



## FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**“ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN  
PARA LA PEQUEÑA EMPRESA INDUSTRIAS  
HADELSA E.I.R.L.- LIMA, 2023”**

Tesis para optar al título profesional de:

**Licenciada en Administración y Negocios Internacionales**

**Autora:**

Andrea Lizbeth Cruz Jahuirra

**Asesor:**

Mg. Alan Enrique García Gutti

<https://orcid.org/0000-0002-0518-4684>

Lima - Perú

**JURADO EVALUADOR**

Jurado 1 Presidente(a)	VICTOR HUGO HARO HIDALGO	09862514
	Nombre y Apellidos	N.º DNI

Jurado 2	JUAN CARLOS GANOZA ALEMAN	30835154
	Nombre y Apellidos	N.º DNI

Jurado 3	ROBERTO PABLO BARRAZA LINO	40622423
	Nombre y Apellidos	N.º DNI

## INFORME DE SIMILITUD

### Tesis

#### INFORME DE ORIGINALIDAD

**4%**

INDICE DE SIMILITUD

**3%**

FUENTES DE INTERNET

**1%**

PUBLICACIONES

**2%**TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

#### FUENTES PRIMARIAS

**1****repositorio.unjfsc.edu.pe**

Fuente de Internet

**1%****2****Submitted to Universidad Privada del Norte**

Trabajo del estudiante

**1%****3****hdl.handle.net**

Fuente de Internet

**1%****4****dokumen.pub**

Fuente de Internet

**1%**

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias &lt; 1%

Excluir bibliografía

Apagado

## TABLA DE CONTENIDO

<b>JURADO EVALUADOR</b> .....	<b>2</b>
<b>INFORME DE SIMILITUD</b> .....	<b>3</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>4</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>5</b>
<b>TABLA DE CONTENIDO</b> .....	<b>6</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>7</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>8</b>
<b>INDICE DE ANEXOS</b> .....	<b>9</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>10</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>11</b>
<b>CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>12</b>
<b>Realidad Problemática</b> .....	<b>12</b>
<b>Formulación del problema</b> .....	<b>30</b>
<b>Objetivos</b> .....	<b>31</b>
<b>CAPITULO II: METODOLOGÍA</b> .....	<b>32</b>
<b>CAPITULO III: RESULTADOS</b> .....	<b>40</b>
<b>CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES</b> .....	<b>44</b>
<b>REFERENCIAS</b> .....	<b>50</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>56</b>
<b>EVIDENCIA</b> .....	<b>69</b>



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Juicio de expertos .....	36
Tabla 2. Escala de Likert .....	38
Tabla 3. Nivel de criterios de evaluación .....	38
Tabla 4. Tabla de dimensión Estrategias de Integración .....	40
Tabla 5. Tabla de dimensión Estrategias Intensivas .....	42
Tabla 6. Tabla de dimensión Estrategias de Diversificación.....	43



## ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1. Carta de autorización Industrias Hadelsa E.I.R.L. ....	59
Ilustración 2. Validez de instrumento Mg. Cristian Orellana.....	60
Ilustración 3. Validez de instrumento Mg. Jose Flores .....	61
Ilustración 4. Validez de instrumento Mg. Juana Palma .....	62
Ilustración 5. Validez de instrumento Dr. Victor Montenegro.....	63
Ilustración 6. Instrumento rellenado por Ana Cuadros.....	64
Ilustración 7. Instrumento rellenado por María Jahaira .....	65
Ilustración 8. Instrumento rellenado por Hugo Cruz.....	66
Ilustración 9. Lista de cotejo presencial a María Jahaira .....	69
Ilustración 10. Lista de cotejo presencial a Hugo Cruz.....	69
Ilustración 11. Lista de cotejo presencial a Ana Cuadros.....	69



## INDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Matriz de operacionalización.....	56
Anexo 2. Matriz de consistencia.....	57
Anexo 3. Autorización de uso de información .....	59
Anexo 4. Juicio de Expertos .....	60
Anexo 5. Instrumento Aplicado.....	67
Anexo 6. Ítems por dimensión.....	68

