

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA**

Escuela Académico Profesional de Administración y Negocios Internacionales

Tesis

**Factores limitantes de la capacidad exportadora de  
truchas en la Compañía Acuícola Junín S.A.C., año  
2024**

Estefani Karina Mayta Fernandez

Para optar el Título Profesional de  
Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Huancayo, 2025

Repositorio Institucional Continental  
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

## INFORME DE CONFORMIDAD DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**A** : Decano de la Facultad de Ciencias de la Empresa  
**DE** : **MIGUEL ANGEL CAPUÑAY REÁTEGUI**  
Asesor de trabajo de investigación  
**ASUNTO** : Remito resultado de evaluación de originalidad de trabajo de investigación  
**FECHA** : 27 de Agosto de 2025

Con sumo agrado me dirijo a vuestro despacho para informar que, en mi condición de asesor del trabajo de investigación:

**Título:**

**FACTORES LIMITANTES DE LA CAPACIDAD EXPORTADORA DE TRUCHAS EN LA COMPAÑÍA ACUÍCOLA JUNÍN S.A.C., AÑO 2024**

**Autores:**

**1. ESTEFANI KARINA MAYTA FERNANDEZ – EAP. Administración y Negocios Internacionales**

Se procedió con la carga del documento a la plataforma "Turnitin" y se realizó la verificación completa de las coincidencias resaltadas por el software dando por resultado 19 % de similitud sin encontrarse hallazgos relacionados a plagio. Se utilizaron los siguientes filtros:

- Filtro de exclusión de bibliografía SI  NO
- Filtro de exclusión de grupos de palabras menores N° de palabras excluidas 40 palabras SI  NO
- Exclusión de fuente por trabajo anterior del mismo estudiante SI  NO

En consecuencia, se determina que el trabajo de investigación constituye un documento original al presentar similitud de otros autores (citas) por debajo del porcentaje establecido por la Universidad Continental.

Recae toda responsabilidad del contenido del trabajo de investigación sobre el autor y asesor, en concordancia a los principios expresados en el Reglamento del Registro Nacional de Trabajos conducentes a Grados y Títulos – RENATI y en la normativa de la Universidad Continental.

Atentamente,

\_\_\_\_\_  
**Asesor de trabajo de investigación**  
**(No se muestra en este documento por estar expuesto a publicación)**

**Asesor:**

**Mg. MIGUEL ANGEL CAPUÑAY REÁTEGUI**

**ORCID: 0000-0002-7205-7765**

### **Dedicatoria**

A Dios, mis padres por haberme apoyado hasta este momento tan importante para mi formación profesional; gracias ustedes, quienes me permitieron culminar mi carrera profesional.

A Miguel Ángel Capuñay Reátegui, mi mentor de tesis, por orientarme y apoyarme para mi éxito académico. Gracias por ser un mentor excepcional.

### **Agradecimientos**

A Dios por guiarme a lo largo de nuestra existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

A mis padres, hermanos que siempre me apoyaron incondicionalmente en la parte moral y sobre todo económicamente en el transcurso de cada año de mi carrera profesional.

**Estefani Karina Mayta Fernández**

## Índice de Contenido

|   |           |
|---|-----------|
| Asesor:.....  | ii        |
| Dedicatoria .....                                     | iii       |
| Agradecimientos .....                                 | iv        |
| Índice de Contenido .....                             | v         |
| Índice de tablas.....                                 | viii      |
| Índice de Figuras .....                               | ix        |
| Resumen .....   | x         |
| Abstract .....  | xi        |
| Introducción.....                                     | xii       |
| <b>Capítulo I: Planteamiento del Estudio .....</b>    | <b>14</b> |
| 1.1. Escenario de la investigación.....               | 14        |
| 1.1.1. Territorial. ....                              | 14        |
| 1.1.2. Temporal. ....                                 | 14        |
| 1.1.3. Conceptual. ....                               | 14        |
| 1.1.4. Experiencia y rol del investigador.....        | 14        |
| 1.2. Situación problemática.....                      | 15        |
| 1.2.1. Antecedentes de investigación. ....            | 15        |
| 1.2.2. Caracterización de los sujetos de estudio..... | 24        |
| 1.2.3. Caracterización del problema.....              | 26        |
| 1.3. Formulación del problema .....                   | 29        |
| 1.3.1. Problema general. ....                         | 29        |
| 1.3.2. Problemas específicos. ....                    | 29        |
| 1.4. Propósitos de la investigación.....              | 29        |
| 1.4.1. Propósito general. ....                        | 29        |

|  |           |
|--|-----------|
| 1.4.2. Propósitos específicos.....                             | 30        |
| 1.5. Justificación de la investigación.....                    | 30        |
| Justificación teórica.....                                     | 30        |
| Justificación práctica.....                                    | 31        |
| <b>Capítulo II: Estado del Arte.....</b>                       | <b>32</b> |
| 2.1. Revisión literaria.....                                   | 32        |
| 2.1.1. Revisión de literatura de la capacidad exportadora..... | 32        |
| 2.1.2. Exportación.....  | 33        |
| 2.1.3. Factores internos.....                                  | 36        |
| 2.1.4. Factores externos.....                                  | 42        |
| 2.2. Marco conceptual.....                                     | 47        |
| <b>Capítulo III: Metodología.....</b>                          | <b>49</b> |
| 3.1. Paradigma de la investigación.....                        | 49        |
| 3.2. Enfoque de la investigación.....                          | 49        |
| 3.3. Métodos de investigación.....                             | 50        |
| 3.3.1. Método general.....                                     | 50        |
| 3.3.2. Método específico.....                                  | 50        |
| 3.4. Sistema de categorías.....                                | 51        |
| 3.5. Selección de los sujetos de estudio.....                  | 52        |
| 3.6. Técnicas de producción de información.....                | 54        |
| 3.6.1. Técnicas.....   | 54        |
| 3.6.2. Instrumentos.....                                       | 54        |
| 3.7. Técnicas de análisis de la información.....               | 55        |
| 3.7.1. Triangulación de datos.....                             | 55        |
| <b>Capítulo IV: Resultados.....</b>                            | <b>57</b> |
| 4.1. Descripción del trabajo de campo.....                     | 57        |
| 4.2. Análisis y síntesis de los resultados.....                | 57        |

|  |     |
|--|-----|
| 4.2.1. Resultados de las entrevistas a trabajadores de la empresa..... | 57  |
| 4.2.2. Resultados de la entrevista a los expertos .....                | 68  |
| 4.2.3. Triangulación de datos .....                                    | 80  |
| 4.3. Interpretación de los hallazgos.....                              | 103 |
| <b>Conclusiones</b> .....  | 111 |
| Recomendaciones .....  | 113 |
| Referencias .....  | 117 |
| Apéndice A.....  | 121 |
| Matriz de Consistencia .....   | 121 |
| Experto 2: .....   | 126 |
| Experto 3: .....   | 128 |

**Índice de tablas**

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1. Relación de trabajadores de la Compañía Acuícola Junín S.A.C..... | 26 |
| Tabla 2. Relación de trabajadores.....                                     | 56 |
| Tabla 3 Resultados del Entrevistado 1.....                                 | 57 |
| Tabla 4 Resultados del Entrevistado 1.....                                 | 61 |
| Tabla 5. Resultados del Entrevistado 2.....                                | 63 |
| Tabla 6. Resultados de entrevistado 3.....                                 | 65 |
| Tabla 7. Resultados de entrevistado 4.....                                 | 68 |
| Tabla 8. Resultados de la entrevista al experto 1.....                     | 70 |
| Tabla 9. Resultados de la entrevista al experto 2.....                     | 73 |
| Tabla 10. Resultados de la entrevista al experto 3.....                    | 75 |
| Tabla 11. Triangulación de datos.....                                      | 79 |
| Tabla 12. Triangulación de expertos.....                                   | 88 |
| Tabla 13. Triangulación de datos.....                                      | 97 |

## Índice de Figuras

|  |    |
|--|----|
| <b>Figura 1</b> Lista de los productores importadores para un producto exportado por Perú.....     | 28 |
| <b>Figura 2</b> Empresas exportadoras del sector Acuícola de la subpartida arancelaria 030482 .... | 29 |
| <b>Figura 3</b> Nivel de internacionalización.....   | 34 |

## Resumen

Esta investigación adopta un enfoque cualitativo y emplea el estudio de caso para analizar los factores limitantes de la capacidad de exportación de truchas en la Compañía Acuícola Junín SAC. durante el año 2024.

El problema se origina en la falta de centros acuícolas en Huancayo con alta capacidad exportadora de trucha, situación atribuida a diversos factores tanto externos como internos.

El objetivo principal de la presente investigación es identificar cuáles son los factores que restringen la capacidad de exportación de trucha fresca y/o refrigerada, correspondiente a la subpartida arancelaria 030420000, en la mencionada empresa.

Este análisis busca establecer los elementos que actúan como barreras en el proceso de exportación de trucha por parte de la Compañía Acuícola Junín SAC. en el periodo indicado.

Para la recolección de datos, se aplicó una guía de entrevista semiestructurada a trabajadores de la empresa, y también se entrevistó a especialistas en el tema, cuyos aportes complementaron los resultados obtenidos.

Se concluyó que algunos elementos ejercen una influencia más significativa que otros en la capacidad exportadora. En los elementos externos, predominan los factores económicos y medioambientales, después los factores tecnológicos y políticos; por otro lado, los factores sociales ejercen un efecto menos significativo en comparación. En cuanto a los factores internos, destacan como más determinantes el tamaño empresarial, la capacidad tecnológica y el conocimiento exportador, seguidos del vínculo con proveedores y clientes internacionales, la mezcla de marketing y los recursos humanos.

**Palabras Clave:** Exportación, Factores limitantes, Factores Externos, Factores Internos, exportación de truchas.

## **Abstract**

This research adopts a qualitative approach and employs a case study to analyze the limiting factors affecting the export capacity of trout at Compañía Acuícola Junín SAC. during the year 2024.

The problem arises from the absence of aquaculture centers in Huancayo with a high export capacity for trout, a situation attributed to various external and internal factors. The main objective is to identify the factors that restrict the export capacity of fresh and/or chilled trout, classified under tariff subheading 030420000, in the aforementioned company.

This analysis seeks to determine the elements that act as barriers in the trout export process of Compañía Acuícola Junín during the specified period. For data collection, a semi-structured interview guide was applied to company employees, and specialists in the field were also interviewed, whose contributions complemented the findings.

It was concluded that some elements have a more significant influence than others on export capacity. Among external factors, economic and environmental aspects are the most predominant, followed by technological and political factors, while social factors have comparatively less impact. Regarding internal factors, the most decisive are the size of the company, technological capabilities, and export knowledge, followed by connections with international suppliers and clients, marketing mix, and human resources.

**Keywords:** Export, Limiting factors, External Factors, Internal Factors, trout export.

## **Introducción**

Este estudio se titula " Factores limitantes de la capacidad exportadora de truchas en la Compañía Acuícola Junín S.A.C., año 2024".

El propósito del estudio fue determinar los factores limitantes de la capacidad exportadora de trucha fresca y/o refrigerada, correspondiente a la subpartida arancelaria 030420000, en la Compañía Acuícola Junín SAC., ubicada en el distrito de Ingenio, área de Huancayo, durante el año 2024. El estudio se llevó a cabo basándose en el problema detectado: la escasez actual de actividad exportadora en la región de Junín, particularmente, en la provincia de Huancayo, pese a que este territorio se sitúa entre las mayores productoras de trucha a escala nacional.

Este estudio se llevó a cabo con una metodología cualitativa, dentro del contexto del paradigma interpretativo. Se utilizó como enfoque general el análisis de casos y, en particular, el enfoque inductivo, dado que se llevó a cabo un estudio enfocado en la Compañía Acuícola Junín SAC. Para la recolección de información, se aplicaron entrevistas detalladas tanto a representantes de la empresa como a especialistas en el campo. Asimismo, se efectuó un estudio documental relacionado con los volúmenes de exportación desde Perú, los probables mercados internacionales y potenciales clientes. Una vez obtenida la información, se procedió a la triangulación de datos, seguida del análisis e interpretación de los resultados, lo cual permitió arribar a las conclusiones del estudio.

El trabajo se estructura en cuatro partes: En la primera parte, se expone la estructura del trabajo, junto con la identificación y exposición del problema, los propósitos generales y particulares de la investigación, y las razones para llevar a cabo la misma. Además, tratamos las pautas y fases que consideramos al diseñar esta sección.

De forma parecida, en el capítulo dos, titulado el Estado del Arte o Marco Teórico,

se centra la atención en el componente teórico de la investigación. Esta parte ofrece una visión general del contexto a nivel global y nacional que apoya este estudio, además de los principios teóricos y las definiciones de conceptos clave que son más pertinentes para el tema en cuestión.

De igual forma, el tercer capítulo, denominado Metodología, en el cual se aborda la metodología de investigación utilizada en términos generales y específicos; asimismo, también se describe en forma minuciosa el sistema de categorías de investigación, la elección de los participantes en el estudio, las técnicas para recopilar información y el análisis de los datos recopilados.

El cuarto capítulo se enfoca en la parte destinada a los descubrimientos obtenidos del trabajo de campo, el estudio y la integración de los resultados; también se presenta la triangulación de la información, junto con un examen de los hallazgos. Finalmente, se presentan las conclusiones, recomendaciones, las referencias bibliográficas importantes y los anexos relevantes

**La Autora.**

## **Capítulo I: Planteamiento del Estudio**

### **1.1. Escenario de la investigación**

#### **1.1.1. Territorial.**

La presente investigación ha sido desarrollada en la provincia de Huancayo, específicamente, en la empresa Acuícola Junín S.A.C., ubicada en el distrito de Ingenio, empresa que se dedicada a la venta de truchas.

#### **1.1.2. Temporal.**

La investigación se ha desarrollado en los meses de enero a noviembre del año 2024. Durante ese tiempo se ha investigado y recopilado información importante que ha permitido el desarrollo de la investigación.

#### **1.1.3. Conceptual.**

El estudio ha tratado el asunto de los factores que restringen la capacidad exportadora de truchas por parte de la Compañía Acuícola de la región Junín, para lo cual los conceptos que se desarrollaron son “factores limitantes”, “capacidad exportadora”, “trucha”, títulos derivados de escritos anteriores, difundidos por entidades o escritores vinculados con el comercio global. Por otro lado, se consideraron fundamentos, principios y postulados derivados de investigación académica, libros y publicaciones académicas arbitradas, escritas por varios autores.

#### **1.1.4. Experiencia y rol del investigador.**

La experiencia del investigador se ha basado en recopilar información de empresarios expertos que se dedican en este rubro de producción y exportaciones de truchas y el rol más importante en la presente investigación fue identificar los factores que limitan la exportación de truchas por parte de la Compañía Acuícola Junín SAC. de la provincia de

Huancayo, y examinar el contenido según las variables.

## **1.2. Situación problemática**

### **1.2.1. Antecedentes de investigación.**

#### **1.2.1.1. Artículos científicos.**

Cárdenas et al. (2019) elaboraron el artículo titulado “Factores que influyen en la exportación de piña ecuatoriana al mercado chileno periodo 2014-2016”. El propósito fue establecer los elementos que influyen en la expansión de los grados de comercio exterior de la piña de Ecuador al mercado chileno. El estudio se llevó a cabo con un enfoque mixto y descriptivo, se realizó un análisis estadístico y se examinaron fuentes primarias y secundarias. Una vez recopilada y verificada la información obtenida, se concluyó que la piña ecuatoriana es muy valorada en el mercado de Chile. Las exportaciones de este producto continúan en una atención favorable, aunque hay periodos en los que las exportaciones son más bajas, pero la situación ha presentado altibajos. Las empresas deben seguir avanzando ya que a menudo enfrenta obstáculos como plagas y problemas en su gestión. Asimismo, el costo de la piña ecuatoriana está fuertemente influenciado por la oferta que Costa Rica proporciona al mercado global; cuando la oferta aumenta, el precio disminuye y viceversa.

Aguilar (2021) en su artículo titulado “Gestión de factores limitantes para la diversificación de la agroindustria azucarera”. El propósito fue reconocer y categorizar los impedimentos para el comercio exterior de las compañías peruanas. El enfoque de la investigación fue cualitativo; se realizaron 119 entrevistas a representantes de diferentes sectores tales como: agroexportación, agroindustrial, industrial, metal mecánica, pesca, químico, servicios, textil y confecciones.

Para finalizar, es necesario evaluar la política de fomento de exportaciones con el fin de

potenciar su rendimiento y así contribuir al aumento de las compañías exportadoras en Perú. Sin embargo, los datos brindan a las compañías guías para evaluar y potenciar sus habilidades con el objetivo de enfocarse en los mercados internacionales.

#### ***1.2.1.2. Tesis nacionales e internacionales.***

##### **Investigaciones nacionales.**

Pablo y Rivera (2024) en su tesis titulada “Factores limitantes de las exportaciones de trucha arcoíris P.A. 030211.00.00 de las empresas acuícolas ubicadas en la provincia de Huancayo, año 2023” de la Universidad Continental, para obtener el título profesional de Administración y Negocios Internacionales. Dicho estudio tuvo como finalidad identificar los obstáculos en los envíos internacionales de trucha arcoíris subpartida arancelaria 0302110000 compañías de acuicultura situadas en la provincia de Huancayo. Para el desarrollo del estudio se empleó una metodología de tipo de estudio de caso, método inductivo, bajo el enfoque cualitativo, de los resultados obtenidos en las entrevistas realizadas se pudo concluir que existen factores limitantes tanto internos y externos que restringen la exportación de las truchas arcoíris, entre de los factores externos se encuentran los aspectos económicos y ambientales, así como los tecnológicos y políticos, mientras que en los aspectos internos tenemos el volumen de la compañía, la tecnología y pericia exportadora, proveedores y clientes extranjeros. Lo que significa que si una compañía identifica los elementos internos y externos que restringen la exportación de sus bienes, podrá hacer modificaciones o innovar para optimizar su producción y, de este modo, enviar sus productos al exterior.

Callata y Gutierrez (2023) elaboraron su tesis titulada “Estrategias competitivas en la producción para promover la exportación de trucha de Puno hacia España – 2023”, Lima, Perú de la Universidad Femenina del Sagrado Corazón, para obtener el título profesional de Licenciada en Administración de Negocios Internacionales. El propósito principal de la

investigación fue detallar las tácticas competitivas en la producción para impulsar la exportación de trucha de Puno a España en 2023, con el fin de potenciar la vitalidad del sector acuícola en la zona; para ello se utilizó una metodología de investigación de tipo aplicada, con un enfoque cuantitativo, alcance descriptivo correlacional y diseño no experimental. Los resultados obtenidos según el coeficiente de correlación de Spearman 0.592, permitió evidenciar que la implementación de estrategias competitivas en la producción centradas en la administración de compras, administración de la producción y administración de calidad, sí fomentan la exportación de trucha desde Puno hacia España, en el año 2023. Esto significa que la implementación de estrategias competitivas en la compañía ayuda a incrementar la producción y promueve la exportación de truchas.

Matos (2023) realizó una tesis titulada “La innovación y su relación con el potencial exportador de las empresas productoras de truchas de las regiones de Junín y Huancavelica, 2022”, que fue sustentada en la Universidad Continental, sede Huancayo, para obtener el título profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales. Así mismo, el objetivo del autor de esta tesis fue determinar en qué medida se relaciona la innovación con el potencial exportador de las empresas productoras de las regiones de Junín y Huancavelica, 2022. Para esta investigación se utilizó el tipo básica, de nivel exploratorio, correlacional y descriptivo, de diseño no experimental, con un enfoque cuantitativo. De los resultados obtenidos según el coeficiente de correlación 0.926, permitió concluir que la innovación se correlaciona de manera positiva con el potencial exportador de las empresas acuicultoras. Esto implica que al optimizar sus tácticas y desarrollar nuevas tecnologías, las empresas podrán mejorar su proceso de producción, lo que les ayudará a aumentar su capacidad de exportación.

Andrade y Javier (2022), en su tesis titulada desarrollo sostenible y oferta exportable de la trucha desde la experiencia de los piscicultores Huarochirí, 2022, Lima, Perú, investigación desarrollada para obtener el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales de la

Universidad César Vallejo. La investigación tuvo como propósito principal detallar el desarrollo sostenible y la oferta de trucha para exportación, basándose en la experiencia de los piscicultores Huarochirí 2022. El enfoque utilizado fue cualitativo, con un diseño fenomenológico descriptivo, el método utilizado fue la entrevista. Los hallazgos revelaron que los piscicultores poseen un limitado desarrollo sostenible, debido a una administración empresarial restringida, tácticas comerciales deficientes, falta de infraestructura, transporte y conectividad., asimismo, cuenta con una limitada difusión comercial para la venta y promoción de las truchas, sumando a ello, el proceso de producción lo realiza de manera empírica, factores que causan preocupación a los acuicultores. Esto implica que cuando una compañía presenta una administración deficiente y carece de la infraestructura necesaria, esto restringe la capacidad para distribuir y exportar sus productos.

Iparraquirre (2021) elaboró su tesis titulada “Análisis de la cadena de valor de *Oncorhynchus Mykiss* en la asociación agua hirviendo laguna verde Huayillas – La Libertad”, estudio realizado en la Universidad Nacional de Trujillo, para optar el título profesional de Ingeniería Industrial. La tesis tuvo como objetivo principal analizar la cadena de valor de truchas arcoíris en la Asociación, lo que permitirá determinar las limitantes que afectan la cadena de valor de la producción de truchas. Los resultados hallados en el estudio han permitido establecer que la infraestructura de la Compañía no cuenta con ambientes adaptados, carece de tecnología y que la producción de las truchas arcoíris la realizan de manera empírica, lo que permitió concluir que el proceso de producción de las truchas está basado en 4 actividades principales como la compra de alevines, crianza de truchas, cosecha y el transporte para la comercialización, identificando algunas limitantes para la producción, siendo las principales el alto costo de alimentos balanceados, difícil accesibilidad a la piscigranja, y la discontinuidad en la crianza de truchas. Lo que significa que el elevado precio de los alimentos para peces y la disponibilidad de la granja acuícola son obstáculos para la cría y exportación de truchas.

