteligencia Artificial y Comercio Internacional

En la tabla 22, se evidencia que, respecto a las empresas que consideran que la Inteligencia Artificial se encuentra en un nivel bajo, el 4% presenta un nivel bajo de Comercio Internacional. Con relación a las empresas que consideran que la Inteligencia Artificial se encuentra en un nivel medio, el 36% presenta un nivel medio; y el 16%, un nivel alto de Comercio Internacional. Con relación a las empresas que consideran que la Inteligencia Artificial se encuentra en un nivel alto, el 12% presenta un nivel medio; y el 32%, un nivel alto de Comercio Internacional.

4.18 Resultado De Correlación entre las Variables Tecnología Artificial y Comercio Internacional.

Hipótesis General

Tabla 23.

Correlación entre Tecnología Artificial y Comercio Internacional

		TECNOLOGÍA ARTIFICIAL	COMERCIO INTERNACIONAL
Rho de Spearman	TECNOLOGÍA ARTIFICIAL	1,000	,849**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	25

COMERCIO INTERNACIONAL	Coeficiente de correlación	,849**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	25	25

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

Fuente: Elaboración propia

H₀: No existe relación significativa entre la Tecnología Artificial y el Comercio Internacional.

H_A: Existe relación significativa entre la Tecnología Artificial y el Comercio Internacional.

Reglas: (Nivel de significancia = 0.05)

P valor es mayor a 0.05, se acepta la hipótesis nula.

P valor es menor a 0.05, se acepta la hipótesis alterna del investigador.

En la tabla 23, se obtuvo un p valor (significancia) igual a 0.000. Por lo tanto, al ser dicho coeficiente menor a 0.05, se acepta la hipótesis alterna, es decir, se evidencia que sí existe relación entre la Tecnología Artificial y el Comercio Internacional. Asimismo, se obtuvo un Rho de Spearman igual a 0.849, lo cual indica que existe una relación positiva elevada entre ambas variables.

4.19 Resultado De Correlación entre sistema Blockchain y Comercio Internacional.

Hipótesis Especifica 1

Tabla 24.

Correlación entre Sistema Blockchain y Comercio Internacional

		SISTEMA BLOCKCHAIN	COMERCIO INTERNACIONAL
Rho de Spearman	SISTEMA BLOCKCHAIN	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,664**
		N	.
	COMERCIO INTERNACIONAL	Coeficiente de correlación	,664**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	.
			25
			25

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

Fuente: Elaboración propia

H₀: No existe relación significativa entre el Sistema Blockchain y el Comercio Internacional.

H_A: Existe relación significativa entre el Sistema Blockchain y el Comercio Internacional.

Reglas: (Nivel de significancia = 0.05)

P valor es mayor a 0.05, se acepta la hipótesis nula.

P valor es menor a 0.05, se acepta la hipótesis alterna del investigador.

En la tabla 24, se obtuvo un p valor (significancia) igual a 0.000. Por lo tanto, al ser dicho coeficiente menor a 0.05, se acepta la hipótesis alterna, es decir, se evidencia que sí existe relación entre el Sistema Blockchain y el Comercio Internacional. Asimismo, se obtuvo un Rho de Spearman igual a 0.664, lo cual indica que existe una relación positiva moderada entre ambas variables.

**4.20 Resultado De Correlación entre Digitalización de Aduanas y Comercio Internacional
Hipótesis Especifica 2**

Tabla 25.

Correlación entre Digitalización de Aduanas y Comercio Internacional

			DIGITALIZACIÓN DE ADUANAS	COMERCIO INTERNACIONAL
Rho de Spearman	DIGITALIZACIÓN DE ADUANAS	Coeficiente de correlación	1,000	,566**
		Sig. (bilateral)	.	,003
		N	25	25
	COMERCIO INTERNACIONAL	Coeficiente de correlación	,566**	1,000
		Sig. (bilateral)	,003	.
		N	25	25

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

Fuente: Elaboración propia

H₀: No existe relación significativa entre la Digitalización de Aduanas y el Comercio Internacional.

H_A: Existe relación significativa entre la Digitalización de Aduanas y el Comercio Internacional.

Reglas: (Nivel de significancia = 0.05)

P valor es mayor a 0.05, se acepta la hipótesis nula.

P valor es menor a 0.05, se acepta la hipótesis alterna del investigador.

En la tabla 25, se obtuvo un p valor (significancia) igual a 0.003. Por lo tanto, al ser dicho coeficiente menor a 0.05, se acepta la hipótesis alterna, es decir, se evidencia que sí existe relación entre la Digitalización de Aduanas y el Comercio Internacional. Asimismo, se obtuvo un Rho de Spearman igual a 0.566, lo cual indica que existe una relación positiva moderada entre ambas variables.

4.21 Resultado De Correlación entre las variables Inteligencia Artificial y Comercio Internacional
Hipótesis Especifica 3

Tabla 26.

Correlación entre Inteligencia Artificial y Comercio Internacional

			INTELIGENCIA ARTIFICIAL	COMERCIO INTERNACIONAL
Rho de Spearman	INTELIGENCIA ARTIFICIAL	Coeficiente de correlación	1,000	,651**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	25	25
	COMERCIO INTERNACIONAL	Coeficiente de correlación	,651**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	25	25

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

Fuente: Elaboración propia

H₀: No existe relación significativa entre la Inteligencia Artificial y el Comercio Internacional.

H_A: Existe relación significativa entre la Inteligencia Artificial y el Comercio Internacional.

Reglas: (Nivel de significancia = 0.05)

P valor es mayor a 0.05, se acepta la hipótesis nula.

P valor es menor a 0.05, se acepta la hipótesis alterna del investigador.

