



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

“INTELIGENCIA COMERCIAL PARA FOMENTAR LA
EXPORTACIÓN DE CERÁMICA VIDRIADA UTILITARIA
DE LA ASOCIACIÓN “KERAMIK MAKKAS” DE LA
CIUDAD DE CAJAMARCA, AL MERCADO
ESTADOUNIDENSE EN EL AÑO 2022”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autores:

Luis Enrique Escobar Pastor
Cinthya Pamela Vega Arrue

Asesor:

Mg. Paulo Eduardo Soriano Torres
<https://orcid.org/0000-0002-9027-2178>

Cajamarca - Perú

2022

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Dra. Liliana Beatriz Carrillo Carranza	40730539
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Mg. Cristhian Céspedes Ortiz	41412453
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Mg. Paulo Cáceres Iglesias	26732973
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

TABLA DE CONTENIDOS

JURADO CALIFICADOR.....	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
TABLA DE CONTENIDO.....	5
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN.....	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
1.1 Realidad Problemática	10
1.1.1 Antecedentes.....	13
1.1.2 Bases Teóricas.....	25
1.2 Formulación del Problema.....	49
1.3 Objetivos.....	49
1.4 Hipótesis.....	50
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA.....	51
2.1. Tipo de Investigación	51
2.1.1. Enfoque	51
2.1.2. Alcance.....	52
2.1.3. Diseño	52
2.2. Población y Muestra.....	52
2.2.1. Población.....	52
2.2.2. Muestra	53
2.3. Técnicas e Instrumentos de Recolección y Análisis de Datos	55
2.4 Aspectos Éticos	58
2.5. Procedimiento	58
2.5.1. Procedimiento de Recolección de Datos.....	58
2.5.2. Proceso de Tratamiento y Análisis de Datos.....	59
CAPÍTULO III: RESULTADOS	60
3.1. Objetivo Específico 1	60
3.1.1. Situación actual de la organización de manera general.....	60
Definición del Negocio	60
Análisis PEST	62
Análisis 5 Fuerzas de Porter.....	65
Análisis FODA	66
Características del Producto.....	68

Producción	74
3.1.2. Situación actual de la organización respecto a inteligencia comercial	75
3.1.3. Situación actual de la organización respecto a exportación	81
3.2. Objetivo Específico 2	85
3.3. Objetivo Específico 3	91
3.3.1. Selección del mercado meta	92
3.3.2. Análisis del país destino	94
3.3.3. Tendencias de consumo 2022	100
3.3.4. Análisis de la competencia	103
3.3.5. Puntos de venta	107
3.3.6. Selección del nicho de mercado	108
Selección del estado específico.....	108
Perfil del consumidor	110
Segmentación.....	111
3.4. Objetivo Específico 4	112
3.4.1. Medidas arancelarias	113
3.4.2. Medidas no arancelarias	114
Requisitos técnicos: homologación en USA	114
Embalaje y etiquetado	115
Certificaciones	116
3.5. Objetivo General	116
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	118
4.1. Discusión	118
4.2. Conclusiones	125
REFERENCIAS	127
ANEXOS	135
Nº1: Cronograma de Actividades.....	135
Nº2: Matriz de Consistencia.....	137
Nº3: Matriz de Operacionalización de Variables	138
Nº4: Instrumento de Recolección de Datos nº1	140
Nº5: Instrumento de Recolección de Datos nº2.....	142
Nº6: Instrumento de Recolección de Datos nº3.....	143
Nº7: Expediente de Validación de Instrumentos de Recolección de Datos	144
Nº8: Validación nº1	147
Nº9: Validación nº2.....	151
Nº10: Validación nº3.....	155
Nº11: Cálculo del coeficiente Alfa de Cronbach.....	159
Nº12: Autorización por parte de la asociación	160
Nº13: Aplicación de instrumentos de recolección de datos a las fuentes primarias.....	163
Nº14: Registro de datos obtenidos en encuestas	167
Nº15: Transcripción de entrevistas	169