Velasco (2019) formuló una tesis titulada “Plan de exportación de filete de trucha arcoíris hacia el mercado estadounidense”, cuyo objetivo fue esquematizar el plan de exportación de la producción de la trucha en el mercado de Estados Unidos. Esta investigación consideró el nivel descriptivo no experimental. Sus principales resultados a las que llegó el autor fueron, realizar la investigación acerca de la exportación de filete refrigerado de trucha al mercado meta de una empresa ficticia llamada "VelGut Export Trout", determinó que su producción y venta es factible desde el distrito El Carmen de la Frontera - Huancabamba, y para la implementación del plan de exportación se aplicó la estrategia siguiente: exportar al mercado de Estados Unidos mediante una producción variada, forjando vínculos con proveedores de insumos, y a través de procedimientos de certificación que evidencien la calidad de nuestro producto, para lo cual se consideró una estructura organizacional conformada por un gerente, un contador, un jefe de producción, un jefe comercial, personal encargado de mantenimiento y seguridad. Lo que permite concluir que un esquema planificado para la producción contribuirá a optimizar la cantidad producida, la calidad y las exportaciones de sus productos.

### **Investigaciones internacionales**

Rodríguez (2024) elaboró su estudio Manual de exportación para las microempresas piscícolas en Colombia, para optar el título profesional de Negocios Internacionales, de la Universidad Piloto de Colombia. Esta investigación tuvo como objetivo general elaborar un documento descriptivo que presente de manera clara y concisa las ventajas y beneficios que presta la exportación de productos con énfasis en el pescado colombiano, estudio desarrollado con el propósito de estimular y respaldar sus iniciativas de incursión en el mercado internacional, así como sus planes de exportación. Para poder abordar la problemática planteada se desarrolló una investigación con enfoque cualitativo y cuantitativo; los resultados encontrados han permitido concluir que la acuicultura es una alternativa más eficiente en comparación con las otras actividades como la ganadería, puesto que el modelo Uppsala proporciona una hoja de

ruta gradual y estructurada para las microempresas, este modelo promueve la construcción de relaciones sólidas y duraderas en los mercados extranjeros, pues puede ayudar a superar barreras culturales, lingüísticas y regulatorias en nuevos mercados. Ello significa que un plan progresivo y organizado para las pequeñas empresas, fomenta el desarrollo de vínculos fuertes y permanentes en mercados internacionales, y facilita la superación de obstáculos culturales, idiomáticos y normativos en nuevos mercados.

Castañeda y Cruz (2023) en su trabajo de grado titulado “Plan de Negocio para la creación de empresa productora de Trucha Arcoíris en el corregimiento de Salónica Vale, del instituto de Educación Superior Unidad Central del Valle del Cauca”, para optar el título profesional de Ingeniero industrial. Este estudio permitió planificar un sistema productivo de trucha, al realizar estudios sobre las condiciones climáticas de la región, como la temperatura ambiente, investigación de tipo cualitativa y cuantitativa, en razón que se realizó diagnóstico sobre las condiciones socioeconómicas y ambientales, quienes concluyeron existe pocos sistemas productivos, siendo tan solo el 14% de la población dedicada a la producción piscícola con un índice muy bajo de tecnificación, siendo en su mayoría modelos productivos de autoconsumo. Ello significa que las compañías que operan con modelos de producción de autoconsumo no logran expandirse debido a que su capacidad de producción es restringida, a menudo debido a la falta de una infraestructura y tecnología adecuada.

Ortega (2023) desarrolló la tesis titulada “La piscicultura en México, su estado actual y factores asociados con su nivel de producción, en la Universidad Autónoma del Estado de México”, para obtener el título de medicina veterinaria zootecnista. La investigación tuvo como propósito general recopilar, analizar y presentar información de la situación de la producción Acuícola y los factores que influyen en el proceso productivo (cultivo, crianza y cosecha) en México, de la información recabada se pudo determinar que la producción de tilapia, carpa, trucha arcoíris y bagre, han disminuido, esta disminución se debe a las políticas de reducción de

personal técnico, y la desaparición de oficinas asociadas a sector pecuario del país, sumado a ello la falta de personal capacitado, deficiencia en la capacidad productiva en los diferentes eslabones productivos, asimismo, la falta de innovación tecnológica, siendo necesario la participación tripartita: industria, academia y gobierno. En resumen, la producción de trucha arcoíris y otras especies se ve afectada por las políticas que limitan el número de empleados técnicos, así como por el cierre de las oficinas relacionadas con la industria de la pesca en el país. Además, esta situación se agrava por la escasez de personal entrenado y las carencias en las capacidades de producción a lo largo de los distintos niveles de la cadena productiva.

Parra (2021) desarrolló su tesis titulada “Determinantes de la condición exportadora en Chile: El rol de la innovación”. Los elementos que se han analizado y son importantes son la innovación que las empresas implementan y cómo esta impactaría en su posibilidad de exportar. Hay diversas clasificaciones de lo que se considera innovación, pero en el contexto de este estudio, existen tres que resultan relevantes, tales como la innovación en productos, procesos y en el marketing. Varios estudios ya han investigado la conexión entre innovación y exportación, especialmente los relacionados con productos y procesos, aunque no son completamente definitivos. Esto implica que la introducción de productos, procesos y estrategias de marketing son elementos importantes que contribuyen a potenciar la exportación de sus productos, lo que a su vez favorece el aumento de su rentabilidad.

En este estudio se vincula esta variable con la innovación en productos y procesos, los cuales han sido previamente analizados en la literatura, añadiendo además la innovación en marketing, de la que no se conocen investigaciones actuales en Chile. En este contexto, se tratará el problema de la endogeneidad que estas variables generan. Dado que la innovación es una elección de las compañías, se sugiere el uso de un modelo de probabilidad lineal con variables instrumentales para de esta manera detectar el efecto causal. Para ello, se emplearon herramientas basadas en los spillovers de conocimiento a nivel industrial, y la habilidad de las

empresas para absorber conocimiento también a nivel industrial. Esto permite concluir que el marketing permite reconocer y captar a posibles consumidores. A través de estudios de mercado y el examen del público al que se dirige, es posible crear campañas y comunicaciones diseñadas para atraer a aquellos clientes que son más propensos a adquirir los productos o servicios disponibles.

Gutiérrez (2024) desarrolló la tesis titulada “Factores limitantes en la exportación de Maíz Choclo de la provincia de Huamanga, Ayacucho, 2023”, de la Universidad San Martín de Porres, para obtener el título profesional de Licenciado en Administración de Negocios Internacionales. Esta investigación tuvo como objetivo general identificar cuáles son los factores que limitan la exportación de maíz choclo de la provincia de Huamanga en el 2023. Para lograr el objetivo planteado se usó la metodología correlacional, con un enfoque cuantitativo, diseño no experimental, los principales resultados de la investigación permitieron establecer una relación significativa fuerte entre los factores limitantes de la agroexportación y la exportación de maíz choclo, siendo los factores más relevantes la competitividad de mercados internacionales, lo que ha permitido concluir que una mejora en la productividad y competitividad de los productores ayudan a incrementar su capacidad de exportación de maíz choclo en la provincia de Huamanga. Ello significa que las compañías que cuentan con una administración más efectiva tienden a exportar con mayor frecuencia. Además, cuando deciden exportar, comercializan una cantidad mayor de productos hacia más lugares y logran ingresos y beneficios más altos como resultado

Bayona y Dios (2021) desarrollaron la tesis titulada “Factores externos que intervienen en la caída de las exportaciones de langostinos enteros congelados del departamento de Tumbes hacia el mercado español en el periodo 2014-2019”, en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, para obtener el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales. Este estudio tuvo como objetivo principal examinar los factores externos más significativos que han

impactado en la reducción de las exportaciones de langostinos enteros congelados del departamento de Tumbes al mercado español. Se utilizó una metodología de carácter cualitativo, con diseño de teoría fundamentada, los resultados hallados permitieron llegar a la conclusión que el fenómeno climático, la certificación internacional ASC y medidas sanitarias y fitosanitarias (MSF), no influyeron de manera directa en la caída de la exportación, siendo la infraestructura el principal problema, puesto que los trabajadores tienen dificultades para ingresar a la planta. Una adecuada infraestructura puede eliminar gastos adicionales y proporcionar mayor competitividad a las compañías, lo que permite un crecimiento económico más estable. De igual modo, aumenta de forma importante la eficacia y competitividad de las empresas, lo que hace posible una entrega veloz y segura de productos, disminuye los gastos operativos y garantiza la disponibilidad de bienes y servicios en los lugares de consumo.

Arias (2019) redactó su investigación final titulada “Factores limitantes de la exportación de alcachofa en conserva de Chavimochic para el mercado español, del 2008 al 2017”. El propósito principal del estudio ha sido detectar los elementos restrictivos en los envíos al exterior de alcachofa en conserva de Chavimochic al mercado español durante los años 2008-2017. La metodología de estudio fue de naturaleza cuantitativa y de un proyecto cualitativo. Las herramientas utilizadas para esta recopilación de evidencia incluyeron el cuestionario, las consultas, un cuaderno de apuntes y una cámara de fotos. Ha sido llevado a cabo un sondeo entre los delegados de seis compañías de la región de Chavimochic y ha sido creado un formulario para quince líderes de Fondos de Green Perú. Se concluyó que la entrada restringida a detalles obstaculizaba la entrada a la información de exportaciones en cuanto a los productos agropecuarios y el costo global estándar para la fijación del precio de exportación. La escasa presencia de los productores en ferias internacionales de productos envasados ha simplificado la detección de potenciales productores que podrían participar para consolidarse en el mercado. Además, se detectaron variaciones en el costo de la mercancía colocado en el puerto de

Salaverry, debido a los altos precios de logística, tarifas de flete y escasas frecuencias de embarcaciones arribando a cada puerto, en contraste con lo que sucede en el puerto Callao. Lo que permite determinar que el acceso restringido a la información obstaculizaba la obtención de datos sobre exportaciones relacionadas con productos agrícolas y sobre el precio estándar global, lo cual es fundamental para establecer decisiones sobre los precios de exportación.

Abanto y Gómez (2020) realizaron el estudio denominado “Factores que influyen en las exportaciones de prendas y complementos de vestir de punto para bebés de las MIPYMES de Lima Metropolitana: Formalización, Capacitación, Innovación y Financiamiento, durante el periodo 2015- 2019”. El propósito en esta investigación fue reconocer las variables que influyen en el comercio exterior de las micro, pequeñas y medianas compañías (MIPYMES) de Lima Metropolitana, pertenecientes al subsector textil y sectores relacionados. La metodología empleada fue mixta y un proyecto no experimental, con una muestra de 40 MYPYMES situadas en Lima Metropolitana. El método empleado fue un cuestionario y se aplicó a la muestra previamente citada; además, se llevó a cabo una entrevista a 6 especialistas del sector. Se concluyó que elementos como la formalización de la compañía, formación del personal, administración de la innovación y acceso a financiación tienen una influencia favorable en el crecimiento exportador de las MIPYMES de Lima Metropolitana. Esto implica que establecer la empresa, entrenar al personal, manejar la innovación y obtener financiamiento facilitan la exportación de sus mercancías.

### **1.2.2. Caracterización de los sujetos de estudio.**

De acuerdo con la información proporcionada por la Dirección Regional de Producción de Junín (DIREPRO, 2020), en el área de Huancayo existen 31 compañías acuícolas con resolución de Autorización de Concesión, tal como se muestra en la Tabla 1. No obstante, para este estudio, se eligió como objeto de análisis la Compañía Acuícola Junín SAC. de la provincia de Huancayo, por tanto, esta empresa se dedica a la producción y venta

de truchas refrigeradas; adicionalmente, se centra en un crecimiento perdurable de sus operaciones ya que usan los recursos naturales. El representante de esta empresa es el Ing. Cesar Común, empresa que inicio sus actividades en el año 2022 y cuenta con un centro de producción de truchas en el distrito de Jauja de la provincia de Huancayo.

**Tabla 1.**

Relación de trabajadores de la Compañía Acuícola Junín S.A.C.

| <b>N°</b> | <b>NOMBRE Y APELLIDOS</b>         | <b>DNI</b> | <b>CARGO</b>                |
|-----------|-----------------------------------|------------|-----------------------------|
| 1         | CASTILLO CONDORI ANTONIA          | 43422214   | ADMINISTRADORA              |
| 2         | JOEL MACOTE BERNAOLA              | 48077320   | JEFE DE PRODUCCION          |
| 3         | PALACIOS MEJICO, FAUSTO PRIMITIVO | 40048830   | PISCICULTOR CRIADOR TRUCHAS |
| 4         | LAUREANO CERRON, IGNACIO PABLO    | 20660173   | PISCICULTOR CRIADOR TRUCHAS |
| 5         | GASPAR PAEZ, FELIMON              | 19948586   | PISCICULTOR CRIADOR TRUCHAS |
| 6         | TORPOCO LAUREANO GEREMIAS WALTER  | 19949049   | PISCICULTOR CRIADOR TRUCHAS |
| 7         | RODRIGUEZ ORE ELMER ANDRES        | 43182613   | PISCICULTOR CRIADOR TRUCHAS |
| 8         | LIZARRAGA QUINTO JOSE LINO        | 20442842   | PISCICULTOR CRIADOR TRUCHAS |
| 9         | RODRIGUEZ VELASQUEZ ELEUTERIO     | 19948858   | PISCICULTOR CRIADOR TRUCHAS |
| 10        | OSPINA ESPEZA YEICSON LEODAN      | 72911770   | PISCICULTOR CRIADOR TRUCHAS |
| 11        | BORJA QUINTO JESUS JUAN           | 20660903   | PISCICULTOR CRIADOR TRUCHAS |
| 12        | ORTIZ FIGUEROA VALVIS FELIX       | 20727668   | PISCICULTOR CRIADOR TRUCHAS |

|    |                                  |          |                             |
|----|----------------------------------|----------|-----------------------------|
| 13 | JUSTANO TACAY ROSILIO REIMUNDO   | 48818900 | PISCICULTOR CRIADOR TRUCHAS |
| 14 | SAQUICORAY COCHACHI CECILIA      | 40786115 | PISCICULTOR CRIADOR TRUCHAS |
| 16 | ARTEAGA HINOSTROZA WILVER        | 47252310 | PISCICULTOR CRIADOR TRUCHAS |
| 17 | LAUREANO HINOSTROZA YHODAN MILER | 47109690 | PISCICULTOR CRIADOR TRUCHAS |
| 18 | PAPUICO BASALDUA ANASTACIO       | 20407215 | PISCICULTOR CRIADOR TRUCHAS |
| 19 | PAPUICO RIOS ALEX ALBERTO        | 46862094 | PISCICULTOR CRIADOR TRUCHAS |
| 20 | CAINICELA GONZALES JUANA         | 20662317 | COCINERA                    |

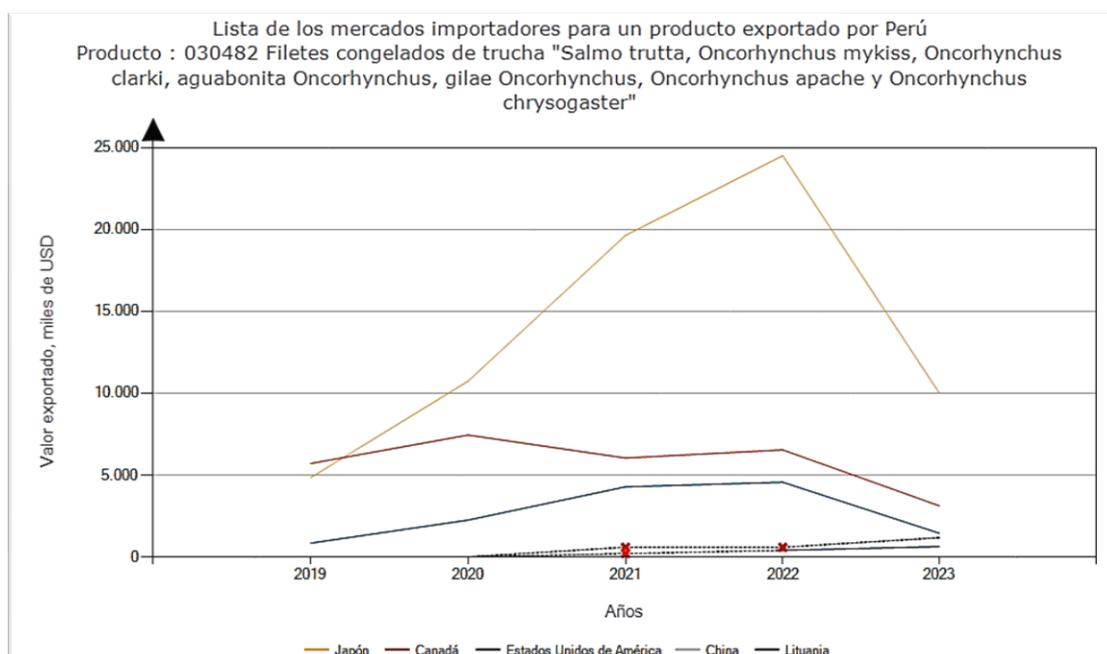
---

### 1.2.3. Caracterización del problema.

En el Perú existen diversas empresas productoras de truchas frescas y/o refrigeradas con subpartida arancelaria 03004.82.00.00. En la provincia de Huancayo funcionan empresas que tienen la capacidad de exportar truchas frescas y/o congeladas a diversos países, de esta manera, se evidenció oportunidad de trabajar el presente estudio en la Compañía Acuícola Junín SAC. de la provincia de Huancayo para conocer los factores que limita a su capacidad exportadora. Esta compañía ha sido desarrollada sobre la base de conocimientos empíricos por lo que la formulación estratégica resulta necesaria para obtener una mejor participación de mercado en cuanto a penetrar en otros. Así mismo, el investigar estos factores que delimitan la capacidad exportadora de esta compañía será un método eficaz para evaluar las capacidades que dispone la compañía.

Debido a la situación del año 2020 al 2022, diversas empresas dedicadas a este sector de producción de truchas mostraron dificultades al momento de exportar sus productos, por lo cual se busca determinar esos factores que delimitan la capacidad exportadora de truchas. Por esta razón, Valverde (2015), en su estudio menciona que la exportación de truchas frescas y/o congeladas han presentado muchas dificultades por lo que decidieron implementar un plan estratégico, dentro de lo cual se consideran a la capacidad exportadora como indicador para superar estas barreras.

Con el fin de llevar a cabo esta investigación, se identificaron los elementos que restringen la habilidad de exportación para brindar apoyo a los empresarios de Huancayo que envían productos de truchas al extranjero. Al establecer objetivos y estrategias sostenibles, la empresa productora de trucha podrá desarrollarse y enfocarse en un mercado específico. Por lo tanto, este estudio ayudará a identificar los aspectos que limitan la capacidad exportadora de truchas en la Compañía Acuícola Junín SAC. Valverde consideró que es crucial abordar estos puntos para optimizar los factores que afectan la capacidad exportadora y elaborar un plan estratégico para las empresas que se encuentran en situaciones vulnerables en esta área en la provincia de Huancayo.



**Figura 1.** Lista de los productores importadores para un producto exportado por Perú

NOTA: Tomado de la página TRADEMAP (2023), se muestra la participación en el año 2019 de los países que más importan truchas

En esta figura N°1, se muestra los países que importan truchas como Canadá con un valor exportado de 7439 miles de USD en 2020, seguidamente está Japón con un valor exportado 24519 miles de USD en el año 2022, Estados Unidos de América con un valor exportado 4558 en el año 2022.

En el año 2023, las únicas empresas exportadoras de trucha fresca y/o refrigerada de la sub partida arancelaria 030482.00.00 fueron CULTIMARINE S.A.C. Y MAR ANDINO PERU S.A.C. que tuvieron una contribución del 170.09%, siendo su principal mercado Estados Unidos.

| RUC- Razón Social                           | 2022       | 2023      | Part.% 2023 | Var.% 23/22 | 2023 acum. | 2024 acum.  | Var.% 24/23 |
|---|------------|-----------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|
| 20519330874-CULTIMARINE S.A.C.              |            |           |             |             |            |             | ↑           |
| 20553621659-MAR ANDINO PERU S.A.C.          | 13.734.244 | 7.475.410 | 41,8%       | ↓ -45,6 %   | 4.018.538  | 10.887.7... | ↑ 170,9 %   |
| 20129561263-PISCIFACTORIAS DE LOS ANDES S.A | 11.585.804 | 6.041.233 | 33,8%       | ↓ -47,9 %   | 4.504.743  | 3.644.305   | ↓ -14,7 %   |
| 20518000951-PRODUPECA S.A.C.                | 489.258    | 363.966   | 2,0%        | ↓ -25,6 %   | 276.762    | 180.108     | ↓ -34,9 %   |
| 20568513216-PERUVIAN ANDEAN TROUT S.A.C.    | 10.845.502 | 4.015.792 | 22,4%       | ↓ -63,0 %   | 3.401.628  | 1.078.208   | ↓ -68,3 %   |

**Figura 2.** Compañías exportadoras del sector Acuícola de la sub partida arancelaria 030482

*Nota: Tomado de Exportemos.pe (2024)*

Esta esta figura N°2, se puede observar que las dos primeras empresas tienen un mayor porcentaje de participación en la exportación de truchas frescas y/o refrigeradas, siendo estas empresas CULTIMARINE SAC Y MAR ANDINO PERU SAC con una participación de 170.9%.

Junín es una de las regiones con alta producción de truchas; actualmente no existen compañías acuícolas con una capacidad de exportar trucha fresca y/o refrigerada bajo la subpartida arancelaria 03042.0000; a nivel nacional se observa que una sola empresa representa al Perú exportando su producto, siendo esta MAR ANDINO SAC. Así mismo en los años del 2019 al 2022 varias empresas acuícolas de la provincia de Huancayo redujeron

su producción por tema de economía que se estaba pasando por la pandemia a causa del COVID-19. En la actualidad se observa que aún siguen existiendo estos desafíos, entre los cuales están el aumento en el valor de los recursos y la caída de los precios en el mercado, entre otras cuestiones.

Así pues, este estudio se llevó a cabo con el objetivo de identificar los factores externos e internos que restringen la capacidad exportadora de la Compañía Acuícola Junín SAC. en cuanto a la posibilidad de exportar la trucha fresca y/o refrigerada de la subpartida arancelaria 030420000.

### **1.3. Formulación del problema**

#### **1.3.1. Problema general.**

¿Qué factores restringen la capacidad exportadora de trucha en la Compañía Acuícola Junín SAC. ubicada en el área de Huancayo, año 2024?

#### **1.3.2. Problemas específicos.**

PE1: ¿Cuáles son los factores externos de las exportaciones de trucha en la Compañía Acuícola Junín SAC. ubicada en el área de Huancayo, año 2024?

PE2: ¿Cuáles son los factores internos de las exportaciones de trucha en la Compañía Acuícola Junín SAC. ubicada en el área de Huancayo, año 2024?