En la tabla 26, se obtuvo un p valor (significancia) igual a 0.000. Por lo tanto, al ser dicho coeficiente menor a 0.05, se acepta la hipótesis alterna, es decir, se evidencia que sí existe relación entre la Inteligencia Artificial y el Comercio Internacional. Asimismo, se obtuvo un Rho de Spearman igual a 0.651, lo cual indica que existe una relación positiva moderada entre ambas variables.

V. DISCUSION

En el capítulo anterior la cual está definida como los resultados de una evaluación por el software (SPSS), realizados a las empresas MYPES y por último la comparación de los resultados de este modo, los resultados obtenidos se relacionaron con la ayuda del marco teórico de la investigación, gracias a ello se pudo determinar cómo los resultados pueden lograr a mejorar a las empresas MYPES, brindándoles estabildades y mayores ganancias en el comercio de sus productos que ofrecen a la venta.

En lo que concierne con el objetivo general sobre Determinar cómo las Tecnologías Artificiales y el comercio Internacional de las MYPES del Callao 2020 -2021, a través del desarrollo de este proyecto, se ha logrado que la Tecnología Artificial sí posee un efecto positivo en la eficiencia del Comercio Internacional. Resultados similares también se muestran en el estudio de Rouhiainen (2019), en su indagación menciona la ventaja de la Tecnología Artificial para las empresas de Comercio Internacional, en las cuales resaltan los progresos en casi todos los procesos de negocio a través de la automatización, gran mejora en la eficiencia, decisiones de negocio más rápidas y precisas a tarvez al big data, mejores productos y servicios a través de la innovación y una mejor atención al cliente y más personalizada. Agregando también como sustento, la investigación de (Purdy et al. 2016), en su estudio indica que, gracias a la Tecnología Artificial, algunos países se verán influenciados positivamente, por ejemplo, Estados Unidos lograr

una tasa de crecimiento del 4,6% en 2035. Y Japón podría multiplicar su ganancia de crecimiento de su valor añadido bruto (VAB) durante la misma etapa, pasando del 0,8% al 2,7%. Austria, Alemania, Suecia y Holanda doblarían sus tasas de crecimiento y también mencionaron que este impacto positivo, afectaría a los países con economías más atrasadas ya se benefician más de la Tecnología Artificial. Rouhiainen (2019) de la misma manera menciona que si las empresas invierten en las Tecnologías Artificiales y en la cooperación entre humanos y maquinas pueden incrementar los ingresos en un 38% y hacer crecer los niveles de empleo en un 10% en el 2022, además, indica que la Tecnología Artificial podría generar 13 billones de dólares adicionales para el año 2030, aumentando el PIB mundial en un 1.2% al año aproximadamente.

El proceso de resultados frente al objetivo general es relevante porque se establece tanto en los gráficos y tablas (investigación descriptiva), como en el análisis inferencial. Asimismo, para futuras investigaciones, se utiliza la prueba de Rho de Spearman para determinar el grado de correlación entre dos variables, que son objeto de estudio. En los datos obtenidos para la variable Tecnología Artificial muestran que 4% de los entrevistados perciben un nivel bajo, de un 60% lo señalan medio y un 36% lo señalan alto; por otro lado, para el fenómeno de estudio denominado Comercio Internacional se adquirió la información que el total de las personas encuestadas, 4% de los encuestados señalan un nivel bajo, el 48% señalan un nivel medio y por ultimo un 48% lo señalan alto, sobresaliendo el nivel alto en dicho fenómeno de investigación.

Con referencia a la hipótesis general, se utilizó una prueba estadística denominada Rho de Spearman, la cual proporcionará el grado conexión entre los dos fenómenos de estudio, constatando todos los datos obtenidos, ya que por esta prueba se obtuvo 0.651, en grado significativo de correlación positiva y un (p) valor de $0.00 < 0.05$; en donde se rechaza la hipótesis nula y es acepta la alterna. Confirmándose que existe un vínculo entre el la Tecnología Artificial y el Comercio Internacional.

Según Martínez (2020), en su investigación señala La importancia de investigar el impacto de la inteligencia artificial está en el futuro del comercio internacional, ya que la inteligencia artificial tiene un impacto positivo en el comercio internacional y debe ser iniciada por todas las empresas en el campo, con base en resultados probados, juega un papel muy importante. Considerar la implementación de la inteligencia artificial en sus procesos de trabajo en su estrategia de innovación, como ya lo ha hecho el mercado.

Asimismo, se verificó el objetivo específico 1, que fue encontrar vínculos entre empresas internacionales en la Tecnologías artificiales y el comercio internacional de las MYPES del puerto del Callao 2020- 2021. En este sentido, para la evaluación de teorías, Andes et al. (2015). Esto muestra que los asuntos internacionales son cuando dos partes de la negociación provienen de diferentes países, se llama negociación internacional, que es un proceso donde el objetivo de ambas partes es llegar a un acuerdo, acuerdo general. Posterior a este proyecto de investigación se utilizó una prueba estadística denominada Spearman, la cual facilitará el grado de conexión entre los dos fenómenos de investigación, examinando todos los datos obtenidos, en Luego por esta prueba, se obtuvo 0.664 con un grado moderado de correlación y (p) un valor de 0.000 aceptó la hipótesis nula, y la alternativa fue rechazada, por no existir relación entre los dos fenómenos estudiados en el proyecto.