## RESUMEN

La internacionalización tuvo un rol muy relevante en los negocios, ya que garantizó el crecimiento y mejora de inversiones de una compañía para obtener mayor prestigio y oportunidades en el mercado extranjero. La pequeña empresa Industrias Hadelsa E.I.R.L. tuvo anhelo de expandir sus ventas hacia los mercados externos con el fin de incrementar sus ventas. Sin embargo desconoció acerca de los procesos de internacionalización. Es por eso que se propuso estrategias de internacionalización basadas en la orientación de las PYMES. En la presente investigación, se planteó como objetivo de determinar cuáles fueron las estrategias de internacionalización propuestas para la pequeña empresa Industrias Hadelsa E.I.R.L., 2023., a partir de estudios previos. El tipo de investigación es aplicado con enfoque cualitativo. Se utilizó la lista de cotejo como instrumento de recolección de datos validada por 4 expertos en el tema. Se plantearon diversas estrategias de internacionalización, mediante los resultados se observó que la empresa Industrias Hadelsa E.I.R.L. sólo aplicó alguna de ellas, asimismo se planteó que Exportación Directa fue la forma de internacionalización más idónea para la empresa estudiada. Finalmente, se concluye las estrategias de internacionalización brindan oportunidades de negocio a través de ventajas competitivas. Asimismo el presente estudio se consideró como una herramienta de plan de internacionalización, ya que fue factible que cualquier empresa pequeña lo aplique según su requerimiento.

**PALABRAS CLAVES:** Estrategias, internacionalización, PYME, pequeña empresa



## ABSTRACT

Internationalization had a very relevant role in business since it guaranteed the growth and improvement of a company's investments to obtain greater prestige and opportunities in the foreign market. The small company Industrias Hadelsa E.I.R.L. He had a desire to expand his sales to foreign markets in order to increase his sales. However, he was unaware of the internationalization processes. That is why internationalization strategies were proposed based on the orientation of SMEs. In this research, the objective was to determine what were the internationalization strategies proposed for the small company Industrias Hadelsa E.I.R.L., 2023., based on previous studies. The type of research is applied with a qualitative approach. The checklist was used as a data collection instrument validated by 4 experts on the subject. Various internationalization strategies were proposed, through the results it was observed that the company Industrias Hadelsa E.I.R.L. I only applied some of them, it was also proposed that Direct Export was the most suitable form of internationalization for the company studied. Finally, it is concluded that internationalization strategies provide business opportunities through competitive advantages. Likewise, this study was considered as an internationalization plan tool, since it was feasible for any small company to apply it according to its requirements.

**KEYWORDS:** Strategies, internationalization, SME, small business

## **NOTA**

El contenido de la investigación no se encuentra disponible en **acceso abierto**, por determinación de los propios autores amparados en el Texto Integrado del Reglamento RENATI, artículo 12.



## REFERENCIAS

- Acosta y Salazar (2017). Estrategia de diversificación de productos en la empresa “INOLA”. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2198/1/Estrategia.pdf>
- Abreu, J. L. (2012). Investigación: Resultados, Discusión y Conclusiones. Daena: International Journal of Good Conscience. Obtenido de [http://www.spentamexico.org/v7-n3/7\(3\)131-138.pdf](http://www.spentamexico.org/v7-n3/7(3)131-138.pdf)
- Aguilar, R. (2013). Identidad y diferenciación entre Método y Metodología. CDMX, México. Universidad Nacional Autónoma de México. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/ep/n28/n28a5.pdf>
- Aguilera, R. M. (2013). Identidad y diferenciación entre Método y Metodología. Distrito Federal, México. Universidad Nacional Autónoma de México. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4264/426439549004.pdf>
- Alinasab, J. et al. (2022). Discover knowledge and cognition-based drivers for the internationalization of SMEs. Journal of the Knowledge Economy. Portland International
- Arias, J. et al. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. Ciudad de México, México. Revista Alergia México. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Baena, J.J. (2018). Barreras arancelarias y no arancelarias como restricciones al comercio internacional. Maracaibo, Venezuela. Universidad de Zulia. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/290/29058775003/29058775003.pdf>
- Botella, P. et al. (2023). Estadística en Ciencias de la Salud. Valencia, España. Universidad de Valencia. Obtenido de <https://www.uv.es/~mamtnz/AECS.pdf>
- Botero, J.F. et al. (2012). Modelos de internacionalización para las pymes colombianas. Medellín, Colombia. Universidad EAFIT. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3223/322327350003.pdf>
- Calle, J. E. (2020). Internacionalización de las pymes: barreras y estrategias. Macha, Ecuador. Universidad Técnica de Machala. Obtenido de [http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/15958/1/E-4890\\_CALLE%20AGUILAR%20JOCELYNE%20ESTEFANIA.pdf](http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/15958/1/E-4890_CALLE%20AGUILAR%20JOCELYNE%20ESTEFANIA.pdf)
- Campus, G. y Lule, N. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. Hidalgo, México. Universidad La Salle Pachuca. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3979972>
- Campos, G. y Lule, N. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. Universidad La Salle Pachuca. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3979972>
- Calizaya, K. et al. (2022). Factores críticos de éxito para la internacionalización de empresas peruanas. Lima, Perú. Universidad ESAN. Obtenido de