### **1.4. Propósitos de la investigación**

#### **1.4.1. Propósito general.**

Determinar los factores restrictivos de la capacidad para exportar trucha fresca y/o refrigerada de la subpartida arancelaria 030420000 en la Compañía Acuícola Junín SAC. ubicada en el área de Huancayo, año 2024.

#### **1.4.2. Propósitos específicos.**

PRE1: Determinar los factores externos de la capacidad exportadora de trucha en la Compañía Acuícola Junín SAC. ubicada en el área de Huancayo, año 2024.

PRE2: Determinar los factores internos de la capacidad exportadora de trucha en la Compañía Acuícola Junín SAC. ubicada en el área de Huancayo, año 2024.

#### **1.5. Justificación de la investigación**

Hernández, Fernández y Baptista (2014) sostienen que: “Es necesario justificar las razones que motivan el estudio. Se puede establecer una serie de criterios para evaluar la utilidad de un estudio propuesto, criterios que evidentemente son flexibles y de ninguna manera son exhaustivos” (p. 46).

##### **Justificación teórica.**

Según Bernal (2016) la razón teórica del estudio busca fomentar el dialogo y la reflexión en ámbito académico sobre el conocimiento vigente, desafiar una teoría específica, comparar hallazgos o examina la epistemología presente del saber.

Este estudio tiene justificación teórica por cuanto, hasta ahora, existe poca información respecto al tema que se aborda en este análisis, lo que ayudó a identificar la conexión entre las variables de estudio. Con este propósito, se establecen los fundamentos teóricos, se realizaron análisis, y a partir de estos, se desarrolló una teoría adicional que complete la existente y que explique como las variables de estudio se relacionan con la realidad económica y social en el Perú.

De igual manera, la capacidad de exportación de las compañías está dividida en dos grandes segmentos vinculados entre ellos. En la primera sección, se presenta la capacidad del producto para su venta, y se promoverá las ventajas competitivas de la compañía. En la segunda sección, se analizaron los recursos de la compañía para su internacionalización. Así

pues, para la realización del estudio se han reconocido cuatro elementos que contribuirán al éxito de las empresas en un mercado global, estos son la capacidad física, la capacidad administrativa, la capacidad económica y los recursos humanos.

### **Justificación práctica.**

De acuerdo a Bernal (2016), la justificación práctica evidencia si la realización del estudio ayuda a abordar el problema o, al menos, ofrece métodos que se pueden utilizar y que contribuyen a su solución. Así pues, se entiende que la justificación práctica conlleva describir cómo la elaboración de la tesis facilita la solución al problema que se está estudiando. En la medida que se determinen los factores limitantes de la capacidad exportadora de la empresa objeto de investigación, ello permitirá que la empresa los determine y, en función a ello, diseñe estrategias, acciones y actividades para eliminar esas limitantes y, finalmente, dedicarse también a la actividad exportadora de truchas en el mercado internacional.

Ello le permitirá incursionar en nuevos mercados internacionales, generando más actividad empresarial y con ello mayores niveles de rentabilidad y mayores posibilidades de expansión en los mercados internacionales, generando todo ello posibilidades de crecimiento cualitativo y cuantitativo, en beneficio de la propia empresa y del país en su conjunto.

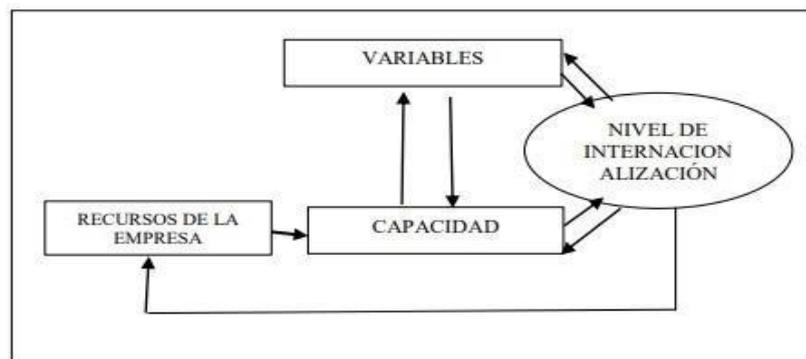
Los hallazgos han posibilitado sugerir mejoras de tal forma que esos factores restrictivos no ejerzan poder y, en cambio, la compañía alcance su meta de internacionalización. Esto permitirá que la compañía, al exportar la trucha, aumente su mercado, obtengan más y mejores clientes y así puedan expandirse, lo que les permitirá incrementar su rentabilidad y continuar con su proceso de internacionalización. Adicionalmente, esto contribuyó a producir un impacto expansivo en la economía del área de Huancayo, la región de Junín y el país en general, fomentando la creación de oportunidades laborales para las familias que puedan superar su condición de pobreza y mejorar su calidad de vida.

## Capítulo II: Estado del Arte

### 2.1. Revisión literaria

#### 2.1.1. Revisión de literatura de la capacidad exportadora

Gómez y Valenzuela (1998) afirman que el comportamiento exportador puede interpretarse como una reacción estratégica condicionada por la provisión de recursos y capacidades de la compañía, y elaboran un modelo que se adecúa de manera más efectiva que los previos a las especificaciones de la teoría de recursos y capacidades. Además, admiten que las habilidades que han respaldado la estrategia local no están en la misma situación que las habilidades que deben respaldar una estrategia de desarrollo de Modelo explicativo del grado de internacionalización de la compañía exportadora.



**Figura 3.** Nivel de internacionalización

*Nota. Valenzuela (1998, p. 163)*

Asimismo, se adjunta el significado de actitudes y motivaciones para el que va a decidir y de esta manera se determinarán las oportunidades y amenazas del entorno. Las distintas maneras de motivaciones van a contribuir en el manejo de los recursos disponibles de la empresa para originar diferentes capacidades exportadoras, ya que, la coordinación va a depender de la intención del que toma la decisión para favorecer una acción dentro del abanico de capacidades con las que pueda contar una empresa. Por lo consiguiente, los distintos tipos de motivación se beneficiarán para el avance de la acción de

internacionalización ya que son determinadas por la percepción de las capacidades para combatir en el terreno internacional que posea la empresa. Esta guía pretende agregar componentes activos o dinámicos a través de una retroalimentación durante el desarrollo de la investigación que se consolidará progresivamente, esto produce nuevos recursos y habilidades para exportar, las cuales dependen de la línea de desarrollo en base a los niveles de aprendizaje alcanzados. Además, esto implicará su mayor restricción, la imposibilidad de aportar un cierto componente activo debido a la falta de datos longitudinales, y también los problemas que surgirán en la evaluación de los recursos requeridos para el uso de la encuesta a las empresas exportadoras del ICEX. (España Exportación e Inversiones).

La determinación de la competitividad de una empresa se basa en esta guía de estructuras de covarianzas; además, se explicaría principalmente por las actitudes y expectativas de quién tomará la decisión. El conocimiento en los mercados internacionales adquiere una gran relevancia; debido a la habilidad de la organización, estaría a poca distancia. No obstante, la capacidad de marketing no proporciona una explicación adecuada del nivel de internacionalización, lo que lleva a una transición hacia políticas de marketing internacional más efectivas a medida que se incrementaba el nivel de internacionalización de la empresa exportadora española. En otras palabras, es una consecuencia y no una causa.

### **2.1.2. Exportación**

Es la salida de mercancías de nuestro país para su utilidad o gasto decisivo en el exterior. Por eso, la propagación del capital debe ejecutarse a su cliente que se encuentra en el extranjero (SUNAT, s/f, p.1).

Requisitos para exportar

- Para realizar los trámites para la exportación, las personas naturales deben de cumplir con “el artículo 3 de la Resolución de Superintendencia N° 210-2004/SUNAT”; así

mismo, deben de contar con RUC, de otro modo pueden exportar utilizando su Documento Nacional de Identidad los peruanos, o Carné de Extranjería o Pasaporte los extranjeros. (SUNAT, s/f, p. 1)

### Capacidades para la exportación

Según el (Diario Exportador, 2017, p.1) la secuencia para exportar de una empresa debe de tener en cuenta las diversas capacidades:

#### a) *Capacidad productiva*

Esta capacidad nos menciona que el producto debe de cumplir con los requisitos para la exportación a un mercado objetivo. Así mismo, la capacidad productiva es la cantidad de elaboración de bienes o servicios que se pueda elaborar (Diario Exportador, 2017, p.1)

#### Tipos de capacidades productivas

- Capacidad proyectada. En esta capacidad se estima la aptitud productiva de la empresa haciendo un informe sobre los inputs como los outputs en un tiempo determinado (Diario Exportador, 2017, p.1).
- Capacidad efectiva. Esta capacidad se estimará lo que se va a utilizar usando una fórmula:  $NHP = NHT * U$  (NHP: Número de horas productivas o capacidad efectiva; NHT: Número de horas teóricas posibles y U: Factor de utilidad).
- Capacidad disponible. Esta capacidad tiene la función de adaptarse a opinión de las capacidades anteriores y tendrá en cuenta la importancia del factor de eficiencia. (Diario Exportador, 2017, p.1). Formula  $CD = NHP * E$  (CD: Capacidad disponible; NHP: Número de horas productivas o capacidad efectiva y E: Factor de eficiencia).
- Capacidad de personal y de gestión. Esta capacidad nos menciona que debemos tener en cuenta nuestros objetivos, nuestras fortalezas y debilidades; sobre todo conocer la posición competitiva del mercado objetivo. Así mismo, deben de contratar a

empleados que estén capacitados para gestionar y cumplir las metas que se asignaron en la empresa (Diario Exportador, 2017, p.1).

- Capacidad comercial. En esta capacidad tiene que desarrollarse un plan de comercialización para así adaptarse al mercado objetivo. Y es por eso, que deben de tener conocimiento sobre los aspectos generales de la comercialización que se va a utilizar al momento de exportar la mercancía (Diario Exportador, 2017, p.1)
- Capacidad económica. La empresa debe reconocer las operaciones de exportación, de esta manera se inicia con la producción de la mercancía y terminará con el cobro efectivo (Diario Exportador, 2017, p.1).
- Capacidad financiera. En esta capacidad menciona las posibilidades de la empresa para obtener un financiamiento tanto interno como externo para las operaciones de exportación (Diario Exportador, 2017, p.1).

*b) Capacidad exportadora*

Paredes D. (2016), asevera que es la aptitud que tiene toda empresa para exportar su producto, de manera que va aumentando sus fortalezas y disminuyendo sus debilidades, y además utilizar las oportunidades que nos van a ofrecer en el mercado internacional y tratar de someter las amenazas externas que se van a presentar.

En el mundo empresarial, la capacidad exportadora está denominada por diversas capacidades, tales como: capacidad física, capacidad administrativa, capacidad administrativa y recursos humanos.

Factores de capacidad exportadora

- Capacidad física. Según Cantos (2004), es una manera de establecer una oferta exportable tomando en cuenta que no se debe dejar a los clientes nacionales por el hecho que van a exportar a un mercado internacional. Por lo tanto, la organización

de la empresa debe alinearse con la capacidad productiva para no dejar de lado a un mercado sea nacional e internacional.

- **Capacidad económica.** Según Cantos (2004), es un modo de involucrarse en grandes inversiones que obtendrán resultados hasta un periodo determinado. En este tipo de capacidad también nos detalla que no se deben preocupar si todo el año invierten para el proceso de exportación.
- **Capacidades administrativas.** Según Cantos (2004), la empresa tiene que formar una organización administrativa que les posibilita tramitar documentos necesarios para ejecutar las operaciones internacionales. Por ese modo, el empresario debe de utilizar sus cualidades de delegación en personas que son parte de las actividades internacionales.
- **Recursos Humanos.** Para Cantos (2004), todo personal debe estar interesado en el dominio de idiomas, conocimientos de marketing, logística entre otros; son tareas que todo trabajador o empresario debe de saber para el proceso de importación y exportación.

### **2.1.3. Factores internos**

Los factores internos comprenden a todos aquellos elementos que forman parte de la estructura interna de una compañía y que pueden influir en el desenlace de un trabajo. Son elementos cruciales que inciden de manera decisiva en la consecución de los objetivos establecidos. Son internos ya que constituyen una parte esencial de la estructura de una organización. Entre ellos tenemos la cultura de la organización, los recursos, los medios de comunicación y la infraestructura de la compañía.

#### **2.1.3.1. Tamaño de la empresa**

En Perú, las Empresas se clasifican en función de su envergadura en micro,

pequeñas, medianas y grandes. Esta clasificación es esencial para determinar no solo el sistema tributario al que deben ajustarse, sino también los beneficios fiscales, laborales y financieros que pueden obtener. (Peralta, 2024).

### ***Microempresa***

Una microempresa es el organismo económico de menor envergadura en la clasificación de empresas en Perú. Se caracteriza por su funcionamiento limitado tanto en cuanto a empleados como a ingresos.

características

- Ingresos Anuales: No deben exceder las 150 UIT, lo que representa cerca de S/742,500 (de acuerdo con el valor de la UIT para el año 2024). }
- Cantidad de empleados: Max de 10 empleados.
- Organización sencilla: Las microempresas generalmente son administradas directamente por sus propietarios o por un grupo limitado de trabajadores, lo que conlleva una estructura organizativa simple.
- Sistema tributario: Las microempresas podrían ser incluidas en el Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), en el Régimen Especial de Renta (RER) o en el Régimen MYPE Tributario (RMT), en función de sus particularidades.

Ideal para: Emprendedores y pequeñas empresas en fases iniciales de crecimiento o que operan con limitados recursos y personal.

### ***Pequeña Empresa***

Las pequeñas empresas cuentan con una estructura organizativa más sólida que las microempresas y generan ingresos más elevados, lo que les permite crecer y consolidarse en el mercado. Estas Empresas suelen tener procedimientos más formales y cuentan con una mayor capacidad de funcionamiento.

Características:

- Ingresos anuales: Es necesario que estén entre 150 UIT y 1,700 UIT (cerca de S/742,500 y S/8,415,000).
- Cantidad de empleados: Desde 11 hasta 100 trabajadores.
- Organización estructural: A pesar de mantener una gestión familiar o con escasos socios, las pequeñas empresas suelen contar con áreas de operación más claras y una mayor capacidad de producción.
- Sistema tributario: Las pequeñas empresas suelen optar por el Régimen MYPE Tributario (RMT), el cual les proporciona beneficios tributarios conforme aumentan sus ingresos.

Perfecto para: compañías en expansión que han superado la etapa de microempresa y aspiran a ampliar su mercado, incrementando su capacidad de operación y produciendo ingresos superiores.

***Mediana Empresa***

Las compañías de tamaño medio ya han logrado un desarrollo significativo y usualmente implican operaciones de mayor complejidad. Son aptos para administrar una cantidad considerable de producción y servicios, además de contar con una organización más organizada.

Características:

- Beneficios anuales: Aproximadamente 1,700 UIT y 2,300 UIT (cerca de S/8,415,000 y S/11,385,000).
- Cantidad de empleados: Desde 101 hasta 250 trabajadores.
- Estructura corporativa: Las empresas de tamaño medio poseen áreas claramente establecidas (finanzas, recursos humanos, ventas, etc.) y generalmente implementan

procesos normalizados y formalizados.

- Sistema tributario: Por lo general, las empresas de tamaño medio se benefician del Régimen General (RG), lo que les facilita deducir costos y poseer una mayor capacidad de inversión.

Perfecto para: Compañías sólidas que ya tienen presencia en mercados más extensos, gestionan un equipo más grande y poseen una visión estratégica a largo plazo.

### ***Gran Empresa***

Las corporaciones de gran envergadura son las unidades económicas más avanzadas, con la mayor capacidad de funcionamiento, volumen de ventas y cobertura de mercado. Estas Compañías generalmente poseen una organización compleja y operaciones variadas.

Características:

- Beneficios anuales: Elevados a 2,300 UIT (superiores a S/11,385,000).
- Cantidad de empleados: más de 250 trabajadores.
- Estructura corporativa: Las corporaciones de gran envergadura poseen una estructura jerárquica y diversas secciones funcionales con procesos normalizados y elevados grados de automatización y tecnología.
- Sistema tributario: Todas las corporaciones de gran envergadura se rigen por el Régimen General (RG), que facilita una administración fiscal complicada, la deducción de costos y la habilidad para funcionar a escala global.

Perfecto para: Compañías altamente avanzadas, que funcionan tanto en el ámbito local como en los mercados globales, con una estructura de gobernanza corporativa.

#### ***2.1.3.2. Capacidad tecnológica***

El concepto de habilidades tecnológicas se refiere a las competencias más extensas

necesarias para comenzar un proceso de mejora que conduzca a una ruta de desarrollo y crecimiento sostenible. El concepto de habilidades tecnológicas comprende saberes y destrezas para obtener, utilizar, absorber, adaptar, perfeccionar y producir nuevas tecnologías. El crecimiento de las capacidades tecnológicas se deriva de las inversiones efectuadas por las Compañías en respuesta a estímulos externos e internos, y en relación con otros actores económicos, ya sean privados o públicos, locales y extranjeros (García *et al.*, 2015).

La capacidad tecnológica se ha transformado en uno de los componentes más esenciales de las pequeñas economías. Esto se debe a que un progreso tecnológico proporcionará una mayor eficiencia y la habilidad para alcanzar los objetivos previamente fijados. Es visto como un elemento de producción y se compone de todos los componentes que respaldan el proceso de producción. El propósito de este es facilitar la elección y uso de cambios tecnológicos para generar una ventaja competitiva.

### **2.1.3.3. Recursos Humanos**

Armijos, Bermúdez y Mora (2019), sostienen que la administración de los recursos humanos es vital para una compañía, y con el paso del tiempo, el capital humano de una compañía se transformó en una ventaja para su administración estratégica. La relevancia del capital humano reside en que son los actores centrales para que una compañía se establezca y se mantenga firmemente en el mercado, responsables de cubrir las demandas del consumidor, de forma que lo diferencie de sus rivales por la excelencia y eficacia de la mercancía y servicios que proporciona.

La administración de recursos humanos es un elemento esencial en cualquier Compañía que aspira a lograr el éxito y preservar la competitividad en un ambiente de negocios que cambia continuamente. Esta disciplina se centra en potenciar el rendimiento

de los empleados, impulsar su crecimiento profesional y potenciar su bienestar integral en el entorno de trabajo. La administración de recursos humanos es una labor imprescindible para cualquier organización, independientemente de su magnitud o industria. Es un conjunto de tácticas y procedimientos orientados a captar, mantener, cultivar e incentivar al talento humano, con la finalidad de lograr la máxima eficiencia y productividad en la compañía (Slack, 2024).

Actualmente, las piscigranjas en Huancayo tienen los departamentos esenciales para operar; no obstante, carecen de un área de comercio internacional, ya que, al no exportar, aún no necesitan contar con este departamento.

#### ***2.1.3.4. Marketing***

De acuerdo con Jerome McCarthy, creador del concepto de marketing mix, citado por Asana (2024), indica que el marketing implica la implementación de acciones dirigidas a lograr las metas de una organización, al anticipar las necesidades del consumidor o cliente y al dirigir un flujo de productos en función de las demandas y servicios que el productor proporciona al consumidor o cliente.

Asimismo, Mesquita (2023), indica que el marketing juega un papel vital como área de operación en una empresa ya que ofrece varias ventajas; los propietarios y empresarios deben considerar esto para alcanzar la rentabilidad de sus empresas. Algunas de las ventajas internas se originan en que el equipo encargado de publicidad, relaciones públicas, ventas y desarrollo de mercancías, entre otros, se respaldan mutuamente para proporcionar una visión integral de la estrategia de marketing; además, contribuye a descubrir nuevos negocios y oportunidades para la compañía, lo que promueve el concepto de hacer rentables y aumentar la visibilidad de diversas mercancías.

Es el punto de conexión fundamental con el cliente y la compañía, ya que la

Compañía que analiza las demandas del cliente las hace lucrativas al satisfacer la necesidad de los clientes. El departamento de Marketing se ocupa de promover la marca de la Compañía y presentar su mercancía o servicios; finalmente, busca obtener beneficios competitivos de la compañía para distinguirse de otras que operan en un sector económico parecido al suyo pero que muestran interés en los mismos.

#### **2.1.4. Factores externos**

Partiremos del estudio de la situación actual, considerando dos aspectos esenciales: por un lado, la teoría de la internacionalización y, por el otro, la evaluación de las principales tendencias en marketing y su transición hacia un enfoque centrado en los servicios. En este marco, serán relevantes las contribuciones de la teoría de los recursos, desde la óptica de los activos de la organización y el conocimiento de sus líderes, que serán cruciales para generar valor y establecer la estrategia empresarial. Asimismo, el enfoque de capacidades dinámicas se sumará al análisis, enfatizando la necesidad de que las empresas se adapten a un entorno que cambia rápidamente. Así, los líderes tendrán la responsabilidad de la estrategia de marketing en todo momento, implementando continuamente mejoras en la gestión empresarial que propicien el aumento de beneficios (González- Ferriz, 2021).

La teoría de la internacionalización ha cambiado desde una perspectiva bastante general que examinaba temas relacionados con factores macroeconómicos o el análisis de grandes compañías multinacionales y sus elecciones sobre la deslocalización y expansión internacional, hacia una perspectiva más específica que se enfoca en los elementos que influyen en el éxito o fracaso de la internacionalización de pequeñas y medianas empresas (González-Ferriz, 2021).

Entre los principales factores externos que limitan las exportaciones tenemos:

##### **2.1.4.1. Político.**

Los protagonistas políticos de la acuicultura son los organismos gubernamentales que impulsan la modernización y expansión de las compañías acuícolas; además, impulsan los fundamentos de la estructura institucional que permita brindar seguridad y predictibilidad política y jurídica al país. Asimismo, se impulsará la ejecución de proyectos empresariales en todos los sectores de producción, en general, y en el sector acuícola, especialmente. Las siguientes son algunas de estas entidades: PRODUCE, DIREPRO JUNIN, SANIPES, MINAM y PROMPERU.

Según el MINCETUR en el 2024 el Perú alcanzó nuevos récords en exportaciones y consolidación de su oferta, por un incremento en la cantidad de exportadores. A lo largo de los primeros diez meses de 2024, se documentaron 8991 exportadores, lo que representa un aumento del 4,2% en comparación con el mismo lapso de 2023. Es crucial destacar que el 70% de estas entidades son pymes, lo que refuerza la función de las pequeñas y medianas empresas como fundamentos de nuestra economía (MINCETUR, 2024).