De igual manera, se ha verificado el objetivo específico 2 se demostró también que entre Digitalización de Aduanas y Comercio Internacional de las MYPES del puerto del Callao 2020 - 2021 sí tiene una influencia positiva en la eficiencia del Comercio Internacional. Una investigación con resultados similares que puede sustentar esta investigación es la de Brynjolfsson (2018), indica en su hallazgo, investiga el efecto de una máquina de traducción, potenciada con Digitalización de las Aduanas, utilizada por la empresa eBay. Los resultados son impresionantes, eBay gracias al ML logró aumentar el volumen de exportaciones en 17.5% y reducir sus costos digitales. Además, señaló que Google anunció su sistema de traducción neuronal automática (NMT) que gracias al ML podría reducir los errores de traducción de un 55% a un 85% en comparación con la generación

anterior de Google Translate. La digitalización de las Aduanas brindan una gama valiosa de competencias de contenidos del cual los mercados de Comercio Internacional consiguen y deberían favorecer para volverse más eficientemente en todas sus áreas de trabajo, Continuando con este estudio proyecto de, se empleó la prueba estadística denominada Spearman, la cual facilitará el grado vinculativo entre ambos fenómenos de estudio, constatando todos los datos obtenidos, en donde gracias a dicha prueba se obtuvo 0,566 en grado de correlación moderado y un (p) valor de 0,003 <0.05; en donde es rechazada la hipótesis nula y es aceptada la alterna. Dichos datos confirman que se presenta un nexo entre, Existe relación significativa entre la Digitalización de Aduanas y el Comercio Internacional

De esta forma se verificó el objetivo específico 3, que fue encontrar una asociación entre Inteligencia Artificial y Comercio Internacional. Ivonne, D. (2019) señalan en su investigación resultados similares que ayudan a sustentar esta investigación. Por ejemplo, mencionan que la IA cambiará los modelos de negocio en el futuro y que la Inteligencia Artificial serán consideradas como las responsables de la próxima revolución industrial debido a los cambios tecnológicos en los sistemas de trabajo, también, mencionan que la aplicación de la Tecnología Artificial es favorable para las empresas en mayor o menor grado, dependiendo del rubro económico, por ejemplo, en las entidades públicas dentro del país (Perú) ya se están realizando proyectos con Tecnología Artificial, la cual permite una reducción en sus costos, pero también una mayor eficiencia en la atención a los ciudadanos. La Inteligencia Artificial tomará un papel muy importante en el futuro del Comercio Internacional por que, basándose en resultados verificados, la Inteligencia Artificial tiene una influencia positiva en el Comercio Internacional, donde todas las empresas en este campo deberían comenzar a mirar sus estrategias de innovación, la implementación de la tecnología Artificial en sus procesos de trabajo como ya lo ha hecho el mercado.

VI. CONCLUSIONES

General: Se ha demostrado que la Tecnología Artificial tiene una influencia positiva en el Comercio Internacional, 2020-2021, se obtuvo coeficiente de correlación de Rho de Spearman de 0,849, el cual se muestra significativo al 0.05

de significancia. En general, las empresas de Comercio Internacional que utilizan la Inteligencia Artificial aumentaran la eficiencia de manera positiva. Además, en cuanto al análisis de las encuestas, las empresas comerciales peruanas confirman su potencial, su uso en diversos sectores empresariales y valoran positivamente su influencia en el Comercio Internacional cuando afirman que será más eficiente Para las personas que utilizan la tecnología Artificial en sus procesos de trabajo.

I. Se ha determinado que la influencia del Sistema Blockchain en la eficiencia del Comercio Internacional es positiva ya que se tiene como sustento el hallazgo del coeficiente de correlación de Rho de Spearman que fue de 0.664. Además, basándonos en los resultados de las encuestas, las empresas peruanas de Comercio Internacional se muestran, casi en su totalidad, muy positivos respecto a la Comercio Internacional y su influencia. También, creen que pueden beneficiarse de esta herramienta, quieren capacitarse para conocer más sobre el Sistema Blockchain y sus usos, afirman un potencial uso del Sistema Blockchain en todas las áreas de las empresas y ven un futuro positivo para su adopción en las empresas de Comercio Internacional.

II. Se ha demostrado que la influencia entre la digitalización aduanera y el comercio internacional es eficaz. El comercio internacional es positivo, al considerar la conclusión del coeficiente de correlación de Rho de Spearman, que es 0.566. Además, al analizar los resultados de las encuestas, las empresas peruanas de Comercio Internacional muestran casi en su totalidad una posición muy positiva hacia la Digitalización Aduanera y su influencia en el Comercio Internacional. La mayoría utilizará un producto creado por Digitalización de Aduanas con Comercio Internacional y piensan que se mejorará la eficiencia de las empresas, quieren capacitarse para saber más sobre esta herramienta, creen que puede beneficiar el futuro del Comercio Internacional y ven su implantación en empresas de Comercio Internacional, Mejorando la productividad y transformando la relación entre personas y tecnología.

III. Se determina que el efecto de la Inteligencia Artificial sobre la efectividad del comercio internacional es positivo, considerando la conclusión del coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.651, significativo 0.05. Además, según los

resultados de la encuesta, la mayoría de las empresas Comerciales Internacionales de Perú muestran una postura bastante positiva hacia la inteligencia artificial y su influencia en la eficiencia del Comercio Internacional. Además, si utilizan un producto de Inteligencia Artificial, reclamarán el potencial de uso en diferentes áreas de negocio y verán activamente su implementación futura en empresas comerciales internacionales. Realidad, donde obtenemos mejores habilidades al optimizar menos tiempo y este se reemplaza por crear o realizar otras funciones.

VII. RECOMENDACIONES

General: En relación a la Tecnología Artificial Se recomienda a las empresas comerciales internacionales que inviertan a largo plazo sobre la base de estrategias innovadoras para implementar tecnologías artificiales en uno de sus procesos de trabajo y adaptarlas al mercado y volverlas más eficientes y competitivas. Además, se recomienda que las empresas comerciales internacionales desarrollen un área de tecnología o innovación independiente donde puedan estudiar continuamente los cambios del mercado influenciados por la tecnología y así adaptarse a las nuevas tecnologías, obtener ventajas óptimas para las empresas.