[https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/3004/2022\\_MATP\\_20-1\\_04\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/3004/2022_MATP_20-1_04_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Center for Management of Engineering and Technology (PICMET). Obtenido de <https://link.springer.com/article/10.1007/s13132-021-00801-1>

Galván, E. (2021). Propuesta del proceso de internacionalización de fresa fresca del distrito de Majes – Arequipa para el mercado de España. Arequipa, Perú. Obtenido de <https://repositorio.unsa.edu.pe/server/api/core/bitstreams/2bacae0b-ef56-48fa-bdfe-202e7c145245/content>

Cardozo, P., Chavarro, A. y Ramírez, C. (2007). Teorías de internacionalización. Panorama. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4780130>

Castro, J., Gómez, L. y Camargo, E. (2023). *Tecnura*, 27(75). Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/tecn/v27n75/0123-921X-tecn-27-75-8.pdf>

Castro, J.J. et al. (2023). La investigación aplicada y el desarrollo experimental en el fortalecimiento de las competencias de la sociedad del siglo XXI. Bogotá, Colombia. Universidad Distrital Francisco José Caldas. Obtenido de <https://revistas.udistrital.edu.co/index.php/Tecnura/issue/view/1136/490>

ComexPerú (2022). El 86% de las MYPES peruanas fueron informales en 2021 y sus ventas fueron un 27% menores que las del 2019, pese a reactivación económica. COMEXPERÚ. Obtenido de <https://www.comexperu.org.pe/articulo/el-86-de-las-mypes-peruanas-fueron-informales-en-2021-y-sus-ventas-fueron-un-27-menores-que-las-de-2019-pese-a-reactivacion-economica>

Dávila, G. (2021). El proceso de producción y comercialización y su incidencia en el nivel de los ingresos de Davila's SDONUTS. Portoviejo – Manabí, Ecuador. Universidad San Gregorio. Obtenido de <http://repositorio.sangregorio.edu.ec/bitstream/123456789/2221/1/Trabajo%20de%20Titulaci%C3%B3n%20Galo%20Davila.pdf>

Delgado, J. (2020). La integración vertical empresarial, una visión estratégica: Caso Apple Inc. Caracas, Venezuela. Universidad Católica Andrés Bello. Obtenido de <https://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/index.php/tekhne/article/view/4661>

Díaz, G.A. y Salazar D.A. (2021). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. Guayaquil, Ecuador. Universidad Espíritu Santo. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8290165>

Díaz, C. (2019). Gerencia estratégica como factor de competitividad en entornos cambiantes. Barranquilla, Colombia. Universidad de Pamplona. Obtenido de <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/dictamenlibre/article/view/5762/5357>

Estupiñán y Pérez (2015). Aplicación del modelo de Uppsala como generador de ventaja competitiva en los procesos de internacionalización en las medianas empresas ubicadas en el sector industrial de Sogamoso y Duitama, Tunja. Colombia. Universidad Santo Tomás. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/35070/Trabajo%20principal..pdf?sequence=1&isAllowed=y>



- Fred, D. (2013). Conceptos de administración estratégica. Estado de México, México. Pearson Educación de México. Obtenido de <https://laurabatres.files.wordpress.com/2018/06/conceptos-de-administracion-estrategica-14edi-david.pdf>
- García, G. (2015). Joint Venture generalidades y clasificación. CDMX, México. Universidad Nacional Autónoma de México. Obtenido de <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/8/3984/27.pdf>
- Guerrero, M. A. (2016). La investigación cualitativa. Ecuador. Universidad Nacional del Ecuador. Obtenido de <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/7/8>
- González, A. et al., 2021. La observación en el estudio de las organizaciones. New Trends in Qualitative Research. Obtenido de <https://publi.ludomedia.org/index.php/ntqr/article/view/261/270>
- Hernández-Sampieri, R., et al. (2014). Selección de la muestra. En Metodología de la Investigación (6ta ed., pp. 170-191). México: McGraw-Hill. Obtenido de [http://metabase.uaem.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/2776/506\\_6.pdf](http://metabase.uaem.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/2776/506_6.pdf)
- Hernández, S. y Duana, D. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. Hidalgo, México. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Obtenido de <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/view/6019>
- Hoyos, O. A. (2019). Factores que impulsan la internacionalización en las pymes industriales del Eje Cafetero colombiano: estudio del caso. Manizales, Colombia. Universidad Autónoma de Manizales. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1900-38032019000200078](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1900-38032019000200078)
- Huamán, B. (2020). Estrategias de las MYPE exportadoras de la zona centro del Perú en sus procesos de expansión internacional del 2017 al 2019. Lima, Perú. Universidad San Martín de Porres. Obtenido de [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8054/huaman\\_mbj.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8054/huaman_mbj.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Isnardi, P. I. (2022). Guía práctica para la Internacionalización de una Pyme. Córdoba, Argentina. Universidad Nacional de Córdoba. Obtenido de <https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/547973/Isnardi%2C%20P.%20I.%20%282022%29.%20Gu%C3%ADa%20pr%C3%A1ctica%20para%20la%20internacionalizaci%C3%B3n%20de%20una%20Pyme..pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Liu, T. (2018). Las exportaciones de uva como estrategia de negocios internacionales con la República Popular de China. Lima, Perú. Universidad Nacional de San Marcos. Obtenido de [https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/11437/Liu\\_t.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/11437/Liu_t.pdf?sequence=3&isAllowed=y)