Es fundamental señalar que, en este año 2024, se ha abierto en el distrito de Chancay, que pertenece a la provincia de Huaral (Lima), el puerto más grande de toda Sudamérica. Esta significativa estructura convierte a Perú en el principal 'hub' portuario de la zona del Pacífico Sur, estableciendo una conexión directa con el continente asiático. Gracias al Puerto de Chancay, embarcaciones con capacidades de 18,000 a 24,000 TEUs (contenedores de 20 pies) podrán llegar directamente a Chancay desde Asia, acortando el tiempo de tránsito entre ambos continentes hasta en 12 días. La nueva infraestructura portuaria también facilitará la consolidación de mercancías de países como Chile, Ecuador y Colombia, que viajan o tienen como destino China, lo que generará ahorros en costos logísticos y tiempos de entrega para toda la región (MINCETUR, 2024).

#### ***2.1.4.2. Económico.***

La industria acuícola aporta al crecimiento nacional de la economía de Perú, crea

puestos de trabajo y ganancias, y en el sector alimentario, las mercancías acuícolas poseen un elevado valor nutricional.

Aunque la acuicultura aporta al crecimiento de la economía del país, su aporte en la economía nacional es muy reducido y todavía no se puede comparar con otras actividades económicas; esto supone un obstáculo dado que este sector no resulta atractivo para los directivos que deseen financiar en él. Asimismo, la fragilidad política que impacta en el país provocó la reducción de los parámetros macroeconómicos, lo que llevó a las empresas acuícolas a cesar sus inversiones en incrementar su producción y, en ciertas situaciones, cesar completamente la producción de trucha.

Actualmente, se percibe que la economía del país está sufriendo una ralentización. Según el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP, 2023), durante el primer trimestre de 2023, la actividad económica sufrió una reducción del 0.4%. Esto se produjo debido a la reducción de la inversión privada a causa de conflictos sociales; la disminución de la dinámica del consumo privado, impactada por una elevada inflación a largo plazo: cierre temporal de mercados y limitaciones al desplazamiento de individuos y productos en determinadas áreas del país; disminución del desembolso público después de las consecuencias del desembolso Sanitario, disminución de las exportaciones convencionales, especialmente de las industrias minera y agropecuaria. Esto significaría una gran ralentización de la actividad empresarial en la nación, con el daño a su economía.

El Producto Bruto Interno (PBI) experimentó un incremento del 3,8 por ciento en comparación anual durante el tercer trimestre de 2024, superando el crecimiento del 3,6 por ciento del trimestre anterior y consolidando su tercera fase de desarrollo continuo. Este aumento está especialmente impulsado por el crecimiento de las exportaciones, que se elevaron en un 10,9 por ciento después de haber disminuido en el trimestre anterior. Asimismo, todos los aspectos de la demanda interna, a excepción de los inventarios,

presentaron tasas de crecimiento que excedieron las del trimestre anterior. Tanto el consumo como la inversión privada mostraron un incremento en un contexto de optimismo empresarial, caída de la inflación y recuperación del mercado laboral. Además, el gasto público también aumentó, favorecido por el crecimiento de la inversión que alcanzó cifras de dos dígitos, sobre todo a nivel regional y nacional, así como por la reactivación del consumo en la contratación de servicios y la compra de suministros (BCRP, 2024).

#### ***2.1.4.3. Social.***

En cuanto al ámbito social, es necesario hacer referencia a variables como la vulnerabilidad económica y la vulnerabilidad económica extrema, la falta de oportunidades laborales, entre otras. De acuerdo con cifras del Instituto Peruano de Economía (IPE, 2022), antes de la pandemia del 2019 en la región de Junín, la pobreza llegó a un 20.7%. Para el 2022, llegó a un 21.5%. En relación a la vulnerabilidad económica extrema, llegó a un 2.9%. Esto demuestra que existen alrededor de 267 897 individuos en situación de pobreza y 36135 individuos en situación de pobreza extrema.

Según el Ministerio de Trabajo y Fomento del Empleo (2022) durante el 2021, se contabilizaron 22115 personas sin trabajo en la región de Junín, representando así el 3.5 % de la población. Por lo general, las compañías Acuícolas emplean habitantes allegados al sitio de producción para la ejecución de tareas operativas. Parte de los empleados, al arribar de áreas rurales, se hallan en circunstancias de vulnerabilidad económica, por lo que, al hallar una posibilidad de trabajo más ventajosa en la ciudad, abandonan sus puestos de trabajo. Por lo tanto, las compañías experimentan una elevada rotación de personal y, como resultado, inestabilidad laboral.

#### ***2.1.4.4. Tecnológico.***

Durante 2014, el Ministerio de la Producción, mediante el Despacho de la

Producción, El Viceministerio de Pesca y Acuicultura, el Ministerio de Economía junto con el Banco mundial colaboraron en la creación del Programa Nacional de Innovación en Pesca y Acuicultura (PROG 19-2014 SNIP). El propósito de este proyecto tiene como objetivo respaldar a las compañías de esta industria en su transición hacia la era del saber, mediante la Creación del Sistema Nacional de Innovación at pesca y acuicultura (SNIPA). Los roles esenciales de SNIPA comprenden: 1) capacitación y administración de redes, 2) creación de posibilidades, 3) creación de un entorno facilitador, 4) Mercado de servicios, entre otros.

Asimismo, se llevaron a cabo tres proyectos de inversión pública a través del SNIPA, que comprendieron: (a) Proyecto Nacional de Innovación Pesquera con una inversión de 108'906,293 soles, (b) Proyecto Nacional de Innovación en Acuicultura con una inversión de 221'467,931 soles, y (c) Proyecto para la Mejora de la Gobernanza del SNIPA con una inversión de 58'587,755 soles.

La ausencia de conservación o pavimentación de vías que faciliten el acceso exitoso de los proveedores a las Compañías Acuícolas, con el objetivo de potenciar la evolución y comercialización de su mercancía, dado que aceleraría la movilidad de los distribuidores y los comerciantes.

#### ***2.1.4.5. Ambiental***

De acuerdo con ENVIRA (2019), la calidad del agua en la acuicultura es un elemento crucial que requiere supervisión para alcanzar un desempeño ideal. El agua juega un papel crucial en la fase de crianza de las truchas, su supervivencia depende en gran medida de su calidad, así como proporcionar un producto de alta calidad para conseguir una alta demanda.

El nivel de estrés hídrico en la costa de Perú es alto y alarmante. Las razones centrales de la escasez de agua son: el deterioro de los ecosistemas reguladores en las cuencas altas debido al exceso de pastoreo, deforestación, cambio climático, la disminución

de los bofedales a causa de la ganadería y la elevación del nivel térmico . Además, la contaminación se añade a estos desafíos. Los vertidos de aguas residuales no tratadas, los residuos mineros, los lixiviados de vertederos, en otras palabras, los contaminantes líquidos, y también la degradación de las tierras a causa de la aplicación de agroquímicos, residuos sólidos, entre otros, afectan directamente la calidad del agua.

CARE (2021) sostiene que Perú es uno de los países más prósperos a nivel global en términos de agua, siendo el principal desafío la inadecuada repartición de este recurso. La cantidad media anual de agua disponible es de 1'768172 millones de m<sup>3</sup>, lo que sugiere un adecuado suministro de este recurso; no obstante, el 97,27% de la disponibilidad de agua se encuentra en la Sierra y Amazonía, donde reside únicamente el 30,76% de la población. De igual manera, el 2,18% de los recursos acuáticos se ubica en la región del Pacífico, que acoge al 65,98% de la población.

## **2.2. Marco conceptual**

Trucha: Es un pez de agua dulce que está denominada en la familia Salmónidos que tiene una cierta característica en el tamaño, color y en el tipo de carne ya sea blanca o encarnada (RAE, s/f).

- **Outputs:** Son procesos productivos que se van repetir a usar en una medición de una capacidad agregada. (Diario Exportador, 2017, p.1)
- **Inputs:** Es el proceso productivo que no se va a repetir, por ello se determinará la medida de cada parte de la producción que se pondrá en la empresa. (Diario Exportador, 2017, p.1)
- **Tramitar:** Para el proceso de la exportación es recomendable cumplir con los trámites para poder exportar nuestro producto al mercado objetivo (RAE, s/f, p.1).
- **Oferta exportable:** Son posibles productos buscados por los clientes para satisfacer

las obligaciones de un mercado objetivo (Rojas, 2016). Así mismo, constituyen el conjunto de productos o servicios que la empresa pone a disposición de sus clientes en el exterior.

- **Internacionalización:** La expansión global de la empresa se puede entender como un proceso en el que la misma lleva a cabo una porción de sus funciones (comercialización de sus productos, adquisición de insumos, fabricación, entre otros) en naciones diferentes a la de su origen (Fanjul, 2021).
- **Exportación:** Es el sistema aduanero que posibilita la salida de bienes nacionales o nacionalizados del territorio aduanero para su uso o consumo final en el extranjero, sin estar sujeta a ningún impuesto. Los costos que se deben cubrir están relacionados con el transporte de los bienes y dependen de las tarifas establecidas por la empresa que ofrezca el servicio de transporte internacional, manejo aduanero y traslados internos (SUNAT, s/f).
- **Capacidad exportadora:** Es la habilidad que posee la empresa para adaptarse a las variables del mercado global, para lo cual necesita llevar a cabo una serie de transformaciones internas, tanto en el ámbito de recursos humanos como en los de proyectos, eficiencia, comunicación y manejo (Minervini, 2024).
- **Desempeño exportador:** Es la capacidad que tiene la organización para ajustarse a los cambios del mercado internacional, para lo cual requiere implementar una serie de modificaciones internas, tanto en el área de recursos humanos como en proyectos, eficiencia, comunicación y gestión (Mujica, 2019).
- **Potencial exportador:** Se considera que es la capacidad de un país para vender bienes a otros mercados externos, poniendo en juego sus fortalezas y contrarrestando sus debilidades, de modo que se puedan utilizar, a su favor, las oportunidades del mercado (Paredes, 2023).

## **Capítulo III: Metodología**

### **3.1. Paradigma de la investigación**

Para establecer el enfoque de investigación, se toma en cuenta lo señalado por Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), quienes mencionan que los enfoques son alternativas que pueden ayudar a abordar problemas de investigación, siendo estos útiles y constituyendo técnicas efectivas para crear nuevos saberes. Asimismo, señalan que las cualidades del paradigma post-positivista, donde la realidad puede ser conocida de forma deficiente, el investigador tiene que ser parte de la validez de criterio, el objeto de estudio debe influir al investigador y viceversa, la teoría o la hipótesis de esta investigación incide en el proceso en cambio el investigador debe estar consciente de sus valores que puedan influir en su investigación.

Katayama (2014) realizó su investigación utilizando el paradigma de investigación etnometodología. Esta investigación examina los comportamientos y comportamientos de un grupo específico de individuos o sujetos, basándose en la recolección de la información que permite comprender la lógica de los comportamientos.

Por lo tanto, en la presente investigación se usará el paradigma post-positivista por cuanto enfatiza a los diferentes estados de reacciones dando una solución a las discrepancias, accediendo a la indagación en escenarios naturales, haciendo uso de los métodos cualitativos. De esta forma, ayudará a conseguir diversas soluciones a los problemas que se presentarán en la empresa exportadora de trucha “El Edén”, ya que estos problemas y dificultades proporcionará datos necesarios para un cambio.

### **3.2. Enfoque de la investigación**

En relación con el enfoque cualitativo Sánchez (2019) indica que este se apoya en evidencias que buscan detallar de manera exhaustiva el fenómeno con el fin de comprenderlo

y explicarlo, utilizando técnicas y procedimientos que surgen de conceptos y bases epistemológicas (p.104). Por su parte, Bernal (2016) señala que los enfoques de la investigación cualitativa se enfocan en el estudio detallado de casos concretos, lo que significa que no se debe realizar una generalización. No solo se centran en la medición, sino que también tratan la cualificación, descripción y comprensión del fenómeno social que se está estudiando mediante componentes esenciales.

Por lo tanto, la presente investigación se realizó bajo el enfoque cualitativo por cuanto se basó en hechos sociales, buscando la manera de comprenderlos. Así mismo, ayudará a identificar los factores que inciden en la capacidad exportadora de truchas de Huancayo para evaluar las condiciones de este sector acuícola realizándose para ello entrevistas a profundidad a empresarios y especialistas.

### **3.3. Métodos de investigación**

#### **3.3.1. Método general**

Este análisis se basa en la metodología científica. Según Bernal (2016) el método se define como un conjunto de directrices, normas y principios para la investigación y solución de cuestiones analíticas. De igual manera, existen principalmente dos enfoques en la investigación científica: el deductivo y el inductivo.

Por lo tanto, esta investigación se realizó con el método de caso ya que desde el inicio se ha seguido los pasos que corresponden con este, es decir, se plantea una interrogante, producto de la observación de un hecho, se realizaron entrevistas a profundidad a expertos que están relacionados con la exportación de truchas, así mismo nos facilitó determinar los factores que inciden en la capacidad exportadora.

#### **3.3.2. Método específico**

El enfoque específico utilizado en esta investigación fue la aproximación inductiva.

De acuerdo con Urzola (2020), éste se distingue por derivarse del conocimiento, que se fundamenta en los pensamientos, vivencias, percepción y punto de vista del investigador, hacia la teoría o conceptos o ideas. Esta técnica establece que, para alcanzar los hallazgos, principalmente, se observa un fenómeno específico, del cual se deducen generalizaciones posteriores. Es crucial subrayar que, a partir de la información obtenida, se ejecutan deducciones y esta fase se conoce como razonamiento inductivo. De acuerdo con (Piza et al., 2019), el enfoque cualitativo de la investigación se fundamenta en un método inductivo, ya que emplea la observación de realidades subjetivas como su técnica principal, dado que la esencia de la realidad varía según las observaciones y la recolección de información.

#### **3.4. Sistema de categorías**

Rodríguez (2017) sostiene que un sistema de categorías es una estructura metodológica y conceptual empleada en la investigación cualitativa para estructurar, categorizar y examinar datos complejos. Es necesario reconocer y definir categorías relevantes que representen los temas, conceptos o variables de relevancia en la investigación. Estas clasificaciones pueden derivarse de la teoría actual, la bibliografía correspondiente o de la información recolectada durante el análisis.

En este estudio para establecer categorías y subcategorías, se utilizaron como puntos de referencia las investigaciones llevadas a cabo por Cerna y Quiroz (2018), en su trabajo de investigación denominado "Factores restrictivos para la exportación de artesanía textil en la Asociación de Artesanos La Collpa, Porcón, Cajamarca- 2017", y la investigación realizada por Pablo y Rivera (2024) en su tesis titulada "Factores limitantes de las exportaciones de trucha arcoíris P.A. 030211.00.00 de las empresas acuícolas ubicadas en la provincia de Huancayo". De igual manera, se tomó en cuenta la experiencia de administradora Antonia Castillo Condori, quien viene laborando en la Compañía Acuícola Junín S.A.C. desde el

2018.

**Tabla 2**

*Sistema de categorías*

| TITULO  | CATEGORIAS                                    | SUBCATEGORIAS                      | CARACTERISTICAS   | CODIGO  |        |
|---|---|------------------------------------|---|---|--------|
| Factores limitantes de la capacidad exportadora de truchas en la Compañía Acuicola Junin SAC, 2024. | Factores externos de la capacidad exportadora | Político                           | Grado de relación<br>Apoyo de las entidades del estado  | FECEP   |        |
|   |   | Económico                          | Influencia de la inflación<br>Influencia del factor económico en el inicio de la exportación  | FECEE   |        |
|   |   | Social                             | Tipos de alianzas estratégicas<br>Importancia de alianzas estratégicas para la exportación  | FECES   |        |
|   |   | Tecnológico                        | Características de la oferta tecnológica<br>Influencia del factor tecnológico en el inicio de la exportación                              | FECET   |        |
|   |   | Ambiental                          | Influencia del factor ambiental<br>Influencia del factor ambiental para la exportación  | FECEA   |        |
|   |   | Tamaño de la empresa               | Nivel de producción<br>Nivel de ingresos<br>Calidad de infraestructura<br>Producción para exportación<br>Tecnologías que tiene la empresa | FICETE  |        |
|   |   | FICET                              |   |   |        |
|   | Factores internos de la capacidad exportadora | Tecnológico                        | Conocimiento y dominio de maquinaria industrial<br>Limitación de la falta de tecnología<br>Cantidad de proveedores extranjeros            | FICECP  |        |
|   |   | Contacto de proveedores y clientes | Conocer si ya cuentan con propuestas de posibles clientes extranjeros   |   |        |
|   |   | Conocimientos de exportación       |   | Conocimiento de requerimiento de exportación<br>Conocimiento de mercados internacionales  | FICECE |
|   |   |                                    | Recursos Humanos  | Cantidad de áreas de la empresa<br>Nro. De trabajadores<br>Los tipos de profesionales que tiene la empresa<br>Nivel de capacitación de trabajadores | FICERH |

### 3.5. Selección de los sujetos de estudio

Para la investigación se requirió a los trabajadores de la Compañía Acuicola Junin SAC.; logrando así tener acceso a la relación de trabajadores de la empresa que figuran en la tabla 3.

**Tabla 3.***Relación de trabajadores*

| <b>N°</b> | <b>NOMBRE Y APELLIDOS</b>            | <b>DNI</b> | <b>CARGO</b>                   |
|-----------|--------------------------------------|------------|--------------------------------|
| 1         | CASTILLO CONDORI ANTONIA             | 43422214   | ADMINISTRADORA                 |
| 2         | JOEL MACOTE BERNAOLA                 | 48077320   | JEFE DE PRODUCCION             |
| 3         | PALACIOS MEJICO, FAUSTO<br>PRIMITIVO | 40048830   | PISCICULTOR CRIADOR<br>TRUCHAS |
| 4         | LAUREANO CERRON, IGNACIO<br>PABLO    | 20660173   | PISCICULTOR CRIADOR<br>TRUCHAS |
| 5         | GASPAR PAEZ, FELIMON                 | 19948586   | PISCICULTOR CRIADOR<br>TRUCHAS |
| 6         | TORPOCO LAUREANO GEREMIAS<br>WALTER  | 19949049   | PISCICULTOR CRIADOR<br>TRUCHAS |
| 7         | RODRIGUEZ ORE ELMER ANDRES           | 43182613   | PISCICULTOR CRIADOR<br>TRUCHAS |
| 8         | LIZARRAGA QUINTO JOSE LINO           | 20442842   | PISCICULTOR CRIADOR<br>TRUCHAS |
| 9         | RODRIGUEZ VELASQUEZ<br>ELEUTERIO     | 19948858   | PISCICULTOR CRIADOR<br>TRUCHAS |
| 10        | OSPINA ESPEZA YEICSON LEODAN         | 72911770   | PISCICULTOR CRIADOR<br>TRUCHAS |
| 11        | BORJA QUINTO JESUS JUAN              | 20660903   | PISCICULTOR CRIADOR<br>TRUCHAS |
| 12        | ORTIZ FIGUEROA VALVIS FELIX          | 20727668   | PISCICULTOR CRIADOR<br>TRUCHAS |
| 13        | JUSTANO TACAY ROSILIO<br>REIMUNDO    | 48818900   | PISCICULTOR CRIADOR<br>TRUCHAS |
| 14        | SAQUICORAY COCHACHI CECILIA          | 40786115   | PISCICULTOR CRIADOR<br>TRUCHAS |
| 16        | ARTEAGA HINOSTROZA WILVER            | 47252310   | PISCICULTOR CRIADOR<br>TRUCHAS |
| 17        | LAUREANO HINOSTROZA<br>YHODAN MILER  | 47109690   | PISCICULTOR CRIADOR<br>TRUCHAS |
| 18        | PAPUICO BASALDUA ANASTACIO           | 20407215   | PISCICULTOR CRIADOR<br>TRUCHAS |
| 19        | PAPUICO RIOS ALEX ALBERTO            | 46862094   | PISCICULTOR CRIADOR<br>TRUCHAS |
| 20        | CAINICELA GONZALES JUANA             | 20662317   | COCINERA                       |

Los sujetos de la investigación presentan las siguientes características:

- Son formales (cumplen sus obligaciones legales)
- Posee al menos un cliente internacional.
- Han llevado a cabo exportaciones a través de los mecanismos o plataformas de

exportación que proporciona el gobierno.

- Participación en formación de asesoría de la Cámara de Comercio de Huancayo o de organismos estatales en relación con el fomento de las exportaciones.
- Poseen una antigüedad de al menos 5 años, de los cuales han estado exportando sus productos de forma correspondiente.

### **3.6. Técnicas de producción de información**

#### **3.6.1. Técnicas**

Baena (2017) indica que la metodología es un componente esencial en el procedimiento de la investigación científica, con el fin de definir la organización del proceso investigativo de tipo científico.

Para este propósito, se realizaron unas entrevistas a profundidad. Mediante la entrevista se busca comprender los conceptos mediante la perspectiva de quien es el entrevistado, así mismo se especificó el significado de sus experiencias.

#### **3.6.2. Instrumentos**

Según Ortiz (2015), la guía de entrevista es un documento que contiene temas, preguntas sugeridas y aspectos para analizar la entrevista. Este estudio se basa en obtener los comportamientos, acciones y procedimientos habituales que se llevarán a cabo en las empresas en relación con la exportación, de manera que se consiga información sobre los elementos que influyen en la capacidad de exportación.

Para el estudio de los datos, se empleó el programa estadístico Atlas Ti. de manejo del resultado obtenido tras la implementación de la guía de entrevista. El análisis se enfocó en descubrir conductas, acciones y procedimientos habituales en las empresas en relación con la exportación, con el objetivo de obtener datos sobre los elementos de la capacidad para exportar.

### **3.7. Técnicas de análisis de la información**

Denzin (1990) menciona que la técnica de la triangulación es la unión y adaptación de distintas metodologías de investigación en el estudio de un mismo fenómeno (p.297).

Rodríguez, Pozo y Gutiérrez (2006) mencionan “que la técnica de la triangulación es una forma de comparación de diversos tipos de análisis de datos con un mismo propósito ya que se podrá validar un estudio de encuesta y estimular las conclusiones ya que de él se direcciona” (p.1).

La presente investigación utilizó la triangulación como técnica de análisis de la información, ya que ayudó en la validez del proyecto, ello conllevará a la mejora de las conclusiones otorgando mayor confiabilidad, mayor nivel de precisión y contrastar la consistencia interna del proyecto.