I. El sistema Blockchain tiene una influencia positiva en las empresas Comerciales Internacionales, ya que las hace más seguras en sus procesos de trabajo y desarrollo de software. Por lo tanto, las empresas de Comercio Internacional deben capacitar a sus empleados, especialmente en los puestos directivos, para que comprendan el mercado y apliquen estas nuevas tecnologías y se beneficien de las herramientas útiles y destacables que ofrecen en la actualidad.

II. La Digitalización de Aduanas con Comercio Internacional es otro tema de la Tecnología Artificial tener un efecto positivo en el Comercio Internacional. Recomendamos a las empresas implementar esta tecnología para reemplazar el trabajo tedioso y repetitivo de los colaboradores humanos, para reducir costo, ser más eficientes y generar mayores ganancias.

III. La Inteligencia Artificial tiene una influencia positiva en las empresas comerciales internacionales. Se recomienda que las empresas de comercio internacional evalúen la implementación de la inteligencia artificial especialmente en las áreas de ventas y en especial de atención al cliente, ya que las hace más eficientes al reducir tiempos, costos y costos de trabajo costoso, repetitivo y agotador para los colaboradores.

REFERENCIAS

- Banrepcultural. (2020). *Red cultural del Banco de la República de Colombia*. Obtenido de Las nuevas tecnologías de la comunicación: https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Las_nuevas_tecnolog%C3%ADas_de_la_comunicaci%C3%B3n#:~:text=Las%20nuevas%20tecnolog%C3%ADas%20se%20refieren,llevar%20a%20cabo%20la%20comunicaci%C3%B3n).
- Barrutia, I. (2020). Las TICs en la logística de transporte internacional y su relación con el desarrollo económico de Latinoamérica: Caso Perú. *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 8(2), 85-95.
- Bueno, A. (2019). *Aplicación para crear chatbots y asistentes virtuales inteligentes. [Tesis de maestría]*. Universidad autónoma de madrid, Madrid, España. Obtenido de https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/688926/bueno_jimenez__adrian__tfm.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cabral, M. (2020). Comercio exterior como campo de la cooperación internacional al desarrollo en Paraguay. Los proyectos implementados en el período 2003–2013. *Estudios internacionales: Revista del Instituto de Estudios Internacionales de la Universidad de Chile*, 1(195), 33-64.
- Coppelli, G. (2018). La globalización económica del siglo XXI. Entre la mundialización y la desglobalización. *Estudios internacionales*,

- Díaz, K. (2019). *Evolución del Comercio Exterior del Perú con el Acuerdo de la Alianza del Pacífico, en el periodo 2012 - 2017. [Tesis de maestría]*. Universidad Cesar vallejo. Lima, Perú. Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/35698/diaz_bk.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (Primera ed.). México: McGrawHill.
- Instituto de estudios bursátiles. (2017). *Investigación IEB*. Obtenido de Innovación y Tecnología Financiera: <https://www.ieb.es/investigacion/observatorios/innovacion-tecnologia-financiera/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2016). *Perú: Tecnologías de información y comunicación en las empresas, 2016*. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1482/libro.pdf
- La Noire, J. (2018). Una Aduana Digital y Sin Papeles. *Gestión en el Tercer Milenio*, 9-14. Obtenido de <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/16034/13776>
- Landin, S. (2018). *Marketing, Comercio internacional y las TIC's*. Machala, Ecuador: UTMACH. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12494/1/MarketingComercioInternacional-Y-TICs.pdf>
- Loo, D., & Mariátegui, R. (2020). *Digitalización del proceso aduanero y su relación con la operatividad aduanera del puerto del Callao durante el periodo 2016 - 2020*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.

- Luna, G., & Quispe, G. (2018). *El uso de la tecnología de información para el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas en el rubro hotelero, del distrito de Magdalena del Mar, Lima-Perú, 2017. [Tesis de pregrado]*. Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Lima, Perú.
- Lúquez, P. (2016). La Teoría Fundamentada. *Revista Cumbres*, 29(3), 101-114. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6550772>
- Manyika, J. C., Miremadi, M., Bughin, J., George, K., Willmott, P., & Dewhurst, M. (2017). *Mckinsey Global Institute*. Mckinsey Global Institute. Obtenido de Un futuro que funciona: : <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/featured%20insights/digital%20disruption/harnessing%20automation%20for%20a%20future%20that%20works/a-future-that-works-executive-summary-spanish-mgi-march-24-2017.pdf>
- Martinez, G., Medina, R. (2019) Tecnología en la inteligencia artificial para el Marketing: una revisión de la literatura. Obtenido de: <http://www.journalprosciences.com/index.php/ps/article/view/194/308>
- Martínez, I., Guilló, N., & Santero, R. (2019). La economía social en el emprendimiento de base tecnológica en España. Un análisis cualitativo. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 1(96), 65-90. doi:10.7203/CIRIEC-E.96.12969
- Martínez, J. (2017). *Marketing Internacional* (Primera ed.). Madrid: Paraninfo. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=mgMoDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR9&dq=marketing+internacional&ots=rM5_Yu9iqz&sig=qKzvWD2j6gWM6e0P0RbB6KtzKtA&redir_esc=y#v=onepage&q=marketing%20internacional&f=false
- Miranda, A., & Cruz, I. (2016). Redes sociales: herramienta de marketing internacional en el sector hotelero. *El periplo sustentable*, 1(31).