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Socios de la Asociación de Artesanos Ceramistas “Keramik Makkas”	53
Tabla 2: Técnicas e Instrumentos a aplicar a la muestra	55
Tabla 3: Nivel de medición en la escala de Likert	56
Tabla 4: Proceso de Tratamiento de Análisis de Datos	59
Tabla 5: Análisis FODA de “Keramik Makkas”	67
Tabla 6: Ficha Técnica del producto:	69
Tabla 7: Reporte de exportaciones peruanas de vajilla de cerámica según país destino en el año 2017	86
Tabla 8: Reporte de exportaciones peruanas de vajilla de cerámica según país destino en el año 2018	86
Tabla 9: Reporte de exportaciones peruanas de vajilla de cerámica según país destino en el año 2019	87
Tabla 10: Reporte de exportaciones peruanas de vajilla de cerámica según país destino en el año 2020	88
Tabla 11: Reporte de exportaciones peruanas de vajilla de cerámica según país destino en el año 2021	88
Tabla 12: Reporte de principales importadores mundiales de vajilla de cerámica del 2017 al 2021	89
Tabla 13: Reporte de principales exportadores mundiales de vajilla de cerámica del 2017 al 2021	90
Tabla 14: Matriz de selección de mercado objetivo	92
Tabla 15. Mercados proveedores de vajilla de cerámica importada por Estados Unidos en 2021	103
Tabla 16. Principales empresas peruanas exportadoras de vajillas de cerámica del 2021	104
Tabla 17. Distribución según los puntos de venta para los productos de cerámica y porcelana de importación	108
Tabla 18: Estados de EE.UU con mayor población durante 2020	109
Tabla 19: Factores de Segmentación de Mercados para la vajilla de cerámica vidriada de la asociación “Keramik Makkas:	111
Tabla 20: Límites permitidos de Plomo y Cadmio para cerámica importada por EE.UU	115

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Fuentes nacionales e internacionales para la inteligencia comercial	33
Figura 2: Mercados diferenciados para la Oferta Artesanal	43
Figura 3: Inconterms 2020 - Distribución de costos y riesgos.....	48
Figura 4: Dirigente de la Asociación “Keramik Makkas” con sus creaciones	62
Figura 5: Principales productos elaborados por la asociación “Keramik Makkas”	68
Figura 6: Flujograma del proceso productivo de cerámica de “Keramik Makkas”	72
Figura 7: Capacidad de producción mensual de cerámica vidriada por socio	75
Figura 8: Conocimiento de los socios respecto al término “Inteligencia Comercial”	76
Figura 9: Ideas de los socios respecto al termino “Inteligencia Comercial”	77
Figura 10: Aplicación de la “Inteligencia comercial” en la asociación	78
Figura 11: Conocimiento de los socios respecto a “Herramientas de Inteligencia Comercial”	79
Figura 12: Socios que aplicarían la “Inteligencia Comercial” para fomentar la exportación de cerámica vidriada utilitaria de su asociación	80
Figura 13: Conocimiento de los socios respecto a los mercados internacionales más atractivos para exportar cerámica vidriada utilitaria	81
Figura 14: Conocimiento de los socios respecto a los requisitos para exportar cerámica vidriada utilitaria	82
Figura 15. Socios que consideran como oportunidad de crecimiento la exportación de sus productos ..	83
Figura 16. Socios que consideran estar capacitados en temas de exportación	84
Figura 17. Distribución de la población estadounidense por sexo 2021	96
Figura 18: Distribución de la población estadounidense por ubicación en 2021.....	97
Figura 19: Distribución de la población estadounidense por edades en 2017	97
Figura 20: Distribución de la población estadounidense por orígenes étnicos	98
Figura 21: Porcentaje de población estadounidense de 25 años a más por nivel educativo: 1940-2021	98
Figura 22: Vajilla ofrecida por “Jallpa Nina S.A”	105
Figura 23: Vajilla ofrecida por “Tahua Pottery S.A.C”	106
Figura 24: Vajilla ofrecida por “Manos Amigas S.A.”.....	106
Figura 25: Vajilla ofrecida por “Allpa S.A.C”.....	107
Figura 26: Estados con mayor ingreso per-cápita de Estados Unidos en el 2021	109

RESUMEN

En el contexto de paralización económica que impuso la pandemia, los artesanos se pueden organizar y asociar para consolidarse como unidades productivas que hagan frente a la demanda existente, logrando articularse para participar en mercados internacionales con volúmenes importantes.