#### **3.7.1. Triangulación de datos**

La triangulación de información conlleva a la aplicación de diversas tácticas y recursos de datos durante la recopilación de los datos; esta triangulación puede ser de naturaleza temporal, espacial o personal (Aguilar & Barroso, 2015).

Por otro lado, Forni y De Grande (2020) sostienen que se deben utilizar diferentes métodos de recolección de información que no sean las encuestas y las reuniones. Estas son variantes de percepción que no afectan tanto a las personas como a su ámbito. La triangulación de información (ya sea en el ámbito temporal o espacial) implica varias estrategias de recolección de datos, con la finalidad de contrastar un conjunto particular de observaciones con otros, abordando el mismo suceso.

En este tipo de triangulación es esencial utilizar los métodos de observación e interpretación del fenómeno en análisis, ya que esta conlleva la verificación y contrastación de

los datos obtenidos en diferentes momentos mediante los diversos procedimientos.

## Capítulo IV: Resultados

### 4.1. Descripción del trabajo de campo

El cuestionario semiestructurado fue llevado a cabo con 4 representantes de la Compañía Acuícolas Junín SAC., situada en el distrito de Ingenio de la provincia de Huancayo y con 3 especialistas en el campo. Estas reuniones se llevaron a cabo de manera presencial, las cuales fueron grabadas para su reproducción y mejor análisis.

### 4.2. Análisis y síntesis de los resultados

#### 4.2.1. Resultados de las entrevistas a trabajadores de la empresa

Entrevista al representante de la Compañía Acuícola Junín SAC

**Tabla 4**

*Resultados del Entrevistado 1*

| Categorías        | Subcategorías   | Texto de la Entrevista   |
|-------------------|---|--|
| Factores Externos | Político  | 1) ¿Conoce usted las entidades del estado que apoyan a la producción y comercialización de Trucha? Explique dicha relación<br>Si; tenemos a SANIPES (Autoridad Nacional de Sanidad e Inocuidad en Pesca y Acuicultura); A Comer Pescado del Ministerio de la Producción y el Fondo de Apoyo Empresarial para MYPES (FAE - Mype).         |
|                   |   | 2) ¿Cree usted que las entidades del estado cumplen un papel importante en el apoyo para la exportación de trucha? ¿Por qué?<br>No; porque los tramites son demasiado burocráticos y mucho papeleo en dichos tramites, es mas en Huancayo no tienen los permisos correspondientes.   |
|                   |   | 3) ¿De qué manera cree usted, que el factor económico influye para que su empresa comience con la actividad exportadora?<br>De mucha importancia, toda vez la ausencia de este factor influye directamente en la producción y consecuentemente en la exportación, así como se requiere como mínimo una producción de 10 a 20 TM mensual. |
|                   | 4) ¿Qué clase de alianzas estratégicas debería tener una organización de negocio Acuícola?<br>La empresa al cual represento solo tenemos con alianzas estratégicas, con el proveedor de alimentos Aquatech. |  |
|                   | Económico   | 5) ¿Considera que es relevante establecer alianzas estratégicas para la exportación? ¿Qué razón?<br>Si; debiendo participar en ello el estado y las empresas privadas o asociaciones como ADEX Asociación de Exportadores del Perú.  |

|                   |                      |  |
|-------------------|----------------------|--|
| Factores Internos | Social               | 6) <b>¿Qué opinión tiene usted sobre la oferta tecnológica del mercado peruano para la producción y comercialización de trucha?</b><br>Es costosa, la tecnología en Perú es muy costosa, razón por la cual, aunque no recuerdo, por ejemplo, los aireadores, deberían estar en una base de 15 mil soles, y en 10 estanques de 150 mil soles. Para poder invertir 150 mil soles en tecnología, en aireador únicamente, es necesario que puedas romper los enlaces de H2O y convertirlos en oxígeno. |
|                   |                      | 7) <b>¿Cómo cree usted que el factor tecnológico afecte a su empresa para comenzar con la actividad exportadora?</b><br>Mejora de la competitividad.   |
|                   |                      | 8) <b>¿Cómo cree usted que el factor ambiental influye en su empresa?</b><br>Son considerados elementos externos que influye básicamente en la operación propiamente dicha articulado principalmente en el entorno económico y social, precisando que en época de invierno el agua en muy turbia consecuentemente aumenta la mortalidad de las truchas en sus diversas etapas.   |
|                   |                      | 9) <b>¿Qué medios de comunicación o métodos utiliza para poder promocionar sus productos?</b><br>Principalmente las Redes Sociales como son: Facebook, Instagram, WhatsApp entre otros.  |
|                   |                      | 10) <b>¿Cuál debería ser el ingreso anual de una Compañía Acuícola en soles?</b><br>Desde la perspectiva de la dependencia de factores económicos la calidad óptima de producción es de 150 a 200 tm anuales.  |
|                   |                      | 11) <b>¿Conoce usted sobre los requerimientos para la exportación de Trucha fresca y/o refrigerada?</b><br>Si; los requisitos sanitarios y requisitos fitosanitarios para la exportación, ambos con características únicas para cada país, así como las normativas SAP, Certificación de calidad del producto emitida por SANIPES y otras entidades encargadas y responsables.   |
|                   | Tecnológico          | 12) <b>¿Conoce usted los posibles mercados para la exportación de Trucha fresca y/o refrigerada?</b><br>Si; Japón, Canadá, Estados Unidos y ahora el gran mercado de China.  |
|                   |                      | 13) <b>¿Cuáles son las ciudades a donde las empresas distribuyen sus productos?</b><br>Su mercado es Lima, unos que otros venderán a Huancayo, por ejemplo, Plaza Vea de Huancayo.   |
|                   |                      | 14) <b>¿Con cuántos contactos de proveedores extranjeros cuenta su empresa y de qué tipo?</b><br>No tengo contacto con proveedores extranjeros.  |
|                   |                      | 15) <b>¿Con cuántos contactos de clientes extranjeros debería contar una empresa para exportar?</b><br>No tengo contactos de clientes extranjeros.   |
|                   |                      | 16) <b>¿Cree usted que en el caso de exportación las empresas se encuentren en la capacidad de elaborar un plan de marketing internacional? ¿Por qué?</b><br>Por su complejidad, las empresas deben ser apoyadas bajo el asesoramiento de profesionales competentes en la elaboración del Plan de Marketing Internacional en forma adecuada y oportuna.  |
|                   |                      | 17) <b>¿Cómo considera la calidad de su infraestructura para la producción de Trucha?</b><br>Se encuentra debidamente adecuada, para obtener una producción óptima y de calidad.   |
| Capacidad         | Tamaño de la empresa | 18) <b>¿Con qué equipos cuenta su empresa que ayuden a la producción y procesamiento de trucha?</b><br>Maquina seleccionadora automática, alimentadora, contadora de truchas y otros indispensables en la producción y procesamiento.  |
|                   |                      | 19) <b>¿Cuál es el nivel de conocimiento y dominio de maquinaria industrial para la producción y procesamiento de trucha de su empresa?</b><br>Diría nivel mediano, por no contar con muchas maquinarias.  |
|                   |                      | 20) <b>¿Cómo cree usted que la falta de tecnología influye en el desarrollo de su empresa?</b><br>Afecta directamente en la producción.  |
|                   |                      | 21) <b>¿Cuántos departamentos o áreas tienen su empresa?</b><br>Tres plantas en el área de producción (una sala, engorde y de crecimiento); en la parte administrativa (Gerencia General, administración y producción) básicamente.  |
|                   |                      | 22) <b>¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?</b><br>La empresa al cual dirijo cuenta con 23 trabajadores.  |
|                   |                      | 2) No tengo contactos de clientes extranjeros.   |

---

|                   |   |
|-------------------|---|
| Recurso<br>Humano | <p>23) <b>¿Cuenta con personal profesional dentro de su empresa? ¿Qué tipo de profesionales?</b><br/>Ingenieros, Administrador y Negocios Internaciones y Contador.</p> <p>24) <b>¿De qué manera se realiza la capacitación de los colaboradores de su empresa para mejorar el producto de mercado que ofrece?</b><br/>Capacitación a profesionales encargados en la producción básicamente, ello promovido en forma constante por la empresa Aquatech (proveedor de alimentos).</p> <p>25) <b>¿Cuáles son las presentaciones de Trucha que vende?</b><br/>Entero, vivo, filete, eviscerado tipo corbata y enlatados.</p> <p>26) <b>¿De qué manera realiza la capacitación de los colaboradores en una empresa para mejorar el producto de mercado que ofrecen?</b><br/>Capacitación permanente en producción, marketing, promoción y manejo empresarial.</p> <p>27) <b>¿Cuál es la calidad de un producto de trucha para exportar?</b><br/>De acuerdo a la tabla de piscigranjas la calidad del producto de truchas para exportar es de 28°; para lima 27° y demás regiones dentro del país 24° y 24° respectivamente.</p> |
| Marketing         | <p>28) <b>¿Qué acciones se deben de tomar para el perfeccionamiento del proceso de producción de Trucha?</b><br/>Adquirir Ovas Americanas y clasificarlas adecuadamente y sobre todo tener mucho cuidado en la alimentación factor determinante para la obtención de la calidad del producto.</p> <p>29) <b>Para finalizar, ¿Qué factores considera usted que son los que más limitan a las empresas a poder exportar?</b><br/>Falta de apoyo del estado, costo de producción, donde el factor alimentos representa el 80% del total, y accesos a los mercados internacionales.</p>   |

---

**Tabla 5**

*Resultados del Entrevistado 2*

| Categorías        | Subcategorías | Texto de la Entrevista   |
|-------------------|---------------|--|
| Factores Externos | Político      | 1) <b>¿Conoce usted las entidades del estado que apoyan a la producción y comercialización de Trucha? Explique dicha relación</b><br>Entidades del estado que apoyan en la producción de truchas; SANIPES (Autoridad Nacional de Sanidad e Inocuidad en Pesca y Acuicultura); A Comer Pescado del Ministerio de la Producción y el Fondo de Apoyo Empresarial (FAE). |
|                   |               | 2) <b>¿Cree usted que las entidades del estado cumplen un papel importante en el apoyo para la exportación de trucha? ¿Por qué?</b><br>Los funcionarios de las entidades encargadas del estado tienen muchas limitaciones a las que se suman excesiva burocracia a cualquier trámite de exportación de trucha.   |
|                   |               | 3) <b>¿De qué manera cree usted, que el factor económico influye para que su empresa comience con la actividad exportadora?</b><br>Es un incentivo para que la fuerza laboral se desempeñe adecuadamente.  |
|                   |               | 4) <b>¿Qué clase de alianzas estratégicas debería tener una organización de negocio Acuícola?</b><br>Alianzas estratégicas funcionales de acuerdo a cada estructura organizativa.  |
|                   |               | 5) <b>¿Considera que es relevante establecer alianzas estratégicas para la exportación? ¿Qué razón?</b><br>Sí; son necesarias al tener que establecer mecanismos de trabajo adecuados para un nivel de competencia adecuada.   |
|                   | Económico     | 6) <b>¿Qué opinión tiene usted sobre la oferta tecnológica del mercado peruano para la producción y comercialización de trucha?</b><br>Está avanzando en forma progresiva de acuerdo a las exigencias del mercado internacional.   |
|                   |               | 7) <b>¿Cómo cree usted que el factor tecnológico afecte a su empresa para comenzar con la actividad exportadora?</b><br>Es determinante, por ser reflejo en la calidad del producto.   |
|                   |               | 8) <b>¿Cómo cree usted que el factor ambiental influye en su empresa?</b><br>Influye en el nivel motivacional y condiciones laborales principalmente.  |
|                   |               | 9) <b>¿Qué medios de comunicación o métodos utiliza para poder promocionar sus productos?</b><br>Los medios de comunicación influyente en la promoción de los productos son: televisión, radio, redes sociales y formas de presentación del producto.  |

10) **¿Cuál debería ser el ingreso anual de una Compañía Acuícola en soles?**  
Que los ingresos superen a los costos de producción.

11) **¿Conoce usted sobre los requerimientos para la exportación de Trucha fresca y/o refrigerada?**  
Cumplir con los requisitos establecidos y exigidos por el organismo correspondiente.

12) **¿Conoce usted los posibles mercados para la exportación de Trucha fresca y/o refrigerada?**  
Los posibles mercados de exportación de truchas son: Japón, Canadá, Estados Unidos y ahora el gran mercado de China.

13) **¿Cuáles son las ciudades a donde las empresas distribuyen sus productos?** Principalmente es el mercado de Lima, Cerro de Pasco, Arequipa, Huancavelica y Huancayo.

14) **¿Con cuántos contactos de proveedores extranjeros cuenta su empresa y de qué tipo?**  
Aun no conozco.

15) **¿Con cuántos contactos de clientes extranjeros debería contar una empresa para exportar?**  
No sé exactamente al respecto.

16) **¿Cree usted que en el caso de exportación las empresas se encuentren en la capacidad de elaborar un plan de marketing internacional? ¿Por qué?**  
Las empresas eficientes son las que cuentan con un plan de Marketing Internacional en forma adecuada.

17) **¿Cómo considera la calidad de su infraestructura para la producción de Trucha?**  
Es la adecuada por el momento, para la obtención de una producción óptima y de calidad.

18) **¿Con qué equipos cuenta su empresa que ayuden a la producción y procesamiento de trucha?**  
Las maquinarias que posee la empresa son: maquina seleccionadora automática, alimentadora, contadora de truchas y otros indispensables en la producción y procesamiento.

19) **¿Cuál es el nivel de conocimiento y dominio de maquinaria industrial para la producción y procesamiento de trucha de su empresa?**  
Nivel regular y conocimiento del manejo técnico de las maquinarias que cuenta la empresa.

20) **¿Cómo cree usted que la falta de tecnología influye en el desarrollo de su empresa?**  
La falta de tecnología influye directamente en la calidad del producto.

|                   |           |  |
|-------------------|-----------|--|
| Factores internos | Capacidad | 21) <b>¿Cuántos departamentos o áreas tienen su empresa?</b><br>Tres plantas en el área de producción (una sala, engorde y de crecimiento); en la parte administrativa (Gerencia General, administración y producción) básicamente.  |
|                   |           | 22) <b>¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?</b><br>La empresa al cual pertenezco cuenta con 20 trabajadores.  |
|                   |           | 23) <b>¿Cuenta con personal profesional dentro de su empresa? ¿Qué tipo de profesionales?</b><br>Si, dentro de la empresa labora; Ingenieros, Administrador, Contador y técnicos pesqueros.  |
|                   |           | 24) <b>¿De qué manera se realiza la capacitación de los colaboradores de su empresa para mejorar el producto de mercado que ofrece?</b><br>Las capacitaciones se desarrollan de manera presencial, capacitación a profesionales encargados en la producción básicamente, ello promovido en forma constante por la empresa Aquatech (proveedor de alimentos). |
| Recursos Humanos  | Humanos   | 25) <b>¿Cuáles son las presentaciones de Trucha que vende?</b><br>Las presentaciones de la producción dentro de la Compañía son: Entero, vivo, filete, eviscerado tipo corbata y enlatados.  |
|                   |           | 26) <b>¿De qué manera realiza la capacitación de los colaboradores en una empresa para mejorar el producto de mercado que ofrecen?</b><br>La empresa realiza capacitación permanente a sus trabajadores en producción, marketing, promoción y manejo empresarial.  |
|                   |           | 27) <b>¿Cuál es la calidad de un producto de trucha para exportar?</b><br>La calidad del producto a exportar debe cumplir estrictamente con los parámetros establecidos por las organizaciones responsables.   |
| Marketing         | Marketing | 28) <b>¿Qué acciones se deben de tomar para el perfeccionamiento del proceso de producción de Trucha?</b><br>Las acciones para el perfeccionamiento del proceso de producción de trucha, debe realizarse de una manera cuidadosa y eficiente.  |
|                   |           | 29) <b>Para finalizar, ¿Qué factores considera usted que son los que más limitan a las empresas a poder exportar?</b><br>Los factores que limitan a las empresas para poder exportar sus productos, es la falta de apoyo del estado en la parte de trámites y la obtención de las certificaciones de los productos a vender en los mercados internacionales. |

**Resultados de la entrevista realizada al jefe de área de ventas de la Compañía Acuícola Junín SAC**  
**Tabla 6**

*Resultados de entrevistado 3*

| Categorías        | Subcategorías | Texto de la Entrevista   |
|-------------------|---------------|--|
| Factores Externos | Político      | <p>1) <b>¿Conoce usted las entidades del estado que apoyan a la producción y comercialización de Trucha? Explique dicha relación</b><br/>           Son muy pocas las entidades del Estado que apoyan, entre ellas tenemos a SANIPES; A Comer Pescado del Ministerio de la Producción y el Fondo de Apoyo Empresarial para mypes (FAE - Mype).</p> |
|                   |               | <p>2) <b>¿Cree usted que las entidades del estado cumplen un papel importante en el apoyo para la exportación de trucha? ¿Por qué?</b><br/>           No; porque si apoyaría a los empresarios, los tramites no serían tan engorrosos y burocráticos, es mas en Huancayo no tienen los permisos correspondientes.</p>                              |
|                   |               | <p>3) <b>¿De qué manera cree usted, que el factor económico influye para que su empresa comience con la actividad exportadora?</b><br/>           Sí, toda vez que la ausencia del factor económico influye directamente en la producción y consecuentemente en la exportación.</p>  |
|                   |               | <p>4) <b>¿Qué clase de alianzas estratégicas debería tener una organización de negocio Acuícola?</b><br/>           No estoy muy enterado, pero creo es con la empresa proveedora de alimentos Aquatech.</p>   |
|                   | Económico     | <p>5) <b>¿Considera que es relevante establecer alianzas estratégicas para la exportación? ¿Qué razón?</b><br/>           Sí; es muy importante porque eso va ayudar a que podamos exportar los productos y así crecer en el mercado local.</p>  |
|                   |               | <p>6) <b>¿Qué opinión tiene usted sobre la oferta tecnológica del mercado peruano para la producción y comercialización de trucha?</b><br/>           Es muy costosa.</p>  |
|                   |               | <p>7) <b>¿Cómo cree usted que el factor tecnológico afecte a su empresa para comenzar con la actividad exportadora?</b><br/>           Sí, porque mejora de la competitividad en el mercado.</p>   |
|                   |               | <p>8) <b>¿Cómo cree usted que el factor ambiental influye en su empresa?</b><br/>           Si influye, porque si las aguas están sucias eso va afectar en el crecimiento de las truchas.</p>  |

- 9) **¿Qué medios de comunicación o métodos utiliza para poder promocionar sus productos?**  
Hoy en día, se usan todas las redes sociales, como Facebook, WhatsApp y otros.
- Social**
- 10) **¿Cuál debería ser el ingreso anual de una Compañía Acuícola en soles?**  
El ingreso de manera anual sería 150 UIT aprox.
- 11) **¿Conoce usted sobre los requerimientos para la exportación de Trucha fresca y/o refrigerada?**  
Si, tener certificado de calidad, de sanidad y otros solicitados por la SANIPES.
- 12) **¿Conoce usted los posibles mercados para la exportación de Trucha fresca y/o refrigerada?**  
Si; Estados Unidos, China y Chile.
- Tecnológico**
- 13) **¿Cuáles son las ciudades a donde las empresas distribuyen sus productos?**  
Su mercado es Lima, unos que otros venderán a Huancayo, por ejemplo, Plaza Vea de Huancayo.
- 14) **¿Con cuántos contactos de proveedores extranjeros cuenta su empresa y de qué tipo?**  
Por el momento no contamos con proveedores extranjeros.
- 15) **¿Con cuántos contactos de clientes extranjeros cuenta su empresa para exportar?**  
No tengo contactos de clientes extranjeros.
- Tamaño de la empresa**
- 16) **¿Cree usted que en el caso de exportación las empresas se encuentren en la capacidad de elaborar un plan de marketing internacional? ¿Por qué?**  
Creo que todas las empresas que van a realizar exportaciones deben de tener un plan de marketing.
- 17) **¿Cómo considera la calidad de su infraestructura para la producción de Trucha?**  
Si, porque contamos con las áreas de producción implementadas.
- 18) **¿Con qué equipos cuenta su empresa que ayuden a la**

|           |                  |  |
|-----------|------------------|--|
|           | Capacidad        | <p>19) <b>¿Cuál es el nivel de conocimiento y dominio de maquinaria industrial para la producción y procesamiento de trucha de su empresa?</b><br/>Es optima, porque se debe de conocer el funcionamiento de estas máquinas en beneficio de la Compañía.</p> <p>20) <b>¿Cómo cree usted que la falta de tecnología influye en el desarrollo de su empresa?</b><br/>Si, porque afecta de manera directa en la producción.</p> <p>21) <b>¿Cuántos departamentos o áreas tienen su empresa?</b><br/>Contamos con una sala de engorde y de crecimiento; y la parte administrativa.</p> <p>22) <b>¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?</b><br/>La empresa cuenta con 23 trabajadores, entre personal administrativo y operativo.</p> <p>23) <b>¿Cuenta con personal profesional dentro de su empresa? ¿Qué tipo de profesionales?</b><br/>Si, con un administrador, un contador, un ingeniero pesquero.</p> <p>24) <b>¿De qué manera se realiza la capacitación de los colaboradores de su empresa para mejorar el producto de mercado que ofrece?</b><br/>Se realiza de manera constante.</p> |
|           | Recursos humanos | <p>25) <b>¿Cuáles son las presentaciones de Trucha que vende?</b><br/>Entero, vivo y eviscerado.</p> <p>26) <b>¿De qué manera realiza la capacitación de los colaboradores en una empresa para mejorar el producto de mercado que ofrecen?</b><br/>Capacitación permanente en producción, marketing, promoción y manejo empresarial.</p> <p>27) <b>¿Cuál es la calidad de un producto de trucha para exportar?</b><br/>De acuerdo a la tabla de piscigranjas la calidad del producto de truchas para exportar es de 28°; para lima 27° y demás regiones dentro del país 24° y 24° respectivamente.</p>   |
| Marketing |                  | <p>12) <b>¿Conoce usted los posibles mercados para la exportación de Trucha fresca y/o refrigerada?</b><br/>Si; Estados Unidos, China y Chile.</p> <p>28) <b>¿Qué acciones se deben de tomar para el perfeccionamiento del proceso de producción de Trucha?</b><br/>En primer lugar, se debe conseguir proveedores de Ovas Americanas, para su clasificación adecuadamente, asimismo, tener mucho cuidado en la alimentación pues es un factor determinante para que el producto sea de calidad.</p> <p>29) <b>Para finalizar, ¿Qué factores considera usted que son los que más limitan a las empresas a poder exportar?</b><br/>Los factores políticos, pues en su mayoría los tramites son burocráticos y no se puede acceder de manera fácil a los mercados internacionales</p>  |

Resultados de la entrevista realizada al jefe de producción de la Compañía Acuícola Junín SAC

**Tabla 7**

*Resultado del entrevistado 4*

| Categorías        | Subcategorías | Texto de la Entrevista  |
|-------------------|---------------|---|
| Factores Externos | Político      | <p><b>1) ¿Conoce usted las entidades del estado que apoyan a la producción y comercialización de Trucha? Explique dicha relación</b><br/>           Sí; tenemos a SANIPES (Autoridad Nacional de Sanidad e Inocuidad en Pesca y Acuicultura); A Comer Pescado del Ministerio de la Producción y el Fondo de Apoyo Empresarial para mypes (FAE - Mype).</p>  |
|                   |               | <p><b>2) ¿Cree usted que las entidades del estado cumplen un papel importante en el apoyo para la exportación de trucha? ¿Por qué?</b><br/>           No; porque los tramites son demasiado burocráticos y mucho papeleo en dichos tramites, es mas en Huancayo no tienen los permisos correspondientes.</p>  |
|                   |               | <p><b>3) ¿De qué manera cree usted, que el factor económico influye para que su empresa comience con la actividad exportadora?</b><br/>           De mucha importancia, toda vez la ausencia de este factor influye directamente en la producción y consecuentemente en la exportación, así como se requiere como mínimo una producción de 10 a 20 TM mensual.</p>  |
|                   | Económico     | <p><b>4) ¿Qué clase de alianzas estratégicas debería tener una organización de negocio Acuícola?</b><br/>           La empresa al cual represento solo tenemos con alianzas estratégicas, con el proveedor de alimentos Aquatech.</p>   |
|                   |               | <p><b>5) ¿Considera que es relevante establecer alianzas estratégicas para la exportación? ¿Qué razón?</b><br/>           Sí; debiendo participar en ello el estado y las empresas privadas o asociaciones como ADEX Asociación de Exportadores del Perú.</p>   |
|                   |               | <p><b>6) ¿Qué opinión tiene usted sobre la oferta tecnológica del mercado peruano para la producción y comercialización de trucha?</b><br/>           Es costosa, la tecnología en Perú es muy costosa, razón por la cual, aunque no recuerdo, por ejemplo, los aireadores, deberían estar en una base de 15 mil soles, y en 10 estanques de 150 mil soles. Para poder invertir 150 mil soles en tecnología, en aireador únicamente, es necesario que puedas romper los enlaces de H2O y convertirlos en oxígeno.</p> |
|                   |               | <p><b>7) ¿Cómo cree usted que el factor tecnológico afecte a su empresa para comenzar con la actividad exportadora?</b><br/>           Mejora de la competitividad.</p>   |

8) **¿Cómo cree usted que el factor ambiental influye en su empresa?**  
Son considerados elementos externos que influye básicamente en la operación propiamente dicha articulado principalmente en el entorno económico y social, precisando que en época de invierno el agua en muy turbia consecuentemente aumenta la mortalidad de las truchas en sus diversas etapas.