- Olaizola, I. (2020). *Estado del arte de la aplicación de la tecnología Blockchain en la Cadena de Suministro. [Tesis de maestría]*. Escola Tècnica Superior d'Enginyeria Industrial de Barcelona. Obtenido de <https://upcommons.upc.edu/handle/2117/189124>
- Paiva, C., Alcantara, J., Campos, R., & Dos Santos, A. (2018). Competitividade do café no mercado internacional: uma análise econométrica. *Agroalimentaria*, 24(47), 43-58.
- Pimentel, G. (2020). *La inteligencia artificial y su influencia en la eficiencia del comercio internacional, 2020*. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú. Obtenido de http://200.37.102.150/bitstream/USIL/9776/1/2020_Pimentel-Ramirez.pdf
- Pimentel, G. (2020). *La inteligencia artificial y su influencia en la eficiencia del comercio internacional, 2020. [tesis de pregrado]*. Universidad San Ignacio de Loyola. Lima, Perú.
- Quiroga, D., Torrent, J., & Murcia, C. (2017). Usos de las TIC en América Latina: una caracterización. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 25(2), 289-305. doi:10.4067/S0718-33052017000200289
- Roldán, N. (2017). *Economipedia*. Obtenido de Comercio exterior: <https://economipedia.com/definiciones/comercio-exterior.html>
- Sevilla, A. (2020). *Economipedia*. Obtenido de Producto Interno Bruto (PIB): <https://economipedia.com/definiciones/producto-interior-bruto-pib.html>
- Suárez, T. (2018). Evolución del marketing 1.0 al 4.0. *Redmarka, revista de marketing aplicado*, 1(22), 209-227. Obtenido de https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/23307/Redmarka_2_2_2018_art_10.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Tapscott, D., & Tapscott, A. (2017). *La revolución blockchain*. España: Grupo

Planeta. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56802628/La_Revolucion_Blockchain_Don__Tapscott.pdf?1529080990=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa_Revolucion_Blockchain_Don_Tapscott.pdf&Expires=1607385208&Signature=e753vsN8niOEe9oiYuNPIJ37VH0IZbnZ

Toscano, R., Pilla, C., Rivadeneira, C., & Salgado, D. (2019). *Comercio internacional* (Primera ed.). Ecuador: Colloquium. Obtenido de <http://www.colloquium-biblioteca.com/index.php/web/article/view/58>

Vega, J., Romero, S., & Guzmán, G. (2018). Marketing digital y las finanzas de las PYMES. *RITI Journal*, 6(12), 100-106.

Westreicher, G. (2020). *Economipedia*. Obtenido de Globalización económica: <https://economipedia.com/definiciones/globalizacion-economica.html>

ANEXOS

ANEXO 01

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

S	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Tecnologías artificiales	Según Red cultural del banco de la república (Banrepcultural, 2020) indica sobre las tecnologías artificiales son todos aquellos medios tecnológicos, los cuales hicieron aparición en los últimos años y que facilitan el intercambio de información y la comunicación como por ejemplo el internet, las computadoras, la inteligencia artificial entre otros.	Está constituida por todos aquellos avances tecnológicos que aporten valor al comercio entre las naciones.	Sistema de Blockchain	Seguridad en las transacciones	1, 2	* Escala de Likert Ordinal * El inventario está compuesto por 12 reactivos de opción múltiple: Totalmente en desacuerdo: 1 En desacuerdo: 2 Ni de acuerdo ni en desacuerdo: 3 De acuerdo: 4 Totalmente de acuerdo: 5
				Veracidad de los datos	3, 4	
			Digitalización en las aduanas	Rastreo de mercancías	5, 6	
				Cadena de suministros	7, 8	
			Inteligencia Artificial	Automatización	9, 10	
				Asistente Digitales	11, 12	
Comercio Internacional	Roldan (2017) menciona que es la compra y venta de bienes o servicios que se realiza entre dos o más países, apegándose a las normativas de los mismos. Y representando un ingreso para la economía de una nación	Son todas las transacciones comerciales efectuadas entre varios países, y como resultado fomentan el desarrollo económico de los mismos	Importación	Narrativas de Importación	13, 14	
				Ingreso de nuevas Tecnologías	15, 16	
			Exportación	Ingreso por ventas internacionales	17, 18	
				Compatibilidad Internacional	19, 20	
			globalización	Integración Financiera	21, 22	
				Cooperación	23, 24	

ANEXO 02: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: Tecnologías artificiales y el comercio internacional de las MYPES del puerto del Callao 2020- 2021 Autor: Romero Zevallos, María Gertrudis.								
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala	Método, de investigación
PG: ¿Cuál es la relación entre el Comercio Internacional de las MYPES del puerto del Callao 2020 - 2021?	OG: Determinar la relación entre las tecnologías artificiales y el comercio internacional de las MYPES del puerto del Callao 2020 - 2021.	HG: Existe relación entre las tecnologías artificiales y el comercio internacional de las MYPES del puerto del Callao.	V1: Tecnologías Artificiales	D1: Sistema de Blockchain .	I1: Seguridad de las transacciones	1,2	Escala De Likert (Ordinal)	Tipo: Básico Diseño: No Experimental Transversal Nivel: Correlacional Enfoque: Cuantitativo Estadística a utilizar: Descriptiva.
					I1: Veracidad de los Datos	3,4		
				D2: Digitalización de las aduanas	I2: Rastreo de la mercadería	5,6		
					I2: Cadena de suministro	7,8		
				D3: Inteligencia Artificial	I3: Automatización	9,10		
					I3: Asistente Digitales	11,12		
Problema Específico	Objetivo Específico	Hipótesis Específico	V2: Comercio Internacional	D1: Importación	I1: Normas de Importación	13,14\$	Escala De Likert (Ordinal)	Población, muestra y muestreo Población: MYPES del puerto del Callao Muestra: 25 Empresas. Muestreo: Por conveniencia – No probabilístico
PE1: ¿Cuál es la relación entre el sistema de Blockchain y la importación de las MYPES del puerto del Callao 2020 - 2021?	OE1: Determinar la relación entre el sistema Blockchain del comercio internacional de las MYPES del puerto del Callao 2020 - 2021.	HE1: Existe relación entre la tecnología artificial con la importación en el comercio internacional de las MYPES del puerto del Callao.			I1: Ingreso de nuevas Tecnologías.	15,16		
PE2: ¿Cuál es la relación entre la digitalización de las aduanas y la exportación de las MYPES del puerto del Callao 2020 - 2021?	OE2: Determinar la relación entre la digitalización de las aduanas y el comercio internacional de las MYPES del puerto del Callao 2020 - 2021.	HE2: Existe relación entre la tecnología artificial con la exportación en el comercio internacional de las MYPES del puerto del Callao.		D2: Exportación	I2: Ingreso por ventas Internacionales	17,18		
					I2: Compatibilidad Internacional	19,20		
PE3: ¿Cuál es la relación entre la inteligencia artificial y la globalización de las MYPES del puerto del Callao 2020 - 2021?	OE3: Determinar la relación entre la inteligencia artificial y el comercio internacional de las MYPES del Callao 2020 - 2021.	HE2: Existe relación entre la tecnología artificial con la globalización en el comercio internacional de las MYPES del puerto del Callao.		D3: Globalización	I3: Integración financiera	21,22		
					I3: Cooperación Internacional	23,24		