El objetivo del trabajo de investigación es aplicar herramientas de inteligencia comercial para fomentar la exportación de cerámica vidriada utilitaria de la Asociación “Keramik Makkas” de la ciudad de Cajamarca al mercado estadounidense en el año 2022.

La investigación siguió un enfoque mixto, su alcance es descriptivo y exploratorio y maneja un diseño no experimental. Se trabajó en base a tres muestras: los socios de la asociación, representantes de institución de apoyo y la data obtenida mediante las herramientas de inteligencia comercial respecto a la cerámica vidriada utilitaria y su exportación; se utilizaron las técnicas de encuesta, entrevista y revisión documentaria y estadística; aplicando sus respectivos instrumentos de recolección de datos: cuestionario, guía de entrevista y análisis-síntesis de la información.

Al finalizar la investigación, los investigadores concluyeron que la aplicación de herramientas de inteligencia comercial fomenta la exportación de vajilla de cerámica al mercado estadounidense al brindar información relevante y necesaria para que los socios tomen decisiones bien informadas y seguras.

Palabras clave: inteligencia comercial, exportación, cerámica vidriada utilitaria.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales

REFERENCIAS

Acín, F., Barzola, J. I., Leone, N. A. y Mariani, J. P. (2020). Trabajo de Investigación Final: Plan de Exportación. Repositorio Universidad Privada de Buenos Aires UADE. Recuperado de https://repositorio.uade.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/123456789/8405/Leone_TIF.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Alcántara, L. M. (2020). *Inteligencia comercial para fomentar la exportación de las MYPES del sector agroindustrial – hortalizas de los caseríos de Agomarca, Pariamarca y San Antonio* (Tesis de licenciatura). Repositorio de la Universidad Privada del Norte. Recuperado de <https://hdl.handle.net/11537/24550>

Alemán, T. C. (2017). *Desarrollo de un plan de negocios para la Exportación de artesanías de cobre al mercado alemán* (Tesis de maestría). ITESO, Universidad Jesuita De Guadalajara. Recuperado de <https://rei.iteso.mx/handle/11117/4741>

Allpa S.A.C (2022). Catalogues: Home. Consultado el 16 de junio del 2022. <https://allpaperu.com/catalogues/>

Alfaro, M. A. (2017). *Estrategias de aplicación de inteligencia comercial en la Asociación Textil Productores Artesanales “El Rescate” provincia de Cajamarca - Perú, enfocada a la exportación de carteras artesanales con motivos peruanos al mercado de Miami, Florida, Estados Unidos para el año 2018* (Tesis de licenciatura). Repositorio de la Universidad Privada del Norte. Recuperado de <http://hdl.handle.net/11537/13363>

Anchante, M. O. (2018). *Aplicación de la Inteligencia Comercial para impulsar la Exportación de arándanos a los EE. UU., Comas 2015 - 2018* (Tesis de licenciatura). Repositorio de la Universidad Privada del Norte. Recuperado de <http://hdl.handle.net/11537/14849>

Avilés, G. F. (2017). *Proyecto de Factibilidad para la Exportación de Cerámica Decorativa artesanal de la Asociación de Ceramistas Convención del 45, hacia Estados Unidos de América, en el periodo 2017-2022* (Tesis de licenciatura). Repositorio de la Universidad Tecnológica Equinoccial UTE del Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/16926>

Banco Central de Reserva del Perú. (2019). *Encuentro económico: Informe económico y social Región Cajamarca*. Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Proyeccion-Institucional/Encuentros-Regionales/2019/cajamarca/ies-cajamarca-2019.pdf>

Banco Mundial. (2017). Unión Internacional de Telecomunicaciones, Informe sobre el Desarrollo Mundial de las Telecomunicaciones/TIC y base de datos. Recuperado de <https://datos.bancomundial.org/indicador/IT.CEL.SETS.P2?locations=US>

Barrantes, R. (2016). Investigación, un camino al conocimiento: Un enfoque cualitativo, cuantitativo y mixto. San José, Costa Rica: Editorial EUNED.