9) **¿Qué medios de comunicación o métodos utiliza para poder promocionar sus productos?**  
Principalmente las Redes Sociales como son: Facebook, Instagram, WhatsApp entre otros.

10) **¿Cuál debería ser el ingreso anual de una Compañía Acuícola en soles?**  
Desde la perspectiva de la dependencia de factores económicos la calidad óptima de producción es de 150 a 200 tm anuales.

11) **¿Conoce usted sobre los requerimientos para la exportación de Trucha fresca y/o refrigerada?**  
Sí; los requisitos sanitarios y requisitos fitosanitarios para la exportación, ambos con características únicas para cada país, así como las normativas SAP, Certificación de calidad del producto emitida por SANIPES y otras entidades encargadas y responsables.

12) **¿Conoce usted los posibles mercados para la exportación de Trucha fresca y/o refrigerada?**  
Sí; Japón, Canadá, Estados Unidos y ahora el gran mercado de China.

13) **¿Cuáles son las ciudades a donde las empresas distribuyen sus productos?**  
Su mercado es Lima, unos que otros venderán a Huancayo, por ejemplo, Plaza Vea de Huancayo.

14) **¿Con cuántos contactos de proveedores extranjeros cuenta su empresa y de qué tipo?**  
No tengo contacto con proveedores extranjeros.

15) **¿Con cuántos contactos de clientes extranjeros debería contar una empresa para exportar?**  
No tengo contactos de clientes extranjeros.

16) **¿Cree usted que en el caso de exportación las empresas se encuentren en la capacidad de elaborar un plan de marketing internacional? ¿Por qué?**  
Por su complejidad, las empresas deben ser apoyadas bajo el asesoramiento de profesionales competentes en la elaboración del Plan de Marketing Internacional en forma adecuada y oportuna.

17) **¿Cómo considera la calidad de su infraestructura para la producción de Trucha?**  
Se encuentra debidamente adecuada, para obtener una producción óptima y de calidad.

18) **¿Con qué equipos cuenta su empresa que ayuden a la producción y procesamiento de trucha?**  
Maquina seleccionadora automática, alimentadora, contadora de truchas y otros indispensables en la producción y procesamiento.

|                   |                  |  |   |
|-------------------|------------------|--|---|
| Factores internos | Recursos Humanos | Capacidad  | 19) <b>¿Cuál es el nivel de conocimiento y dominio de maquinaria industrial para la producción y procesamiento de trucha de su empresa?</b><br>Diría nivel mediano, por no contar con muchas maquinarias.                           |
|                   |                  |  | 20) <b>¿Cómo cree usted que la falta de tecnología influye en el desarrollo de su empresa?</b><br>Afecta directamente en la producción.   |
|                   |                  |  | 21) <b>¿Cuántos departamentos o áreas tienen su empresa?</b><br>Tres plantas en el área de producción (una sala, engorde y de crecimiento); en la parte administrativa (Gerencia General, administración y producción) básicamente. |
|                   |                  |  | 22) <b>¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?</b><br>La empresa al cual dirijo cuenta con 23 trabajadores.   |
|                   |                  |  | 23) <b>¿Cuenta con personal profesional dentro de su empresa? ¿Qué tipo de profesionales?</b><br>Ingenieros, Administrador y Negocios Internaciones y Contador.   |
|                   |                  | 24) <b>¿De qué manera se realiza la capacitación de los colaboradores de su empresa para mejorar el producto de mercado que ofrece?</b><br>Capacitación a profesionales encargados en la producción básicamente, ello promovido en forma constante por la empresa Aquatech (proveedor de alimentos). |   |
|                   |                  | 25) <b>¿Cuáles son las presentaciones de Trucha que vende?</b><br>Entero, vivo, filete, eviscerado tipo corbata y enlatados.   |   |
|                   |                  | 26) <b>¿De qué manera realiza la capacitación de los colaboradores en una empresa para mejorar el producto de mercado que ofrecen?</b><br>Capacitación permanente en producción, marketing, promoción y manejo empresarial.  |   |
|                   |                  | 27) <b>¿Cuál es la calidad de un producto de trucha para exportar?</b><br>De acuerdo a la tabla de piscigranjas la calidad del producto de truchas para exportar es de 28°; para lima 27° y demás regiones dentro del país 24° y 24° respectivamente.  |   |
|                   |                  | 28) <b>¿Qué acciones se deben de tomar para el perfeccionamiento del proceso de producción de Trucha?</b><br>Adquirir Ovas Americanas y clasificarlas adecuadamente y sobre todo tener mucho cuidado en la alimentación factor determinante para la obtención de la calidad del producto.            |   |
|                   | Marketing        | 29) <b>Para finalizar, ¿Qué factores considera usted que son los que más limitan a las empresas a poder exportar?</b><br>Falta de apoyo del estado, costo de producción, donde el factor alimentos representa el 80% del total, y accesos a los mercados internacionales.                            |   |

#### 4.2.2. Resultados de la entrevista a los expertos

Entrevista al experto 1

**Tabla 8**

*Resultados de la entrevista al experto 1*

| Categorías        | Subcategorías | Texto de la Entrevista  |
|-------------------|---------------|---|
| Factores Externos | Político      | <p>1) <b>¿Qué organismos estatales mantienen vínculos con las Compañías de acuicultura?</b> Las organizaciones que participan más son SANIPES, que brinda un gran apoyo, FONDEPES, además de los proyectos PNIPA, y luego está el Ministerio de la Producción, todo esto está centrado en el sector Acuícola.</p>   |
|                   |               | <p>2) <b>¿Considera que las instituciones gubernamentales desempeñan un rol relevante en el respaldo a la exportación de trucha? ¿Qué razón?</b><br/>El estado te va a cumplir, pero la cuestión como centro de producción requiere implementación, equipamiento, cumplimiento de todos los protocolos de calidad y demás, si no lo haces, el estado no te va a cumplir.</p>  |
|                   |               | <p>3) <b>¿Cómo considera usted que el factor económico incide en que las Compañías Acuícolas inicien su actividad de exportación?</b><br/>El aspecto económico es crucial para poder implementar con tecnología, personal y todo; comenzar su proyección de número de toneladas de exportación.</p>   |
|                   |               | <p>4) <b>¿Qué clase de alianzas estratégicas debería tener una organización de negocio Acuícola?</b><br/>Para el cultivo de trucha, es crucial establecer alianzas estratégicas con proveedores que suministran principalmente ovas o semilla, así como alimentos.</p>  |
|                   |               | <p>5) <b>¿Considera que es relevante establecer alianzas estratégicas para la exportación? ¿Qué razón?</b><br/>Es crucial ya que para la exportación se requerirá que las Compañías Acuícolas se unan o formen una sociedad para alcanzar el volumen de exportación.</p>  |
|                   |               | <p>6) <b>¿Qué perspectiva tiene usted respecto a la propuesta tecnológica del mercado peruano para la elaboración y venta de truchas?</b><br/>Es costosa, la tecnología en Perú es muy costosa, razón por la cual, aunque no recuerdo, por ejemplo, los aireadores, deberían estar en una base de 15 mil soles, y en 10 estanques de 150 mil soles. Para poder invertir 150 mil soles en tecnología, en aireador únicamente, es necesario que puedas romper los enlaces de H2O y convertirlos en oxígeno.</p> |

**7) ¿De qué manera considera usted que el factor tecnológico influye en las empresas para iniciar la actividad de exportación?**

No necesariamente, por ejemplo, la mayoría en Perú no están implementadas, si buscas un volumen de producción y necesitas tecnología, ya que puedes tener mercados más especializados. No, por ejemplo, el mercado internacional ya te solicitará un producto estándar y te dirigirás a lo que es calidad, atravesando varios temas de control, entonces para eso debes tener que cumplir de una manera u otra con la tecnología

**8) ¿De qué manera considera usted que el factor ambiental impacta en las Compañías de acuicultura?**

El factor ambiental tiene un impacto fundamental en el tema del agua. Si deseas exportar, tendrás que aumentar tu producción, lo que demanda un ingreso considerable de agua a tu centro de producción. Si no dispones de este volumen de agua, esto va a obstaculizar que incrementes tu producción. El aspecto del agua es uno de los obstáculos para numerosas Compañías Acuícolas, dado que se basan en la cantidad de agua requerida para su producción.

**9) ¿Qué medios de comunicación o métodos utiliza para poder promocionar sus productos?**

Las redes sociales.

**10) ¿Cuál debería ser el ingreso anual de una Compañía Acuícola en soles?**

Eso ya depende de la unidad de producción no, por ejemplo, cuánto debería ser el ingreso en soles para una empresa, depende del equipo que dispondrás, depende la cantidad de semillas que gestionarás, si planeas importar o exportar, y de eso se derivarán tus costos de producción.

**11) ¿Qué requisitos deberían estar al tanto las Compañías para exportar Trucha Arco y congelada?**

Uno es la calidad del producto para conseguir las certificaciones requeridas para la exportación, también es crucial tener un proyecto de exportación que te brinde una guía para la exportación.

**12) ¿Cuáles son los posibles mercados para la exportación de Trucha fresca y/o congelada?**

En la actualidad están exportando las empresas ubicadas en Puno, al mercado estadounidense.

|                   |                      |             |   |
|-------------------|----------------------|-------------|---|
| Factores internos | Tamaño de la empresa | Tecnológico | <p>13) <b>¿Cuáles son las ciudades a donde las empresas distribuyen sus productos?</b><br/>Su mercado es Lima, unos que otros venderán a Huancayo, por ejemplo, Plaza Vea de Huancayo.</p> <p>14) <b>¿Cuántos contactos de proveedores internacionales debería tener una Compañía y de qué clase?</b><br/>Según el proveedor, si serán alimentos, tecnología, materiales, equipos, qué solicitarás al contacto extranjero; en este escenario, se importarán ovas, alimentos también. Los alimentos provienen de Chile, pueden ser alimentos, equipos, medicamentos, cuántos contactos, no sé, claro que debe tener un contacto mínimo, ya que existen empresas que ofrecen todo, por ejemplo, la empresa comercializa alimento, vende equipos, vende todo.</p> <p>15) <b>¿Con cuántos contactos de clientes extranjeros debería contar una empresa para exportar?</b><br/>Para poder exportar mínimo un mercado, pero para que llegue a ese mercado debería tener 100 toneladas, llenar un container.</p> <p>16) <b>¿Cree usted que en el caso de exportación las empresas se encuentren en la capacidad de elaborar un plan de marketing internacional? ¿Por qué?</b><br/>No, dado que las Compañías se centran en el mercado interno y requerirían de una formación para poder desarrollar este plan de marketing global o tener un experto en este campo que les asista en la elaboración del plan.</p> <p>17) <b>¿Cómo debería ser la infraestructura apropiada para la producción de Trucha para la exportación?</b><br/>Como mencioné anteriormente, la infraestructura incide en la implementación de la unidad de producción, en términos de tecnologías, si serán tus estanques rectangulares o circulares, tu sala de incubación, si será equipada con artesas de hormigón o de acero inoxidable, y tus semillas, si son importadas o nacionales, o tus alevines son importadas o nacionales, todo esto afecta la infraestructura.</p> <p>18) <b>¿Qué equipos debería disponer una Compañía para la elaboración y manejo de trucha?</b><br/>Deberían estar instaladas una cámara de frío, evisceradoras, deberían estar instaladas para el traslado con camiones frigoríficos, pesados, balanzas, en última instancia, esos equipos deberían estar presentes en el área laboral, incluso durante la propia cosecha.</p> <p>19) <b>¿Cuál crees que debe ser el nivel de conocimiento y dominio de maquinaria industrial para la producción y procesamiento de Trucha en su empresa?</b><br/>Los trabajadores deben de estar capacitados y ser capacitados de manera constantes, para evitar pérdidas económicas.</p> |
|                   |                      |             | Capacidad   |

|                  |           |   |
|------------------|-----------|---|
| Recursos Humanos |           | sino con tecnología, disminuyendo la participación de hombres en el campo.  |
|                  |           | <b>23) ¿Qué profesionales debería tener una Compañía para exportar?</b><br>Para la exportación, será crucial tener un experto en comercio internacional para que pueda adentrarse en el sector de administración de exportaciones.  |
|                  |           | <b>24) ¿Cómo debe llevarse a cabo la formación de los empleados de una Compañía para optimizar el producto de mercado que proporcionan?</b><br>Dependiendo del rubro como le menciono, por ejemplo, en los tres rubros, no es necesario que la administración proporcione formación al personal, como sería el proceso, el trabajo en campo, de la misma manera, a los que se encuentran en procesamiento, a ellos no les interesa lo que es producción, ya poseen la materia prima, así que, de ahí se inicia, nosotros, por ejemplo, tenemos otro rubro, no podemos capacitarnos.     |
|                  |           | <b>25) ¿Qué versiones de Trucha se comercializan en el mercado global?</b><br>Existen medallones de trucha, ahumados de trucha, filetes de trucha, deshuesados de trucha, trucha entera, entre otros, depende del mercado, pero al menos estoy informado sobre esos productos que están sacando   |
|                  |           | <b>26) ¿De qué manera se debe realizar la capacitación de los colaboradores en una empresa para mejorar el producto de mercado que ofrecen?</b><br>Dependiendo del rubro como le menciono, por ejemplo, en los tres rubros, no es necesario que la administración proporcione formación al personal, como sería el proceso, el trabajo en campo, de la misma manera, a los que se encuentran en procesamiento, a ellos no les interesa lo que es producción, ya poseen la materia prima, así que, de ahí se inicia, nosotros, por ejemplo, tenemos otro rubro, no podemos capacitarnos. |
|                  |           | <b>27) ¿Qué calidad debe tener un producto de trucha para ser exportado?</b><br>La calidad de la trucha para exportación se determinará en función del estado y aspecto de la carne. Esto significa que la trucha debe poseer una consistencia y color adecuados para que el cliente lo solicite, además de tener el tamaño y peso apropiados.  |
|                  |           | <b>28) ¿Qué medidas se deben implementar para mejorar el proceso de fabricación de Trucha?</b><br>Es la puesta en marcha de dispositivos y tecnología.  |
|                  | Marketing |   |

Resultado de la entrevista al experto 2

**Tabla 9**

*Resultado del experto 2*

| Categorías        | Subcategorías | Texto de la Entrevista  |
|-------------------|---------------|---|
| Factores Externos | Político      | <p>1) <b>¿Qué organismos estatales mantienen vínculos con las Compañías de acuicultura?</b></p> <p>Los organismos del estado que mantienen vínculos con las Compañías Acuícolas es el Sistema Nacional de Acuicultura SINACUI, PRODUCE del Ministerio de la Producción y dentro la Región Junín, la Dirección Regional de Producción del Gobierno Regional Junin.</p> |

Factores Externos

Político

2) **¿Considera que las instituciones gubernamentales desempeñan un rol relevante en el respaldo a la exportación de trucha? ¿Qué razón?**

Si, por cuanto deben promover, fomentar y apoyar a la generación de nuevas actividades económicas, específicas de la exportación de trucha básicamente.

3) **¿Cómo considera usted que el factor económico incide en que las Compañías Acuícolas inicien su actividad de exportación?**

Es determinante por cuanto las políticas sectoriales al priorizar la promoción de la exportación de trucha influirá en la dinámica de esta actividad productiva.

4) **¿Qué clase de alianzas estratégicas debería tener una organización de negocio Acuícola?**

En primer lugar, con el estado, para el fomento de esa producción. De igual modo con la asociación de exportadores ADEX para ser considerado como parte del flujo comercial exportable, finalmente organizar comités de productores por área geográfica o cuencas respectivas que se dedican a la actividad Acuícola.

5) **¿Considera que es relevante establecer alianzas estratégicas para la exportación? ¿Qué razón?**

Necesario desde todo punto de vista por afinidad de actividades que puedan tener.

Económico

6) **¿Qué perspectiva tiene usted respecto a la propuesta tecnológica del mercado peruano para la elaboración y venta de truchas?**

Con mucha expectativa, por cuanto hay una tecnología que se viene utilizando en el país y que viene alcanzando en niveles de productividad aceptables para para una producción eficiente.

7) **¿De qué manera considera usted que el factor tecnológico influye en las empresas para iniciar la actividad de exportación?**

Mucho, por incidir en la calidad de la producción, los cuales son determinantes en la competitividad en el mercado internacional.

8) **¿De qué manera considera usted que el factor ambiental impacta en las Compañías de acuicultura?**

Es determinante debido a que el componente del recurso agua al tener impactos negativos podrían incidir en la calidad de producción, los cuales son referentes e importantes en las demandas nacionales e internacionales.