- Marin, M. E. (2018). Medidas no arancelarias que ha aplicado el Ecuador durante el periodo 2002-2018. Machala, Ecuador. Universidad Técnica de Machala. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12647/1/ECUACE-2018-AE-CD00342.pdf>
- Macías, R. (2016). Estadística descriptiva. CDMX, México. Revista Alergia México. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755026009.pdf>
- Mercado, C. y Monzón, J. (2018). Estrategia empresarial. Managua, Nicaragua. Universidad Nacional Autónoma de Managua. Obtenido de <https://repositorio.unan.edu.ni/8573/1/18802.pdf>
- Merubia, M. (2019). Teorías de la internacionalización de empresas. Arequipa, Perú. Universidad Católica San Pablo. Obtenido de <https://revistas.ucsp.edu.pe/index.php/illustro/article/download/220/433>
- Meza, P. (2020). Modelo de intervención para la formulación de un plan de mercadeo para una empresa fabricante de productos artesanales de cuero. Universidad EAN, Colombia. Obtenido de <https://repository.universidadean.edu.co/bitstream/handle/10882/10392/MezaPaola2021.pdf?sequence=1>
- Miravittles, P., Achcaoucaou, F. y Valls, J. (2011). El éxito de la estrategia internacional de Fluidra Análisis de modelo de negocio. Universidad de Barcelona, España. Obtenido de <https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/108242/1/584224.pdf>
- Moreno, A. R. (2021). Aplicación del benchmarking para mejorar la comercialización de las empresas recolectoras de castaña amazónica de la región Madre de Dios. Lima, Perú. Universidad San Ignacio de Loyola. Obtenido de <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/66a0bb7e-bff3-46ee-b71f-87a325c6cdb5/content>
- Nunura, X. G. (2021). *Estrategia de internacionalización y posicionamiento de la marca "World Fruit Peruvian Product" en Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., 2019*. Huacho, Perú. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Obtenido de [https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/5356/XIMENA%20GRACIELA%20NUNURA%20ALOR\\_opt.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/5356/XIMENA%20GRACIELA%20NUNURA%20ALOR_opt.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Palacios, Y. (2015). Diagnóstico estratégico para las pequeñas y medianas empresas del departamento de Matagalpa, Periodo 2014. Matagalpa, Nicaragua. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. Obtenido de <https://repositorio.unan.edu.ni/5589/1/6140.pdf>
- Pumachoque, S. (2020). La operacionalización de variables : CLAVE para armar una Tesis parte 1. Tarapoto, Perú. Universidad Nacional de San Martín . Obtenido de <https://unsm.edu.pe/wp-content/uploads/2020/05/silvestre-quintana-articulo-unsm-13-05-2020.pdf>