BBC News Mundo. (2019, 7 de noviembre). Cómo y cuándo llegó el español a EE.UU. (y fue primero que el inglés). Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-47339095#:~:text=Estados%20Unidos%20no%20tiene%20un,del%20Censo%20de%20Estados%20Unidos>.

CAME (2018). Factores a considerar para exportar. Confederación Argentina de la Mediana Empresa. Recuperado el 30 de noviembre del 2021 de <http://redcame.org.ar/comex/factores.php3#item1>

Carrión A. K. & De La Rosa, B. N. (2018). *Aplicación de la Inteligencia Comercial para la Exportación de Calzado al mercado chileno como idea de negocio, Comas 2018* (Tesis de licenciatura). Repositorio de la Universidad Privada del Norte. Recuperado de <https://hdl.handle.net/11537/14838>

Castrejón, C. & Salazar, E. K. (2020). *Inteligencia comercial en la empresa industria de alimentos Huacariz SAC para la exportación de queso mantecoso al mercado de Francia en el año 2020* (Tesis de licenciatura). Repositorio de la Universidad Privada del Norte. Recuperado de <https://hdl.handle.net/11537/28379>

Centro de Inteligencia Comercial e Información de Ecuador – CICO. (2018). Perfiles de Productos Cerámicos. Recuperado de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/Perfil%20Ceramica%202008.pdf>

CESCE Agencia de Crédito a la Exportación. (2021). Mapa Riesgo País: Diagnóstico de Riesgos Políticos y Comerciales. Recuperado de <https://www.cesce.es/es/riesgo-pais>

Chuquilín, M. Y., & Chuquilín, C. E. (2019). *Análisis de las herramientas de Inteligencia Comercial para la Exportación de productos artesanales a base de madera en la Granja Porcón con destino a Estados Unidos - 2020* (Tesis de licenciatura). Repositorio de la Universidad Privada del Norte. Recuperado de <http://hdl.handle.net/11537/23000>

CNN en español (2022). Los 10 estados de Estados Unidos en los que más dinero se gana. Recuperado de <https://cnnespanol.cnn.com/2022/05/19/10-estados-unidos-mas-dinero-se-gana-orix/>

Comex Perú. (2021). El número de mypes peruanas se redujo en un 48.8% en 2020 y la informalidad pasó al 85% como consecuencia de la pandemia. Recuperado de <https://www.comexperu.org.pe/articulo/el-numero-de-mypes-peruanas-se-redujo-un-488-en-2020-y-la-informalidad-paso-al-85-como-consecuencia-de-la-pandemia>

ConnectAmericas. (2020). La exportación de artesanías, una oportunidad para América Latina. Recuperado de <https://connectamericas.com/es/content/la-exportaci%C3%B3n-de-artesan%C3%ADas-una-oportunidad-para-am%C3%A9rica-latina>

CORPEI Ecuador Exporta. (2017). Perfiles de Productos: Productos Cerámicos. Recuperado de <https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/Perfil%20Ceramica%202017.pdf>

Corral, Y. (2009). Validez y Confiabilidad de los Instrumentos de Investigación para la Recolección de Datos. Revista Ciencias de la Educación, vol. 19, n° 33. Recuperado el 03 de diciembre del 2021, de: <http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/n33/art12.pdf>

Cruz, N. (2012). Las Micro y Pequeñas Empresas Artesanales: La problemática del marco legal de exportación en Perú en los años 2010-2011. Revista de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM . Vol. 15 (29), pp. 65-75. Recuperado de <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/download/8899/7727/30892>

Cotrina, S. (2018). *Herramientas de Inteligencia Comercial*. Seminario Miércoles del Exportador. PROMPERÚ. Recuperado de https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/2901/Herramientas_inteligencia_comercial_2018_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Datos Macro (2022). Población de los Estados de USA. Recuperado de <https://datosmacro.expansion.com/demografia/poblacion/usa-estados>

Diario del Exportador. (2021, 01 de Diciembre). Diario del Exportador – Los términos INCOTERMS explicados uno a uno. Recuperado de <https://www.diariodelexportador.com/2020/01/incoterms-2020-los-11-terminos.html>.