9) **¿Qué medios de comunicación o métodos utiliza para poder promocionar sus productos?**

Son influyentes para posicionar el producto en los mercados respectivos y por ende en los demandantes; tales como: radio, televisión y redes sociales.

|                      |                      |   |
|----------------------|----------------------|---|
| Factores<br>internos | Social               | <p>10) <b>¿Cuál debería ser el ingreso anual de una Compañía Acuícola en soles?</b><br/>Que supere el 25% como mínimo los márgenes de utilidad obtenida en función de tasas de rentabilidad.</p> <p>11) <b>¿Qué requisitos deberían estar al tanto las Compañías para exportar Trucha fresca y congelada?</b><br/>Cumplir estrictamente con todos los trámites exigidos por los organismos del estado correspondiente, a efectos de realizar una exportación eficiente.</p> <p>12) <b>¿Cuáles son los posibles mercados para la exportación de Trucha fresca y/o congelada?</b><br/>El mercado europeo y asiático de preferencia.</p>   |
|                      | Tecnológico          | <p>13) <b>¿Cuáles son las ciudades a donde las empresas distribuyen sus productos?</b><br/>El principal mercado es Lima. También se toma en cuenta las ciudades de Puno, Arequipa, Cuzco y Huancayo.</p> <p>14) <b>¿Cuántos contactos de proveedores internacionales debería tener una Compañía y de qué clase?</b><br/>Como mínimo tres o cuatro empresas; de alimentos, tecnología, insumos y otros materiales complementarios.</p> <p>15) <b>¿Con cuántos contactos de clientes extranjeros debería contar una empresa para exportar?</b><br/>Como mínimo unos diez contactos, luego será discriminando de acuerdo a los contratos y/o convenios respectivos.</p> <p>16) <b>¿Cree usted que en el caso de exportación las empresas se encuentran en la capacidad de elaborar un plan de marketing internacional? ¿Por qué?</b><br/>Si deberían estar, por cuanto el mercado internacional obliga contar con ese tipo de instrumentos.</p> <p>17) <b>¿Cómo debería ser la infraestructura apropiada para la producción de Trucha para la exportación?</b><br/>Debe tener tamaños óptimos y condiciones técnicas adecuadas de acuerdo a la proyección de oferta planteada.</p> <p>18) <b>¿Qué equipos debería disponer una Compañía para la producción y manejo de trucha?</b></p> |
|                      | Tamaño de la empresa |   |

|           |  |   |
|-----------|--|---|
| Capacidad | 19) ¿Cuál crees que debe ser el nivel de conocimiento y dominio de maquinaria industrial para la producción y procesamiento de Trucha en su empresa? | Los técnicos deben tener un nivel de conocimiento y manejo de maquinarias a utilizar en la producción y procesamiento de truchas.           |
|           | 20) ¿De qué manera considera usted que la falta de tecnología impacta en las Compañías de acuicultura?   | Mucho, es determinante en el tipo y calidad de producción.  |
|           | 21) ¿Qué áreas debería contar una Compañía al menos para exportar?   | El área de comercialización debidamente implementada y capacitada, quienes deberán dirigir con eficiencia.                                  |
|           | 22) ¿Qué número mínimo de empleados debería poseer una Compañía para exportar?   | Fluctúa en función al tamaño de la empresa.   |
|           | 23) ¿Qué profesionales debería tener una Compañía para exportar?   | Ingenieros pesqueros, zootecnistas, biólogos, técnicos, administradores, economistas, contadores y expertos en comunicación y marketing.    |
|           | 24) ¿Cómo debe llevarse a cabo la formación de los empleados de una Compañía para optimizar el producto de mercado que proporcionan?                 | Deben estar formados eficientemente, donde la Compañía continuara capacitándolos en forma permanente.                                       |
|           | 25) ¿Qué versiones de Trucha se comercializan en el mercado global?  | Las truchas que se comercializan son: filetes frescos, truchas congeladas, truchas refrigeradas, filetes de truchas congeladas entre otros. |
|           | 26) ¿De qué manera se debe realizar la capacitación de los colaboradores en una empresa para mejorar el producto de mercado que ofrecen?             | De modo presencial y virtual.   |
|           | 27) ¿Qué calidad debe tener un producto de trucha para ser exportado?  | Haber pasado todos los controles de calidad exigidos por los organismos responsables.   |
|           | 28) ¿Qué medidas se deben implementar para mejorar el proceso de producción de Trucha?   | Eficiencia, calidad e higiene.  |
| Marketing | 29) Para finalizar, ¿Qué factores considera usted que son los que más limitan a las empresas a poder exportar?                                       | Los bajos niveles de producción y deficiencia en la calidad.  |

Resultado de la entrevista al experto 3

## Tabla 10

*Resultado del experto 3*

| Categorías        |               | Texto de la Entrevista   |
|-------------------|---------------|--|
|                   | Subcategorías |  |
| Factores Externos | Político      | <p>1) <b>¿Qué organismos estatales mantienen vínculos con las Compañías de acuicultura?</b> Las organizaciones que participan más son SANIPES, que brinda un gran apoyo, FONDEPES, además de los proyectos PNIPA, y luego está el Ministerio de la Producción, todo esto está centrado en el sector Acuícola.</p> <p>2) <b>¿Considera que las instituciones gubernamentales desempeñan un rol relevante en el respaldo a la exportación de trucha? ¿Qué razón?</b><br/>El estado te va a cumplir, pero la cuestión como centro de producción requiere implementación, equipamiento, cumplimiento de todos los protocolos de calidad y demás, si no lo haces, el estado no te va a cumplir.</p> <p>3) <b>¿Cómo considera usted que el factor económico incide en que las Compañías Acuícolas inicien su actividad de exportación?</b><br/>El aspecto económico es crucial para poder implementar con tecnología, personal y todo; comenzar su proyección de número de toneladas de exportación.</p> <p>4) <b>¿Qué clase de alianzas estratégicas debería tener una organización de negocio Acuícola?</b><br/>Para el cultivo de trucha, es crucial establecer alianzas estratégicas con proveedores que suministran principalmente ovas o semilla, así como alimentos.</p> <p>5) <b>¿Considera que es relevante establecer alianzas estratégicas para la exportación? ¿Qué razón?</b><br/>Es crucial ya que para la exportación se requerirá que las Compañías Acuícolas se unan o formen una sociedad para alcanzar el volumen de exportación.</p> <p>6) <b>¿Qué perspectiva tiene usted respecto a la propuesta tecnológica del mercado peruano para la elaboración y venta de truchas?</b><br/>Es costosa, la tecnología en Perú es muy costosa, razón por la cual, aunque no recuerdo, por ejemplo, los aireadores, deberían estar en una base de 15 mil soles, y en 10 estanques de 150 mil soles. Para poder invertir 150 mil soles en tecnología, en aireador únicamente, es necesario que puedas romper los enlaces de H2O y convertirlos en oxígeno.</p> <p>7) <b>¿De qué manera considera usted que el factor tecnológico influye en las empresas para iniciar la actividad de exportación?</b><br/>No necesariamente, por ejemplo, la mayoría en Perú no están implementadas, si buscas un volumen de producción y necesitas tecnología, ya que puedes tener mercados más especializados. No, por ejemplo, el mercado internacional ya te solicitará un producto</p> |
|                   | Económico     |  |

| Categorías        |               | Texto de la Entrevista   |
|-------------------|---------------|--|
|                   | Subcategorías |  |
| Factores Externos | Político      | <p>1) <b>¿Qué organismos estatales mantienen vínculos con las Compañías de acuicultura?</b> Las organizaciones que participan más son SANIPES, que brinda un gran apoyo, FONDEPES, además de los proyectos PNIPA, y luego está el Ministerio de la Producción, todo esto está centrado en el sector Acuícola.</p> <p>2) <b>¿Considera que las instituciones gubernamentales desempeñan un rol relevante en el respaldo a la exportación de trucha? ¿Qué razón?</b><br/>El estado te va a cumplir, pero la cuestión como centro de producción requiere implementación, equipamiento, cumplimiento de todos los protocolos de calidad y demás, si no lo haces, el estado no te va a cumplir.</p> <p>3) <b>¿Cómo considera usted que el factor económico incide en que las Compañías Acuícolas inicien su actividad de exportación?</b><br/>El aspecto económico es crucial para poder implementar con tecnología, personal y todo; comenzar su proyección de número de toneladas de exportación.</p> |

**4) ¿Qué clase de alianzas estratégicas debería tener una organización de negocio Acuícola?**

Para el cultivo de trucha, es crucial establecer alianzas estratégicas con proveedores que suministran principalmente ovas o semilla, así como alimentos.

**5) ¿Considera que es relevante establecer alianzas estratégicas para la exportación? ¿Qué razón?**

Es crucial ya que para la exportación se requerirá que las Compañías Acuícolas se unan o formen una sociedad para alcanzar el volumen de exportación.

**6) ¿Qué perspectiva tiene usted respecto a la propuesta tecnológica del mercado peruano para la elaboración y venta de truchas?**

Es costosa, la tecnología en Perú es muy costosa, razón por la cual, aunque no recuerdo, por ejemplo, los aireadores, deberían estar en una base de 15 mil soles, y en 10 estanques de 150 mil soles. Para poder invertir 150 mil soles en tecnología, en aireador únicamente, es necesario que puedas romper los enlaces de H<sub>2</sub>O y convertirlos en oxígeno.

**7) ¿De qué manera considera usted que el factor tecnológico influye en las empresas para iniciar la actividad de exportación?**

No necesariamente, por ejemplo, la mayoría en Perú no están implementadas, si buscas un volumen de producción y necesitas tecnología, ya que puedes tener mercados más especializados. No, por ejemplo, el mercado internacional ya te solicitará un producto estándar y te dirigirás a lo que es calidad, atravesando varios temas de control, entonces para eso debes tener que cumplir de una manera u otra con la tecnología

**8) ¿De qué manera considera usted que el factor ambiental impacta en las Compañías de acuicultura?**

El factor ambiental tiene un impacto fundamental en el tema del agua. Si deseas exportar, tendrás que aumentar tu producción, lo que demanda un ingreso considerable de agua a tu centro de producción. Si no dispones de este volumen de agua, esto va a obstaculizar que incrementes tu producción. El aspecto del agua es uno de los obstáculos para numerosas Compañías Acuícolas, dado que se basan en la cantidad de agua requerida para su producción.

**9) ¿Qué medios de comunicación o métodos utiliza para poder promocionar sus productos?**

Las redes sociales.

**1) ¿Cuál debería ser el ingreso anual de una Compañía Acuícola en soles?**

Eso ya depende de la unidad de producción no, por ejemplo, cuánto debería ser el ingreso en soles para una empresa, depende del equipo que dispondrás, depende la cantidad de semillas que gestionarás, si planeas importar o exportar, y de eso se derivarán tus costos de producción.

**2) ¿Qué requisitos deberían estar al tanto las Compañías para exportar Trucha Arco y congelada?**

Uno es la calidad del producto para conseguir las certificaciones requeridas para la exportación, también es crucial tener un proyecto de exportación que te brinde una guía para la exportación.

**3) ¿Cuáles son los posibles mercados para la exportación de Trucha fresca y/o congelada?**

En la actualidad están exportando las empresas ubicadas en Puno, al mercado estadounidense.

**4) ¿Cuáles son las ciudades a donde las empresas distribuyen sus productos?**

Su mercado es Lima, unos que otros venderán a Huancayo, por ejemplo, Plaza Vea de Huancayo.

**14) ¿Cuántos contactos de proveedores internacionales debería tener una Compañía y de qué clase?**

Según el proveedor, si serán alimentos, tecnología, materiales, equipos, qué solicitarás al contacto extranjero; en este escenario, se importarán ovas, alimentos también. Los alimentos provienen de Chile, pueden ser alimentos, equipos, medicamentos, cuántos contactos, no sé, claro que debe tener un contacto mínimo, ya que existen empresas que ofrecen todo, por ejemplo, la empresa comercializa alimento, vende equipos, vende todo.

**15) ¿Con cuántos contactos de clientes extranjeros debería contar una empresa para exportar?**

Para poder exportar mínimo un mercado, pero para que llegue a ese mercado debería tener 100 toneladas, llenar un contenedor.

**16) ¿Cree usted que en el caso de exportación las empresas se encuentren en**

No, dado que las Compañías se centran en el mercado interno y requerirían de una formación para poder desarrollar este plan de marketing global o tener un experto en este campo que les asista en la elaboración del plan.

**17) ¿Cómo debería ser la infraestructura apropiada para la producción de Trucha para la exportación?**

Como mencioné anteriormente, la infraestructura incide en la implementación de la unidad de producción, en términos de tecnologías, si serán tus estanques rectangulares o circulares, tu sala de incubación, si será equipada con artesas de hormigón o de acero inoxidable, y tus semillas, si son importadas o nacionales, o tus alevines son importadas o nacionales, todo esto afecta la infraestructura.

**18) ¿Qué equipos debería disponer una Compañía para la elaboración y manejo de trucha?**

Deberían estar instaladas una cámara de frío, evisceradoras, deberían estar instaladas para el traslado con camiones frigoríficos, pesados, balanzas, en última instancia, esos equipos deberían estar presentes en el área laboral, incluso durante la propia cosecha.

**19) ¿Cuál crees que debe ser el nivel de conocimiento y dominio de maquinaria industrial para la producción y procesamiento de Trucha en su empresa?**

Los trabajadores deben de estar capacitados y ser capacitados de manera constantes, para evitar pérdidas económicas.

**20) ¿De qué manera considera usted que la falta de tecnología impacta en las Compañías de acuicultura?**

La escasez de tecnología tiene un gran impacto, si disponemos de tecnología al alcance, podríamos producir más, entonces es relevante, pero, aspecto económico, no todas las

Compañías poseen el capital necesario para llevar a cabo todo esto.

**21) ¿Qué áreas debería contar una Compañía al menos para exportar?**

Los departamentos imprescindibles que una empresa, particularmente en el sector Acuícola, debería tener son: área de producción responsable de toda la crianza de la trucha, después un área de procesamiento para las ventas y finalmente un área de administración.

**22) ¿Qué número mínimo de empleados debería poseer una Compañía para exportar?** Según el volumen de producción, el número de trabajadores, y también según la implementación de tecnologías, quizás ya no necesites trabajar con mano de obra, sino con tecnología, disminuyendo la participación de hombres en el campo.

**23) ¿Qué profesionales debería tener una Compañía para exportar?**

Para la exportación, será crucial tener un experto en comercio internacional para que pueda

adentrarse en el sector de administración de exportaciones.

**24) ¿Cómo debe llevarse a cabo la formación de los empleados de una Compañía**

**para optimizar el producto de mercado que proporcionan?**

Dependiendo del rubro como le menciono, por ejemplo, en los tres rubros, no es necesario que la administración proporcione formación al personal, como sería el proceso, el trabajo en campo, de la misma manera, a los que se encuentran en procesamiento, a ellos no les interesa lo que es producción, ya poseen la materia prima, así que, de ahí se inicia, nosotros,

por ejemplo, tenemos otro rubro, no podemos capacitarnos.

**25) ¿Qué versiones de Trucha se comercializan en el mercado global?**

Existen medallones de trucha, ahumados de trucha, filetes de trucha, deshuesados de trucha, trucha entera, entre otros, depende del mercado, pero al menos estoy informado sobre esos productos que están sacando

**26) ¿De qué manera se debe realizar la capacitación de los colaboradores en una empresa para mejorar el producto de mercado que ofrecen?**

Dependiendo del rubro como le menciono, por ejemplo, en los tres rubros, no es necesario que la administración proporcione formación al personal, como sería el proceso, el trabajo en campo, de la misma manera, a los que se encuentran en procesamiento, a ellos no les interesa lo que es producción, ya poseen la materia prima, así que, de ahí se inicia, nosotros,

por ejemplo, tenemos otro rubro, no podemos capacitarnos.

**27) ¿Qué calidad debe tener un producto de trucha para ser exportado?**

La calidad de la trucha para exportación se determinará en función del estado y aspecto de la carne. Esto significa que la trucha debe poseer una consistencia y color adecuados para que el cliente lo solicite, además de tener el tamaño y peso apropiados.

**28) ¿Qué medidas se deben implementar para mejorar el proceso de fabricación de Trucha?**

Es la puesta en marcha de dispositivos y tecnología.

**29) Para finalizar, ¿Qué factores considera usted que son los que más limitan a las empresas a poder exportar?**

En mi experiencia el factor económico y político es lo que más limitan la exportación de las truchas a los mercados internacionales.

---

### 4.2.3. Triangulación de datos

#### 4.2.3.1. Triangulación de trabajadores de la empresa

**Tabla 11**

*Triangulación de datos*

| Categorías | Subcategorías | Trabajador 1      | Trabajador 2 | Trabajador 3   | Trabajador 4  | Similitudes  | Diferencias  | Conclusiones a criterio del investigador  |
|------------|---------------|-------------------|--------------|--|---|--|--|---|
|            |               | Factores Externos | Político     | Si, tenemos a SANIPES (Autoridad Nacional de Sanidad e Inocuidad en Pesca y Acuicultura); A Comer Pescado del Ministerio de la Producción y el Fondo de Apoyo Empresarial para mypes (FAE - Mype). | Entidades del estado que apoyan en la producción de truchas; SANIPES (Autoridad Nacional de Sanidad e Inocuidad en Pesca y Acuicultura); A Comer Pescado del Ministerio de la Producción y el Fondo de Apoyo Empresarial (FAE). | Son muy pocas las entidades del Estado que apoyan, entre ellas tenemos a SANIPES; A Comer Pescado del Ministerio de la Producción y el Fondo de Apoyo Empresarial para mypes (FAE - Mype). | Si; tenemos a SANIPES (Autoridad Nacional de Sanidad e Inocuidad en Pesca y Acuicultura); A Comer Pescado del Ministerio de la Producción y el Fondo de Apoyo Empresarial para mypes (FAE - Mype). | Las Compañías son conscientes de las entidades que respaldan la producción y venta de Trucha. Todas las Compañías mantienen vínculos con DIREPRO o el Ministerio de Producción para abordar asuntos documentales y autorizaciones de producción. Tienen relación con SANIPES que se encarga de inspeccionar constantemente los centros de producción. |

#### 4.2.3.2. Triangulación de expertos

Tabla 12.

Triangulación de expertos

| Categorías        | Subcategorías | Experto 1   | Experto 2   | Experto 3  | Similitudes   | Diferentes   | Conclusiones a criterio del investigador   |
|-------------------|---------------|---|---|--|---|--|--|
| Factores Externos | Político      | Las organizaciones que participan más son SANIPES, que brinda un gran apoyo, FONDEPES, además de los proyectos PNIPA, y luego está el Ministerio de la Producción, todo esto está centrado en el sector Acuicola. | Los organismos del estado que mantienen vínculos con las Compañías Acuícolas es el Sistema Nacional de Acuicultura SINACUI, I, PRODUCE del Ministerio de la Producción y dentro la Región Junín, la Dirección Regional de Producción del Gobierno Regional Junín. | Los entes estatales que sostienen relaciones con las empresas de acuicultura son el Sistema Nacional de Acuicultura SINACUI, PRODUCE del Ministerio de la Producción y en la Región de Junín, la Dirección Regional de Producción del Gobierno Regional Junín. | El Ministerio de la Producción es el organismo que mantiene vínculos con las Compañías Acuícolas. | Las organizaciones que mantienen vínculos con las Compañías de acuicultura son SANIPES y FONDEPES. Otra organización vinculada con el sector Acuicola es ITP. Actividades PNIPA. | El ministerio de la Producción, SANIPES, FONDEPES, ITP y el programa PNIPA son las instituciones que mantienen vínculos con las Compañías Acuícolas. |

|  |  |   |  |  |  |
|--|--|---|--|--|--|
| <p>El aspecto económico es crucial para poder implementar con tecnología, personal y todo; comenzar su proyección de número de toneladas de exportación.</p>     | <p>Es determinante por cuanto las políticas sectoriales al priorizar la promoción de la exportación de trucha influirán en la dinámica de esta actividad productiva.</p>   | <p>Es crucial que las políticas sectoriales, al dar prioridad a la promoción de la exportación de trucha, impacten en la dinámica de esta actividad de producción.</p>  | <p>Los expertos señalan que el factor económico es un factor limitante para la exportación, porque el factor económico ayudara a obtener alimentos y mejorar la infraestructura lo que permitiría mayor producción y obtener productos de calidad.</p> | <p>Influencia en el costo del alimento equilibrado, que equivale alrededor del 50% al 60% del costo de producción. Incrementa los gastos de producción y el precio de venta se incrementa, provocando que las personas no puedan comprar.</p>                    | <p>Los especialistas sostienen que el factor económico influye en el precio del alimento balanceado, que constituye alrededor del 50% al 60% del costo de producción; de esta manera, cuando se incrementa el costo de producción, el precio de venta se incrementa, provocando que las personas no sean capaces de adquirir.</p>  |
| <p>Para el cultivo de trucha, es crucial establecer alianzas estratégicas con proveedores que suministran principalmente ovas o semilla, así como alimentos.</p> | <p>En primer lugar, con el estado, para el fomento de esa producción. De igual modo con la asociación de exportadores ADEX para ser considerado como parte del flujo comercial exportable, finalmente organizar comités de productores por área geográfica o cuencas respectivas que se dedican a la actividad Acuícola.</p> | <p>Primero, con el gobierno, para promover dicha producción. Asimismo, para ser incluido en el flujo comercial exportable, la asociación de exportadores ADEX debe establecer comités de productores por zona geográfica o cuencas correspondientes que se involucran en la actividad Acuícola.</p> | <p>Es necesario establecer alianzas estratégicas acorde a las necesidades de la Compañía.]</p>   | <p>Es necesario tener un proveedor de ovas o semilla; disponer de diversas alianzas que contribuyan a incrementar la producción; cada Compañía determina la forma más adecuada de establecer alianzas estratégicas en función de las necesidades que poseen.</p> | <p>En relación con las alianzas estratégicas, es necesario establecer alianzas estratégicas acorde a las necesidades de la Compañía. Es necesario tener un proveedor de ovas o semilla; disponer de diversas alianzas que contribuyan a incrementar la producción; cada Compañía determina la forma más adecuada de establecer alianzas estratégicas en función de las necesidades que poseen.</p> |
| <p>Es crucial ya que para la exportación se requerirá que las Compañías Acuícolas se unan o formen una sociedad para alcanzar el volumen de exportación.</p>     | <p>Necesario desde todo punto de vista por afinidad de actividades que puedan tener.</p>   | <p>Es imprescindible establecer alianzas estratégicas, desde cualquier perspectiva por la afinidad de las actividades que puedan implicar.</p>  | <p>Es crucial contar con una asociación estratégica para la exportación.</p>   | <p>Es imprescindible que las Compañías se unan para alcanzar el volumen de exportación, ya sea a nivel nacional o internacional, y alcanzar el mayor número de mercados.</p>   | <p>Para comenzar con la actividad de exportación, es crucial contar con una asociación estratégica para la exportación. Es imprescindible que las Compañías se unan para alcanzar el volumen de exportación, ya sea a nivel nacional o internacional, y alcanzar el mayor número de mercados.</p>  |



---

Es costosa, la tecnología en Perú es muy costosa, razón por la cual, aunque no recuerdo, por ejemplo, los aireadores, deberían estar en una base de 15 mil soles, y en 10 estanques de 150 mil soles. Para poder invertir 150 mil soles en tecnología, en aireador únicamente, es necesario que puedas romper los enlaces de H<sub>2</sub>O y convertirlos en oxígeno.

No necesariamente, por ejemplo, la mayoría en Perú no están implementadas, si buscas un volumen de producción y necesitas tecnología, ya que puedes tener mercados más especializados. No, por ejemplo, el mercado internacional ya te solicitará un producto estándar y te dirigirás a lo que es calidad, atravesando varios temas de control, entonces para eso debes tener que cumplir de una manera u otra con la tecnología

El factor ambiental tiene un impacto fundamental en el tema del agua. Si deseas exportar, tendrás que aumentar tu producción, lo que demanda un ingreso considerable de agua a tu centro de producción. Si no dispones de este volumen de agua, esto va a obstaculizar que incrementes tu producción. El aspecto del agua es uno de los obstáculos para numerosas Compañías Acuícolas, dado que se basan en la cantidad de agua requerida para su producción.

Con mucha expectativa, por cuanto hay una tecnología que se viene utilizando en el país y que viene alcanzando en niveles de productividad aceptables para una producción eficiente.

Mucho, por incidir en la calidad de la producción, los cuales son determinantes en la competitividad en el mercado internacional.

Es determinante debido a que el componente del recurso agua al tener impactos negativos podrían incidir en la calidad de producción, los cuales son referentes e importantes en las demandas nacionales e internacionales.

Con gran expectativa, dado que existe una tecnología que se está empleando en el país y que está logrando niveles de productividad aceptables para una producción eficaz.

Influye bastante, debido a su impacto en la calidad de la producción, que son cruciales para la competitividad en el mercado global.

Es crucial ya que el elemento del agua, al presentar efectos adversos, podría afectar la calidad de la producción, los cuales son emblemáticos e importantes en las exigencias nacionales e internacionales.

El no contar con una tecnológica perjudica a la Compañía, porque es necesaria implementar una tecnología de punta, para el incremento de la producción y calidad del producto.

El factor ambiental incide en el asunto del agua, este recurso es imprescindible para la fabricación.