Tecnología Artificial y el Comercio Internacional de las MYPES del puerto del Callao.

INSTRUCCIONES: Responder las preguntas de acuerdo a su percepción personal.

1. Edad: _____ años

2. Género: Masculino () Femenino ()

Tecnología Artificial.

a). **_ Sistema Blockchain.**

1. Sistema de Blockchain: ¿Se cree que en la actualidad las tecnologías emergentes pueden automatizar procesos y efectuar transacciones de una forma más eficiente?

- a. Muy en desacuerdo
- b. En desacuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. De acuerdo
- e. Muy de acuerdo

2. Sistema de Blockchain: ¿Cree que la tecnología Blockchain cuenta con seguridad en la información?

- a. Muy en desacuerdo
- b. En desacuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. De acuerdo
- e. Muy de acuerdo

3. Sistema de Blockchain: ¿Cree que el uso del Blockchain es una herramienta eficiente y segura?

- a. Muy en desacuerdo
- b. En desacuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. De acuerdo

e. Muy de acuerdo

4. Sistema de Blockchain: ¿Cree que impacte de manera positiva como herramienta tecnológica el Blockchain en la veracidad de datos?

- a. Muy en desacuerdo
- b. En desacuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. De acuerdo
- e. Muy de acuerdo

b). _ Digitalización de las aduanas

1. Digitalización de las aduanas: ¿Cree que el proceso de digitalización de aduanas es el óptimo implementado en las empresas del puerto del Callao?

- a. Muy en desacuerdo
- b. En desacuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. De acuerdo
- e. Muy de acuerdo

2. Digitalización de las aduanas: Cree que las empresas trabajan en la continuidad o actualización de la digitalización en los procesos en rastreo de las mercancías.?

- a. Muy en desacuerdo
- b. En desacuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. De acuerdo
- e. Muy de acuerdo

3. Digitalización de las aduanas: ¿Considera que las innovaciones aplicadas con la tecnología artificial aportan de una manera eficiente en la cadena de suministro?

- a. Muy en desacuerdo
- b. En desacuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. De acuerdo
- e. Muy de acuerdo

e. Muy de acuerdo

4. Sistema de Blockchain: ¿Cree que impacte de manera positiva como herramienta tecnológica el Blockchain en la veracidad de datos?

a. Muy en desacuerdo

b. En desacuerdo

c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo

d. De acuerdo

e. Muy de acuerdo

b). _ Digitalización de las aduanas

1. Digitalización de las aduanas: ¿Cree que el proceso de digitalización de aduanas es el óptimo implementado en las empresas del puerto del Callao?

a. Muy en desacuerdo

b. En desacuerdo

c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo

d. De acuerdo

e. Muy de acuerdo

2. Digitalización de las aduanas: Cree que las empresas trabajan en la continuidad o actualización de la digitalización en los procesos en rastreo de las mercancías.?

a. Muy en desacuerdo

b. En desacuerdo

c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo

d. De acuerdo

e. Muy de acuerdo

3. Digitalización de las aduanas: ¿Considera que las innovaciones aplicadas con la tecnología artificial aportan de una manera eficiente en la cadena de suministro?

a. Muy en desacuerdo

b. En desacuerdo

c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo

d. De acuerdo

e. Muy de acuerdo

4. Digitalización de las aduanas: ¿Cree que en la cadena de suministros se puede aplicar el B2B de una manera efectiva?

- a. Muy en desacuerdo
- b. En desacuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. De acuerdo
- e. Muy de acuerdo

c). _ Inteligencia artificial

1. Inteligencia artificial: ¿Cree que la inteligencia artificial logra contribuir con la automatización de las empresas?

- a. Muy en desacuerdo
- b. En desacuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. De acuerdo
- e. Muy de acuerdo

2. Inteligencia artificial: ¿Cree que la automatización impulsa en la optimización de resultados dentro del comercio internacional?

- a. Muy en desacuerdo
- b. En desacuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. De acuerdo
- e. Muy de acuerdo

3. Inteligencia artificial: ¿Cree que el uso de los asistentes digitales influye de manera positiva en las empresas?

- a. Muy en desacuerdo
- b. En desacuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. De acuerdo
- e. Muy de acuerdo

4. Inteligencia artificial: ¿Cree que los asistentes digitales como herramienta de gestión optimizan en la entrega de resultados?

- a. Muy en desacuerdo

- b. En desacuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. De acuerdo
- e. Muy de acuerdo

Comercio Internacional.

a). _ Importación.

1. Importación: ¿Cree que las normativas son de conocimiento importante en el mercado nacional para la comercialización de cualquier producto?