Diario El Peruano. (2022, 08 de Mayo). La economía peruana seguirá creciendo en 2022. Recuperado de <https://elperuano.pe/noticia/152872-la-economia-peruana-seguira-creciendo-en-2022>

Diario Gestión. (2020). Artesanía peruana a la baja: Envíos al exterior cayeron 14% en primer trimestre. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/artesania-peruana-a-la-baja-envios-al-externo-cayeron-14-en-primer-trimestre-nndc-noticia/?ref=signwall>

Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR Cajamarca. (2018). Propuesta productiva 2018: “Incremento de la competitividad e implementación de una planta procesadora de arcilla en la línea artesanal de cerámica vidriada de la Asociación de Artesanos Ceramistas KERAMIC MAKKAS del distrito, provincia y departamento de Cajamarca”.

Embajada de España. (2016). Nota informativa: Normativa para la exportación a EE UU y al Estado de California de cerámica de uso alimentario con relación a la migración de metales pesados (cadmio y plomo). Recuperado de <https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/27955.PDF>

Embajada de España. (2016). Nota sobre el mercado de Artículos de mesa, Regalo y Accesorios en Cerámica y Porcelana en USA. Recuperado de <https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/27978.PDF>

Escuela de Administración de Negocios -ESAN. (2011). *La importancia de la inteligencia comercial en los agronegocios. Conexión ESAN.* Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2011/05/09/la-importancia-de-la-inteligencia-comercial-en-los-agronegocios/>

Espejo, R. (2021). La inteligencia Comercial en los negocios. *Revista digital de la Camara de Comercio de Lima*, 1. Perú, S. d. (18 de junio de 2021). *comexperu*. Obtenido de *comexperu*: <https://www.comexperu.org.pe/articulo/el-numero-de-mypes-peruanas-se-redujo-un-488-en-2020-y-la-informalidad-paso-al-85-como-consecuencia-de-la-pandemia>

Garrido, M. (2019). *¿Qué es Business Intelligence o Inteligencia Comercial?* Alpha Technologies. Recuperado de <https://alphatech.us/que-es-business-intelligence-o-inteligencia-comercial/>

Heredia, N. (2017) *Diseño de un plan de exportación de artesanías mexicanas de arte huichol de México a Europa.* (Tesis de maestría). Repositorio de la Universidad Politécnica de Valencia. Recuperado de <https://riunet.upv.es/handle/10251/94887>

Hidalgo, X. (2019). Las comunidades latinas de Nueva York. Recuperado de <https://impactolatino.com/las-comunidades-latinas-de-nueva-york/>

Infobae Argentina. (2018, 10 de julio). El ranking de los países con mayor velocidad de conexión a internet. Recuperado de <https://www.infobae.com/america/tecnologia/2018/07/10/el-ranking-de-los-paises-con-mayor-velocidad-de-conexion-a-internet/>

Jallpa Nina S.A. (2022). Categoría: Producto Utilitario, Vajilla. Perú. Consultado el 16 de junio del 2022. <https://jallpaninaperu.com/categoria-producto/utilitario/vajilla/page/3/>

Keller, K. & Kotler, P. (2006). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Prentice Hall.