- Pérez (2018). Uso de Listas de Cotejo como instrumento de observación. Santiago, Chile. Universidad Tecnológica Metropolitana. Obtenido de [https://vrac.utem.cl/wp-content/uploads/2018/10/manua.Lista\\_Cotejo-1.pdf](https://vrac.utem.cl/wp-content/uploads/2018/10/manua.Lista_Cotejo-1.pdf)
- Puerto, D. (2010). La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización. Barranquilla, Colombia. Universidad del Norte. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n28/n28a09.pdf>
- Ramos, S. (2021). La asociación Joint Venture Internacional como estrategia exitosa en la compañía Minera Volcán S.A.A.Chiclayo, Perú. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Obtenido de [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3572/1/TL\\_RamosPuemapeRoxanadel%20Milagro.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3572/1/TL_RamosPuemapeRoxanadel%20Milagro.pdf)
- Ramos, V. (2020). Las teorías del proceso de internacionalización de la empresa. Una revisión de la literatura. Revista Utesiana de la Facultad Ciencias Económicas y Sociales, 5 (5), 60-67.
- Reyes, H. (2018). Diversificación e integración vertical en una empresa familiar. Piura, Perú. Universidad de Piura. Obtenido de [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4077/TSP\\_AE\\_053.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4077/TSP_AE_053.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Robinson, V. (2015). Estrategias para la internacionalización de las empresas en Santander: estudio de casos. Universidad de Santo Tomás. Bucaramanga. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/1708/2016-%20Robinson%20Mujica-Viviana%20-Velasco-trabajodegrado.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Robles y Rojas (2015). La validación por juicio de expertos: dos investigaciones cualitativas en Lingüística aplicada. Revista Nebrija de Lingüística Aplicada. Obtenido de [https://www.nebrija.com/revista/linguistica/files/articulosPDF/articulo\\_55002aca89c37.pdf](https://www.nebrija.com/revista/linguistica/files/articulosPDF/articulo_55002aca89c37.pdf)
- Rojas, A. J. e Yzaguirre, M. A. (2018). Análisis de Modelos de Internacionalización desde la perspectiva de proceso en una MYPE de Gamarra. Lima, Perú. Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/13957>
- Saldaña, R. (2019). Plan estratégico de internacionalización de la marca Nativo Foods en el mercado de Florida – USA, 2020-2023. Tacna , Perú. Escuela de Post Grado Neumann. Obtenido de [https://repositorio.epnewman.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12892/207/TRABAJO\\_DE\\_INV\\_MAN\\_SALDA%20c3%91A\\_ROBERTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.epnewman.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12892/207/TRABAJO_DE_INV_MAN_SALDA%20c3%91A_ROBERTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Sarmiento, S. (2014). Estrategias de internacionalización y globales para países en desarrollo y emergentes. Barranquilla, Colombia. Universidad Autónoma del Caribe. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/diem/v12n1/v12n1a10.pdf>



- Segura, E. J. (2015). *Estrategias de marketing para el posicionamiento de los productos textiles artesanales del distrito de Huamachuco: 2014*. Huamachuco, Perú. Universidad Nacional de Trujillo. Obtenido de [http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/4615/seguraromero\\_elita.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/4615/seguraromero_elita.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Sucasaire, J. (2022). Orientaciones para la selección y el cálculo del tamaño de la muestra en investigación. Lima, Perú. CONCYTEC. Obtenido de [https://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/3096/1/Orientaciones\\_para\\_seleccion\\_y\\_calculo\\_del\\_tama%C3%B1o\\_de\\_muestra\\_de\\_investigacion.pdf](https://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/3096/1/Orientaciones_para_seleccion_y_calculo_del_tama%C3%B1o_de_muestra_de_investigacion.pdf)
- Velarde, M. S. (2020). Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX) 2025. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/21903-plan-estrategico-nacional-exportador-2025>
- Plataforma Única del Estado Peruano (2020). Normas legales. El Peruano. Obtenido de [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/566448/DS044-PCM\\_1864948-2.pdf?v=1584330685](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/566448/DS044-PCM_1864948-2.pdf?v=1584330685)
- Otzen, T. y Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. Arica, Chile. Universidad de Tarapacá. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Uribe (2020). Evaluación de Estrategias Metodológicas y su Relación con las Competencias de Aprendizaje del Área de Historia y, Geografía y Economía en los Estudiantes del Nivel Secundaria de la Institución Educativa José Olaya Balandra del año 2012 – del Caserío de Comatrana - Provincia y Región Ica. Lima, Perú. Universidad nacional de educación Enrique Guzmán y Valle. Obtenido de <https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14039/6261/URIBE%20HOSTIA%20Nirsha%20Yovana%20Emilia.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Useche (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos cuali-cuantitativos. La Guajira, Colombia. Universidad de La Guajira. Obtenido de <https://repositoryinst.uniguajira.edu.co/bitstream/handle/uniguajira/467/88.%20Tecnicas%20e%20instrumentos%20recolecci%C3%B3n%20de%20datos.pdf?sequence=1>
- Zavala (2020). Estrategias de internacionalización y la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A., Callao – 2020. Lima, Perú. Universidad Cesar Vallejo, Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/56762/Zavala\\_MJE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/56762/Zavala_MJE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)