- a. Muy en desacuerdo
- b. En desacuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. De acuerdo
- e. Muy de acuerdo

2. Importación: ¿Cree que es importante promover conocimientos de las normativas de importación a las pequeñas y grandes empresas?

- a. Muy en desacuerdo
- b. En desacuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. De acuerdo
- e. Muy de acuerdo

3. Importación: ¿Cree que el ingreso de nuevas tecnologías en el comercio internacional, como TIC's genere un impacto en su productividad?

- a. Muy en desacuerdo
- b. En desacuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. De acuerdo
- e. Muy de acuerdo

4. Importación: ¿Cree que las TIC's influyan positivamente en la importación ante el comercio internacional?

- a. Muy en desacuerdo
- b. En desacuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo

- d. De acuerdo
- e. Muy de acuerdo

b). _ Exportación.

1. Exportación: ¿Cree que el comercio internacional debe contar con el uso de nuevas tecnologías para la importación/exportación?

- a. Muy en desacuerdo
- b. En desacuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. De acuerdo
- e. Muy de acuerdo

2. Exportación: ¿Cree que depende del mercado para lograr el aumento de la producción de los valores a exportar?

- a. Muy en desacuerdo
- b. En desacuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. De acuerdo
- e. Muy de acuerdo

3. Exportación: ¿Cree que obtener mejores precios del producto a importar depende de sacrificar la calidad de este mismo?

- a. Muy en desacuerdo
- b. En desacuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. De acuerdo
- e. Muy de acuerdo

4. Exportación: ¿Cree que la exportación impulsa la competitividad internacional a nivel del país?

- a. Muy en desacuerdo
- b. En desacuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. De acuerdo
- e. Muy de acuerdo

c). _ Globalización.

1. Globalización: ¿Cree que la integración financiera es una tendencia positiva para el comercio internacional?

- a. Muy en desacuerdo
- b. En desacuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. De acuerdo
- e. Muy de acuerdo

2. Globalización: ¿Cree que los capitales financieros aportan un recurrente movimiento económico para las MYPES del puerto del Callao?

- a. Muy en desacuerdo
- b. En desacuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. De acuerdo
- e. Muy de acuerdo

3. Globalización: ¿Cree que la cooperación internacional permite desarrollarse económicamente en el Perú?

- a. Muy en desacuerdo
- b. En desacuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. De acuerdo
- e. Muy de acuerdo

4. Globalización: ¿Cree que la cooperación internacional genera empleos y acuerdos que puedan aportar al país?

- a. Muy en desacuerdo
- b. En desacuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. De acuerdo
- e. Muy de acuerdo

ANEXO 4



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor/Dra: Patricia Yllescas Rodríguez

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiantes de la escuela de Negocios Internacionales de la UCV, en la sede de Callao, requerimos validar los instrumentos con los cuales recogeremos la información necesaria para poder realizar el Desarrollo del Proyecto de Investigación de X ciclo.

El título de la investigación es: ***“Tecnología Artificiales y el Comercio Internacional de las MYPES del puerto del Callao 2020 - 2021”*** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de comercio y negocios internacionales.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

Enfoque cuantitativo:

- ✓ Carta de presentación.
- ✓ Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- ✓ Matriz de operacionalización de las variables.
- ✓ Matriz de consistencia
- ✓ Certificado de validez de contenido de los instrumentos que miden las variables y dimensiones.
- ✓ Protocolo de evaluación del instrumento.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración, nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente:

Romero Zevallos, María Gertrudis
DNI: 47405160

Patricia Yllescas Rodríguez
V° D° ASESOR

Definición conceptual de la variable 1 y sus dimensiones

I. Variable 1: Tecnología Artificiales

Según Red cultural del banco de la república (Banrepcultural, 2020) indica sobre las tecnologías artificiales son todos aquellos medios tecnológicos, los cuales hicieron aparición en los últimos años y que facilitan el intercambio de información y la comunicación como por ejemplo el internet, las computadoras, la inteligencia artificial entre otros

II. Dimensiones de variable 1:

D1: Sistema Blockchain.

A pesar de las dudas iniciales sobre esta tecnología, Recientemente, los gobiernos y las grandes corporaciones han investigado para adoptar y mejorar esta tecnología en varios dominios de aplicaciones, desde las finanzas, las industrias sociales y legales, hasta el diseño, fabricación y redes de la cadena de suministro (Abeyratne & Monfared, 2016).

D2: Digitalización de las Aduanas.

En el marco de la Organización Mundial del Comercio (OMC) como en la Organización Mundial de Aduanas (OMA), se han establecido acuerdos para facilitar el comercio, armonizando mediante la simplificación de los procedimientos y las prácticas aduaneras. Así, las disposiciones del Acuerdo de Facilitación Aduanera (AFC) y el Convenio de Kyoto Revisado (CKR), están dirigidas a agilizar el movimiento, levante y despacho de mercancías, además de promover la cooperación entre las administraciones aduaneras y otras autoridades relacionadas en temas de facilitación del comercio y cumplimiento de procedimientos aduaneros. Estos acuerdos también contemplan el uso de las tecnologías de la información y de los medios electrónicos para la operación aduanera, proporcionando mejores prácticas internacionales, asistencia técnica y creación de capacidades en este campo, bajo el convencimiento de que la transformación digital puede reducir significativamente los costos comerciales y los tiempos de tránsito (Estevadeordal, Rodríguez y Volpe, 2020).



D3: Inteligencia Artificial.

En la actualidad crear valor agregado y alcanzar nuevas experiencias para el consumidor, potenciadas con (IA) se ha convertido en un determinante que puede propiciar ventajas competitivas empresarial. Martínez y Medina (2019)

Definición conceptual de la variable 2 y sus dimensiones

I. Variable 2: Comercio Internacional.

El comercio internacional impulsa el crecimiento económico inclusivo y la reducción de la pobreza y contribuye a fomentar el desarrollo sostenible, es el intercambio de transacciones, ventas (exportaciones), o compras (importaciones) de bienes (ONU, 2015)

II. Dimensiones de variable 2:

D1: Importación.