Landazuri, E. (2014). *Estudio de factibilidad para la creación de la empresa Exporcerámica de la ciudad de Quito, sector norte, para la Comercialización y Exportación de cerámica decorativa al mercado alemán* (Tesis de licenciatura). Repositorio de la Universidad Internacional SEK del Ecuador. Recuperado de

<https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/756/1/TESIS%20FINAL%20JACQUELINE%20LANDAZURI.pdf>

Legiscomex Colombia. (2018). Inteligencia de mercados/Primer aniversario del TLC Colombia – EE UU: Artesanías. Recuperado de <https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/artesantias-eeuu.pdf>

Luna, J. D. & Rodríguez, C. A. (2018). *Propuesta de implementación de la marca colectiva para los productores y microempresarios de la ciudad de Chulucanas para incrementar sus Exportaciones de Artesanía hacia los Estados Unidos de Norteamérica*. (Tesis de posgrado). Repositorio de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Recuperado de <https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/4074>

Mamani, J. P. (2018). *Análisis de Comercialización y Exportación de Artesanías de Cerámica del distrito de Pucará, Puno, 2018* (Artículo de suficiencia de competencia profesional). Repositorio de la Universidad Nacional del Altiplano del Perú. Recuperado de <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/8475>

Manos Amigas S.A (2022). Home: About Us. Consultado el 16 de junio del 2022. <https://manos-amigas.com.pe/>

McBride, E. (2011, 9 de mayo). *La importancia de la inteligencia comercial en los agronegocios*. Conexión ESAN. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2011/05/09/la-importancia-de-la-inteligencia-comercial-en-los-agronegocios/>

Míguez, C. D. (2019). *Inteligencia comercial como fuente de información para la toma de decisiones*. Tatum: Consultoría comercial, de marketing y de personas. Recuperado de <https://docplayer.es/20002664-La-inteligencia-comercial-como-fuente-de-informacion-para-las-tomas-de-decisiones.html>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR (2004). Plan operativo exportador de artesanía. Recuperado el 30 de noviembre del 2021, de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2003_2013/2Planes_Sectoriales_POS/Sector_Artesanias.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR (2020). Reporte Regional de Turismo Cajamarca. Recuperado el 14 de junio del 2022, de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/436946/Cajamarca_ReporteRegional_Turismo_Nov19.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo -MINCETUR. (2014). Plan Operativo Exportador de Artesanía. Recuperado de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2003_2013/2Planes_Sectoriales_POS/Sector_Artesanias.pdf

[content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2003_2013/2Planes_Sectoriales_POS/Sector_Artesanias.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2003_2013/2Planes_Sectoriales_POS/Sector_Artesanias.pdf)

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR. (2005). Plan Operativo del Producto - POP: Artesanías de la Región Ayacucho. Recuperado de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2003_2013/3Planes_Regionales_PERX/Perx_Ayacucho/Planes_por_Producto_Ayacucho/POP_Artisan%C3%ADas_Ayacucho.doc

Montaño, D. (2017). *Diseño de una oficina técnica de Inteligencia Comercial para los Artesanos del cantón Atacames* (Tesis de licenciatura). Repositorio digital de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Recuperado de <https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/1393>

Navarro, S. (2013). *Artesanía latinoamericana: folklor y comercio*. Revista América: poder, conflicto y política. España: Universidad de Barcelona. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5062660>

Noel, O. (2018). Inteligencia comercial internacional para el desarrollo de estrategias de ingreso a nuevos mercados. ADEX Escuela. Recuperado de <https://repositorio.promperu.gob.pe/handle/123456789/3258>

Ocharán, M. (2007). Inteligencia de mercados en los negocios internacionales. Promperú. Recuperado de <https://repositorio.promperu.gob.pe/handle/123456789/2953>

Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y Agricultura y la Asociación Latinoamericana de Integración (2017). *¿Cómo exportar?: Guía práctica para PYMES*. Montevideo: FAO y ALADI. Recuperado el 30 de noviembre del 2021 de <http://www.fao.org/3/a-i7579s.pdf>.

Oviedo, H. & Campo-Arias A. (2015). Metodología de Investigación y lectura crítica de Estudios: Aproximación al uso del coeficiente Alfa de Cronbach. Revista Colombiana de Psiquiatría, vol. 34, n°4. Recuperado el 23 de marzo del 2022, de: <http://www.scielo.org.co/pdf/rcp/v34n4/v34n4a09.pdf>

Posada, C. (2022, 10 de enero). Tendencias en el consumidor estadounidense para el 2022. Revista Digital de la Cámara de Comercio de Lima. Recuperado de <https://lacamara.pe/tendencias-en-el-consumidor-estadounidense-para-el-2022/>

Promperú. (2012). *Herramientas de Inteligencia Comercial*. Departamento de Asesoría Empresarial y Capacitación. Recuperado de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/capacitacion/2012-9Inteligencia-Comercial.pdf>

Promperú. (2021). *¿Qué es la inteligencia comercial? Capacidad Exportadora y Plan Estratégico*. Recuperado de

https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/5127/I.%20Comercial_Subt1_text.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rojas, K. (2016). Inteligencia Comercial aplicada a los Negocios Internacionales. Recuperado de <https://editorialmacro.com/wp-content/uploads/2021/02/9786123043735.pdf>

Romero, A. (2002). Globalización y Pobreza. Nariño, Colombia: Universidad de Nariño. Recuperado de <https://www.corteidh.or.cr/tablas/r25216.pdf>

Saldaña, A. G. & Terrones, B. J. (2018). *La Inteligencia Comercial y su aplicación, a través de la investigación de mercados, para la Exportación de sombreros de paja toquilla de Celendín en el año 2019* (Tesis de licenciatura). Repositorio de la Universidad Privada del Norte. Recuperado de <https://hdl.handle.net/11537/14948>

Sánchez, X. (2020) *Plan de exportación de artesanías de fibras naturales hacia Estados Unidos* (trabajo de investigación de maestría). Repositorio digital Universidad Casa Grande. Recuperado de <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/2414/1/Tesis2590%20SANp.pdf>

Santander Trade. (2021). Mercados: Estados Unidos. Recuperado de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/estados-unidos/cifras-comercio-exterior>

Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior – SIICEX. (2021). Estadísticas de Exportaciones por Partida. Recuperado de https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?page=172.17100&portletid=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=6912000000

Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior – SIICEX. (2014). Guía de Mercado Estados Unidos: Industria de la Moda y Decoración. Recuperado de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/325753356radF9C39.pdf>

SUNAT. (2022). Tratamiento Arancelario por Subpartida Nacional. Consultado en <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. (2021). Exportación: Definición. Recuperado el 29 de noviembre del 2021, de: <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/index.html>

Tahua Pottery S.A.C. (2022). Catálogos: Colecciones. Consultado el 16 de junio del 2022. <https://tahuapottery.com/catalogos/colecciones/>

Tolentino, K. M. & Vera, M. F. (2017). *Estudio de prefactibilidad para la producción y comercialización de cerámicas de Chulucanas* (Tesis de licenciatura). Repositorio Pontificia Universidad Católica del Perú.

Recuperado

de

https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/312/TOLENTINO_KARINA_ESTUDIO_DE_PRE-FACTIBILIDAD_PARA_LA_PRODUCCION_Y_COMERCIALIZACION_DE_CERAMICAS_DE_CHULUCANAS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Torres, J. K. (2017). *Estrategias comerciales para lograr la exportación definitiva de cerámica decorativa de la Asociación de Artesanos con discapacidad de la región Lambayeque a Estados Unidos en el periodo 2015-2016* (Tesis de licenciatura). Repositorio Académico de la Universidad de San Martín de Porres. Recuperado de <https://hdl.handle.net/20.500.12727/2704>

Trade Map. (2022). Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas. Recuperado de <https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es>

United States Census Bureau. (2020). Resultados de la distribución del censo de 2020. Recuperado de <https://www.census.gov/data/tables/2020/dec/2020-apportionment-data.html>

Upcounsel. (2020, 18 de junio). Cuánto cuesta una patente: todo lo que necesita saber. Recuperado de <https://www.upcounsel.com/how-much-does-a-patent-cost>

Valverde, D. C. & Zuloeta, G. M. (2016). *Oportunidad de negocio en el mercado canadiense para incentivar las Exportaciones peruanas de Artesanía de Cerámica producida en la región Cajamarca, periodo 2017-2021* (Tesis de licenciatura). Repositorio de la Universidad Privada del Norte. Recuperado de <https://hdl.handle.net/11537/9969>