La importación nace de la transacción entre los involucrados, ya sea personas jurídicas o no, empresas o naciones, donde consiste en el ingreso de mercancías al territorio nacional desde la parte extranjera de forma legal con la finalidad de utilizarlas o comercializarlas. Las importaciones tienen un papel importante ya que, mediante ellas, el mercado nacional puede abastecerse de manera más completa al mismo tiempo que brinda una variedad más grande de insumos y productos para el uso de los consumidores, industrias o servicios que se desarrollan en el país. Dichos productos pueden ser trasladados por diversos medios ya sea de forma marítima, aérea o terrestre. Sin embargo, existen ciertas medidas que deben ser consideradas para realizar dichas acciones, como restricciones de ciertos productos (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, 2017)

D2: Exportación.

De acuerdo a la Ley General de Aduanas (2018), la exportación de productos es el régimen aduanero que consiente la salida del territorio aduanero de productos nacionales o nacionalizadas de manera definitiva. Según Mercado define que "la exportación es una venta que se realiza más allá de las fronteras arancelarias en las que está situada la empresa. Exportador es vender y solo vender. La misma tecnología usada para la venta debe ser utilizada para exportar.



D3: Globalización.

Westreicher (2020) indica que desde el punto de vista económico la globalización representa la integración entre las diferentes naciones del mundo, aportándole movilidad a los capitales financieros y una mayor movilidad del capital humano. Esta globalización es propiciada por los acuerdos internacionales y las tecnologías, generando ventajas como, el ofrecer productos y servicios a naciones que no tienen acceso a estos, genera nuevas oportunidades de negocio, permite el intercambio de culturas, así como mayor variedad para invertir en negocios emergentes.

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable 1:


N	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias
		M	D	A	M	D	A	M	D	A	
	Dimensión1: Sistema de Blockchain.										
1	Se cree que en la actualidad las tecnologías emergentes pueden automatizar procesos y efectuar transacciones de una forma más eficiente.			X			X				X
2	Cree que la tecnología Blockchain cuenta con seguridad en la información.			X			X				X
3	Cree que el uso del Blockchain es una herramienta eficiente y segura.			X			X				X
4	Cree que impacte de manera positiva como herramienta tecnológica el Blockchain en la veracidad de datos.			X			X				X
	Dimensión2: Digitalización de Aduanas.										
5	Cree que el proceso de digitalización de aduanas es el óptimo implementado en las empresas del puerto del Callao.			X			X				X
6	Cree que las empresas trabajan en la continuidad o actualización de la digitalización en los procesos en rastreo de las mercancías.			X			X				X
7	Considera que las innovaciones aplicadas con la tecnología artificial aportan de una manera eficiente en la cadena de suministro.			X			X				X
8	Cree que en la cadena de suministros se puede aplicar el B2B de una manera efectiva.			X			X				X
	Dimensión3: Inteligencia Artificial.										
9	Cree que la inteligencia artificial logra contribuir con la automatización de las empresas.			X			X				X
10	Cree que la automatización impulsa en la optimización de resultados dentro del comercio internacional.			X			X				X
11	Cree que el uso de los asistentes digitales influye de manera positiva en las empresas.			X			X				X
12	Cree que los asistentes digitales como herramienta de gestión optimizan en la entrega de resultados.			X			X				X

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador Dr. Patricia Maribel Yllescas Rodríguez

Especialidad del validador: Metodóloga

DNI: 07266567

Callao, 07 de noviembre del 2021



Firma del Experto Informante.
Especialidad

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



N	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M	D	I	A	M	D	I	A	M	D	I	A	
Dimensión1: Importación.														
13	Cree que las normativas son de conocimiento importante en el mercado nacional para la comercialización de cualquier producto.				X				X					X
14	Cree que es importante promover conocimientos de las normativas de importación a las pequeñas y grandes empresas.				X				X					X
15	Cree que el ingreso de nuevas tecnologías en el comercio internacional, como TIC's genere un impacto en su productividad				X				X					X
16	Cree que las TIC's influyan positivamente en la importación ante el comercio internacional.				X				X					X
Dimensión2: Exportación.														
17	Cree que el comercio internacional debe contar con el uso de nuevas tecnologías para la importación/exportación.				X				X					X
18	Cree que depende del mercado para lograr el aumento de la producción de los valores a importar.				X				X					X
19	Cree que obtener mejores precios del producto a importar depende de sacrificar la calidad de este mismo.				X				X					X
20	Cree que la exportación impulsa la competitividad internacional a nivel de país				X				X					X
Dimensión3: Globalización.														
22	Cree que la integración financiera es una tendencia positiva para el comercio internacional.				X				X					X
23	Cree que los capitales financieros aportan un recurrente movimiento económico para las MYPES del puerto del Callao.				X				X					X
24	Cree que la cooperación internacional permite desarrollarse económicamente en el Perú				X				X					X
25	Cree que la cooperación internacional genera empleos y acuerdos que puedan aportar al país				X				X					X

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador Dr. Patricia Maribel Yllescas Rodríguez
Especialidad del validador: Metodóloga

DNI: 07266567
Callao, 07 de noviembre del 2021

Firma del Experto Informante.
Especialidad

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

PROTOCOLO DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Yllescas Rodríguez Patricia Maribel
- I.2. Especialidad del Validador: Metodólogo
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente - Universidad Cesar Vallejo
- I.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: Romero Zevallos, María Gertrudis.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

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

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Callao, 07 de noviembre del 2021

Dra. Yllescas Rodriguez Patricia Maribel

DNI: 07266567

Teléfono: 977 484 038