En Perú no hay oferta de tecnología, dado que esta proviene del exterior. En Perú, la oferta de tecnología es costosa, por lo que se considera escasa.

Para exportar se requiere alcanzar un volumen de producción y un producto estándar, lo que requiere una implementación tecnológica y la capacidad de satisfacer los mercados rigurosos.

Impacta en la cantidad de agua que puede causar sequía o desborde, lo que repercute en el nivel de producción si no se alcanza el objetivo establecido. Afecta la calidad del agua que podría verse alterada por la polución. Afecta la oxigenación, el pH y la temperatura del agua.

Los especialistas sostienen que en Perú no hay tecnología disponible para la producción y procesamiento de trucha y que esta proviene de otros países.

Los especialistas sostienen que la falta de tecnología perjudica a la Compañía; dado que para exportar se requiere alcanzar un volumen de producción y un producto estándar, lo que requiere una implementación tecnológica y la capacidad de satisfacer los mercados rigurosos.

Los especialistas sostienen que el factor ambiental tiene un impacto principal en el agua; en el volumen de agua que puede causar sequía o desborde, lo que repercute en el nivel de producción si no se alcanza el objetivo establecido; en la calidad del agua que puede verse afectada por la polución; y en la oxigenación, pH y temperatura del agua.

---

|             |   |  |  |   |  |   |
|-------------|---|--|--|---|--|---|
|             | Las redes sociales.   | Son influyentes para posicionar el producto en los mercados respectivos y por ende en los demandantes; tales como: radio, televisión y redes sociales. | Son efectivos para establecer el producto en los mercados correspondientes y consecuentemente en los consumidores; como, por ejemplo: la radio, la televisión y las redes sociales.  | Todos los medios de comunicación y las redes sociales influyen para la venta y comercialización de los productos, así como ferias y ruedas de negocio que el ministerio de producción desarrolla. | No hay discrepancias.  | Son imprescindibles para establecer el producto en los mercados correspondientes y consecuentemente en los consumidores; como, por ejemplo: la radio, la televisión y las redes sociales.   |
| Social      | Eso ya depende de la unidad de producción no, por ejemplo, cuánto debería ser el ingreso en soles para una empresa, depende del equipo que dispondrás, depende la cantidad de semillas que gestionarás, si planeas importar o exportar, y de eso se derivarán tus costos de producción. | Que supere el 25% como mínimo los márgenes de utilidad obtenida en función de tasas de rentabilidad.   | Que al menos exceda el 30% de los márgenes de ganancia logrados en base a tasas de rentabilidad.   | Generar rentabilidad durante todo el año fiscal.  | Depende de los costos de producción y precio de venta. La utilidad debería ser mayor al 30%.   | Los especialistas sostienen que el ingreso anual de una Compañía Acuicola debe ajustarse a los costos de producción y a una ganancia superior al 30% para calcular el precio de venta.  |
|             | Uno es la calidad del producto para conseguir las certificaciones requeridas para la exportación, también es crucial tener un proyecto de exportación que te brinde una guía para la exportación.   | Cumplir estrictamente con todos los trámites exigidos por los organismos del estado correspondiente, a efectos de realizar una exportación eficiente.  | Es fundamental cumplir rigurosamente con todos los procedimientos requeridos por las entidades del estado, para llevar a cabo una exportación eficaz, esto beneficiará porque será tu carta de presentación para otros mercados que desees exportar. |   |  | ¿Qué requisitos deberían estar al tanto las Compañías para exportar Trucha fresca y congelada? Cumplir estrictamente con todos los trámites exigidos por los organismos del estado correspondiente, a efectos de realizar una exportación eficiente.                                    |
| Tecnológico | En la actualidad están exportando las empresas ubicadas en Puno, al mercado estadounidense.   | El mercado europeo y asiático de preferencia.  | Hay varios mercados, es tomar como ejemplo a otras empresas que están exportando, pero de preferencia a los mercados europeo y asiático.   | Un mercado posible es Estados Unidos.   | Existen diversos mercados a los que se puede brindar, tales como, Japón, en Asia, Europa, América del Norte y en la propia Sudamérica. | Los mercados a los que se desea exportar varían en función de la demanda existente, no obstante, Estados Unidos es uno de los países que más importa truchas. Existen diversos mercados a los que se puede vender, tales como Japón, Asia, Europa, Norteamérica y la propia Sudamérica. |
|             | Su mercado es Lima, unos que otros venderán a Huancaayo, por ejemplo, Plaza Vea de Huancaayo.   | El principal mercado es Lima. También se toma en cuenta las ciudades de Puno, Arequipa, Cuzco y Huancaayo.   | Lima es el mercado más importante. Las ciudades de Puno, Arequipa, Cuzco y Huancaayo también son consideradas.   | Mercado de Lima.  | No existe discrepancias.   | Los mercados donde deberían de comercializar sus productos a nivel local serían las tiendas comerciales como PLAZA VEA, TOTTUS, METRO y otros, eso ayudaría a conocer sus productos.  |

|   |  |   |   |  |   |  |
|---|--|---|---|--|---|--|
| Factores Internos   | Tamaño de la empresa   | <p>Segun el proveedor, si serán alimentos, tecnología, materiales, equipos, que solicitaras al contacto extranjero; en este escenario, se importaran ovas, alimentos tambien. Los alimentos provienen de Chile, pueden ser alimentos, equipos, medicamentos, cuantos contactos, no sé, claro que debe tener un contacto minimo, ya que existen empresas que ofrecen todo, por ejemplo, la empresa comercializa alimento, vende equipos, vende todo.</p> | <p>Como minimo tres o cuatro empresas; de alimentos, tecnología, insumos y otros materiales complementarios.</p>  | <p>Al menos tres o cuatro Compañías; de alimentos, tecnología, materiales y otros recursos adicionales.</p>  | <p>Depende del tipo de proveedor que se necesite, si será de alimentos, tecnología, materiales, equipos, etc.; se requiere al menos 1 proveedor para la producción, en función del recurso que se va a necesitar.</p> | <p>Es necesario tener al menos un proveedor de materia prima de contacto para comenzar la producción de la trucha. Depende del tipo de proveedor que se necesite, si será de alimentos, tecnología, materiales, equipos, etc.; en función del recurso que se va a necesitar.</p> |
|   |  | <p>Para poder exportar minimo un mercado, pero para que llegue a ese mercado debería tener 100 toneladas, llenar un container.</p>  | <p>Como minimo unos diez contactos, luego será discriminando de acuerdo con los contratos y/o convenios respectivos.</p>  | <p>Al menos seis a ocho interacciones, luego se procederá a discriminar conforme a los contratos y/o convenios correspondientes.</p>   | <p>Se tendría al menos un cliente internacional, aunque esto también varia según la producción de cada Compañía.</p>  | <p>Para exportar es necesario tener al menos 1 cliente extranjero estable, pero es necesario definir correctamente el contrato respecto a la cantidad de exportación, si no se provee de forma afectiva, se puede realizar.</p>  |
|   |  | <p>No, dado que las Compañías se centran en el mercado interno y requeririam de una formación para poder desarrollar este plan de marketing global o tener un experto en este campo que les asista en la elaboración del plan.</p>  | <p>Si debieran estar, por cuanto el mercado internacional obliga contar con ese tipo de instrumentos.</p>   | <p>Si debieran, ya que el mercado global requiere tener ese tipo de instrumentos.</p>  | <p>En caso de que la empresa se centre en exportar, ahí si se requiriera de un plan de marketing.</p>   | <p>No existe discrepancia entre los expertos porque la compra se centra exclusivamente en el mercado interno.</p>  |
| <p>Como mencioné anteriormente, la infraestructura incide en la implementación de la unidad de producción, en términos de tecnologías, si serán tus estanques rectangulares o circulares, tu sala de incubación, si será equipada con artesas de hormigón o de acero inoxidable, y tus semillas, si son importadas o nacionales, o tus alevines son importadas o nacionales, todo esto afecta la infraestructura.</p> | <p>Debe tener tamaños óptimos y condiciones técnicas adecuadas de acuerdo a la proyección de oferta planteada.</p> | <p>Debe contar con dimensiones ideales y condiciones técnicas apropiadas conforme a la proyección de oferta propuesta.</p>  | <p>La infraestructura se basa en la topografía del terreno, en lagunas se disponen de jaulas flotantes y en estanques se emplea el sistema de ranger americano.</p> | <p>La infraestructura influye en la producción, pero esta infraestructura debe ser ajustada según la topografía del terreno. Para lagunas, se disponen de jaulas flotantes, mientras que para estanques se emplea el sistema americano ranger.</p> |   |  |

|           |  |  |  |  |   |   |
|-----------|--|--|--|--|---|---|
|           | <p>Deberían estar instaladas una cámara de frío, evisceradoras, deberían estar instaladas para el traslado con camiones frigoríficos, pesados, balanzas, en última instancia, esos equipos deberían estar presentes en el área laboral, incluso durante la propia cosecha.</p> | <p>Contar con cámaras frigoríficas, evisceradoras, balanzas, camiones frigoríficos, pesados y otros.</p>                                 | <p>Disponer de cámaras de enfriamiento, deshidratadoras, básculas, camiones de enfriamiento, pesados y más.</p>                            | <p>Tener una planta de procesamiento primario que incluya toda la infraestructura y equipo necesario para el proceso de transformación.</p>                    | <p>Para la producción es necesario disponer de equipos de gestión técnica, tales como seleccionadores automáticos, alimentadores y una sala para incubir. Disponer de cámaras y camiones frigoríficos para el traslado correcto de los productos.</p>   | <p>Los especialistas sostienen que para elaborar trucha es necesario contar con equipos de control técnico como seleccionadores automáticos. Alimentadores, una sala de incubación, y para la transformación, es necesario disponer de una planta de procesamiento primario que incluya toda la infraestructura y equipo del proceso de transformación, así como de cámaras de frío y camiones frigoríficos para el traslado correcto de los productos.</p> |
|           | <p>Los trabajadores deben de estar capacitados y ser capacitados de manera constantes, para evitar pérdidas económicas.</p>  | <p>Los técnicos deben tener un nivel de conocimiento y manejo de maquinarias a utilizar en la producción y procesamiento de truchas.</p> | <p>Los técnicos deben poseer un grado de entendimiento y dominio de las máquinas empleadas en la fabricación y tratamiento de truchas.</p> | <p>Los trabajadores deben de estar actualizados en las funciones que realicen para así mejorar la calidad del producto.</p>                                    | <p>Entendimiento sobre cómo opera el mercado internacional, elaborar un plan de marketing, obtener la certificación Global GAP y disponer de una planta de procesamiento. Un producto de alta calidad y certificaciones para su exportación. Adquirir conocimientos sobre marketing global.</p> | <p>Los trabajadores deben de estar capacitados y ser capacitados de manera constantes, para evitar pérdidas económicas.</p>   |
|           | <p>La escasez de tecnología tiene un gran impacto, si disponemos de tecnología al alcance, podríamos producir más, entonces es relevante, pero, aspecto económico, no todas las Compañías poseen el capital necesario para llevar a cabo todo esto.</p>                        | <p>Mucho, es determinante en el tipo y calidad de producción.</p>  | <p>En gran medida, es crucial en el tipo y la calidad de la producción.</p>  |  | <p>Afecta la escasez de tecnología, pues esta contribuiría a incrementar la producción de trucha; de igual forma, esta facilitaría la elección de los peces y restringe la competitividad en el mercado.</p>  | <p>La falta de tecnología en el sector Acuícola tiene un impacto significativo en la producción de las truchas, dado que esta contribuiría a incrementar la producción de la trucha; de igual forma, facilitaría la elección de los peces y restringe la competitividad en el mercado.</p>  |
| Capacidad | <p>Los departamentos imprescindibles que una empresa, particularmente en el sector Acuícola, debería tener son: área de producción responsable de toda la crianza de la trucha, después un área de procesamiento para las ventas y finalmente un área de administración.</p>   | <p>El área de comercialización debidamente implementada y capacitada, quienes deberán dirigir con eficiencia.</p>                        | <p>El departamento de marketing debidamente establecido y formado, quienes deberán liderar con eficacia.</p>                               | <p>Va a depender del tamaño de la empresa, pero para empezar a exportar debe contar con un área de marketing y Administración de Negocios internacionales.</p> | <p>Debe contar como mínimo un área de producción, área de procesamiento, área de marketing, área de comercio internacional.</p>   | <p>Las áreas esenciales que una Compañía, especialmente en el sector Acuícola, debería poseer incluyen: un departamento de producción encargado de toda la crianza de la trucha, luego un departamento de procesamiento para las ventas y, por último, un departamento de gestión.</p>  |

|                  |   |   |   |  |  |   |
|------------------|---|---|---|--|--|---|
| Recursos Humanos | <p>Según el volumen de producción, el número de trabajadores, y también según la implementación de tecnologías, quizás ya no necesites trabajar con mano de obra, sino con tecnología, disminuyendo la participación de hombres en el campo.</p>  | <p>Fluctúa en función al tamaño de la empresa.</p>  | <p>Varía dependiendo del tamaño de la Compañía.</p>   | <p>El número de trabajadores depender del nivel de producción y áreas que cuenta la empresa.</p>   | <p>Va depender del nivel de producción que se proyecta la empresa</p>  | <p>Según el volumen de producción, el número de trabajadores, y también según la implementación de tecnologías, quizás ya no necesites trabajar con mano de obra, sino con tecnología, disminuyendo la participación de hombres en el campo.</p>  |
|                  | <p>Para la exportación, será crucial tener un experto en comercio internacional para que pueda adentrarse en el sector de administración de exportaciones.</p>  | <p>Ingenieros pesqueros, zootecnistas, biólogos, técnicos, administradores, economistas, contadores y expertos en comunicación y marketing.</p> | <p>Ingenieros pesqueros, zootecnistas, biólogos, técnicos, gestores, economistas, contadores y especialistas en comunicación y mercadotecnia.</p> | <p>Expertos en comercio internacional, como expertos en economía, marketing y gestión de empresas internacionales, que asistan en la administración de la exportación.</p> | <p>Expertos en el sistema productivo como ingenieros de pesca, biólogos tecnólogos y profesionales de la tecnología.</p>       | <p>Los especialistas proponen que para la exportación es imprescindible tener profesionales vinculados al comercio internacional, como expertos en economía, marketing y gestión de empresas internacionales, que asistan en la administración de la exportación. De igual manera, es esencial tener profesionales expertos en el sistema productivo como ingenieros pesqueros y biólogos tecnólogos.</p> |
|                  | <p>Dependiendo del rubro como le menciono, por ejemplo, en los tres rubros, no es necesario que la administración proporcione formación al personal, como sería el proceso, el trabajo en campo, de la misma manera, a los que se encuentran en procesamiento, a ellos no les interesa lo que es producción, va de ahí se inicia, nosotros, por ejemplo, tenemos otro rubro, no podemos capacitarnos.</p> | <p>Deben estar formados eficientemente, donde la Compañía continuara capacitándolos en forma permanente.</p>                                    | <p>Deben estar capacitados de manera eficaz, donde la empresa mantenga su formación constante.</p>  | <p>Capacitación del personal de manera constantes.</p>   | <p>Formaciones orientadas a un mercado global Mantener las prácticas adecuadas de acuicultura en el proceso de producción.</p> | <p>Los especialistas sostienen que las formaciones a los empleados deben ser continuas y por cada sector, además, es crucial formar con prospección para un mercado global y aplicar las mejores prácticas Acuícolas en el proceso de producción.</p>   |

|                  |   |  |  |  |   |  |
|------------------|---|--|--|--|---|--|
|                  | <p>Existen medallones de trucha, Los truchas que se ahumados de trucha, filetes de trucha, deshuesados de trucha, trucha entera, entre otros, depende del mercado, pero al menos estoy informado sobre esos productos que están sacando</p>   | <p>Las truchas que se comercializan son: filetes frescos, truchas congeladas, truchas refrigeradas, filetes de truchas congeladas entre otros.</p> | <p>Las variedades de truchas que venden incluyen: trozos frescos, trozos congelados, trozos refrigerados, trozos de truchas congeladas, entre otras.</p> | <p>Filete de trucha, el deshuesado, ahumado de trucha.</p>   | <p>Existen los medallones de trucha y la trucha entera y los enlatados.</p>   | <p>Existen diversas variantes de la trucha, tales como el filete de trucha, el deshuesado, el ahumado de trucha, además de los medallones de trucha, la trucha entera y los enlatados.</p>   |
|                  | <p>Existen medallones de trucha, Los truchas que se ahumados de trucha, filetes de trucha, deshuesados de trucha, trucha entera, entre otros, depende del mercado, pero al menos estoy informado sobre esos productos que están sacando</p>   | <p>Las truchas que se comercializan son: filetes frescos, truchas congeladas, truchas refrigeradas, filetes de truchas congeladas entre otros.</p> | <p>Las variedades de truchas que venden incluyen: trozos frescos, trozos congelados, trozos refrigerados, trozos de truchas congeladas, entre otras.</p> | <p>Filete de trucha, el deshuesado, ahumado de trucha.</p>   | <p>Existen los medallones de trucha y la trucha entera y los enlatados.</p>   | <p>Existen diversas variantes de la trucha, tales como el filete de trucha, el deshuesado, el ahumado de trucha, además de los medallones de trucha, la trucha entera y los enlatados.</p>   |
| <p>Marketing</p> | <p>Dependiendo del rubro como le menciono, por ejemplo, en los tres rubros, no es necesario que la administración proporcione formación al personal, como sería el proceso, el trabajo en campo, de la misma manera, a los que se encuentran en procesamiento, a ellos no les interesa lo que es producción, ya poseen la materia prima, así que, de ahí se inicia, nosotros, por ejemplo, tenemos otro rubro, no podemos capacitarnos.</p> | <p>De modo presencial y virtual.</p>   | <p>Según el rubro, pero en caso de producción es necesario que se presencial, y la parte administrativa puede ser virtual.</p>                           | <p>Es necesario recibir formación para diseñar un plan de marketing internacional.</p>   | <p>Si a través de asociaciones pueden elaborar un plan de marketing internacional, es necesario contar con un experto en este campo; no se puede llevar a cabo de manera esporádica ya que no están contemplados.</p>   | <p>Las Compañías necesitan formación para poder desarrollar un plan de marketing global. Si mediante asociaciones pueden desarrollar un plan de marketing internacional, es necesario tener un experto en este campo; no se puede llevar a cabo de manera esporádica ya que no contemplan este sector.</p>   |
|                  | <p>La calidad de la trucha para exportación se determinará en función del estado y aspecto de la carne. Esto significa que la trucha debe poseer una consistencia y color adecuados para que el cliente lo solicite, además de tener el tamaño y peso apropiados.</p>   | <p>Haber pasado todos los controles de calidad exigidos por los organismos responsables.</p>   | <p>Habilitar todos los controles de calidad requeridos por las entidades encargadas.</p>   | <p>La calidad de la trucha para exportar depende de la calidad de la carne, el tamaño y si presenta alguna anomalía o patología.</p> | <p>La calidad se evaluará en función del estado en que se encuentre la carne, es decir, debe poseer una consistencia óptima, pimentada y fresca. También se determinará el tamaño, color y textura de la carne, hasta donde el cliente lo solicite, ya que puede ser preferida deshuesada, eviscerada, en trozos, ahumado o empanizada.</p> | <p>Para obtener un producto óptimo de la trucha, la calidad se determinará en función del estado en que se encuentre la carne. Esto significa que debe tener una consistencia firme, pigmentada y fresca. También se determinará el tamaño, color y textura de la carne, hasta el punto de que el cliente lo solicite, ya que puede ser preferida deshuesada, eviscerada, en filete, ahumado o empanizada.</p> |

|  |  |  |  |  |   |
|--|--|--|--|--|---|
| Es la puesta en marcha de dispositivos y tecnología.   | Eficiencia, calidad e higiene.                               | Eficiencia, calidad y limpieza.                            | Es necesario incorporar equipos y tecnología, en función del proceso que pueda garantizar una adecuada presentación del producto desde su comienzo hasta su envasado final. Cada empresario es único debe determinar qué procedimientos o técnica debe implementar o qué procedimientos definir para poder exportar. | Para mejorar el proceso, es necesario incorporar equipos y tecnología, en función del procedimiento que pueda garantizar una adecuada presentación del producto desde su comienzo hasta su envase final. Cada negocio tiene la responsabilidad de determinar qué procedimientos o técnicas debe implementar o que procedimientos establecer para poder exportar. |   |
| En mi experiencia el factor económico y político es lo que más limitan la exportación de las truchas a los mercados internacionales. | Los bajos niveles de producción y deficiencia en la calidad. | Los niveles de producción reducidos y la falta de calidad. | Es necesario recibir formación para diseñar un plan de marketing internacional.  | Si a través de asociaciones pueden llevar a cabo un plan de marketing internacional, es necesario contar con un experto en el campo. Esta área no puede ser implementada de manera esporádica ya que no están contempladas.  | Las Compañías necesitan formación para poder desarrollar un plan de marketing global. Si mediante asociaciones pueden desarrollar un plan de marketing internacional, es necesario tener un experto en este campo; no se puede llevar a cabo de manera esporádica ya que no contemplan este sector. |

### 4.2.3.3. Triangulación de datos

Tabla 13.

#### Triangulación de datos

| Categorías        | Subcategorías | Conclusión de Representantes  | Conclusión de Experto  | Análisis Documental   | Similitudes  | Diferentes   | Conclusiones a criterio del investigador  |
|-------------------|---------------|---|--|---|--|--|---|
| Factores Externos | Político      | Las Compañías conocen las entidades que respaldan la producción y venta de trucha y mantienen vínculos con los ministerios de producción para abordar asuntos documentales. | El ministerio de la Producción, SANIPES, FONDEPES, ITP y el programa PNIPA son las instituciones que mantienen vínculos con las Compañías Acuícolas. | En la investigación realizada por el PROGRAMA NACIONAL DE INNOVACION EN PESCA Y ACUICULTURA (PNIPA, 2020), se sostiene que "En Perú, el ente principal de la actividad Acuicola en el país es el Ministerio de la Producción (PRODUCE), que se lleva a cabo mediante el Despacho del Viceministerio de Pesquería y Acuicultura, las distintas Direcciones Regionales de la Producción (DIREPROS) y una variedad de entidades especializadas, como la del Fondo Nacional de Desarrollo de Zonas Naturales Salvaguardadas por la República (SERNANP). | El Ministerio de la Producción es el ente supremo en el sector de la acuicultura, y se rige por medio de las Dirección Regional de Producción, Entidad Nacional de Sanidad Pesquera, Fondo Nacional para la Innovación Pesquera, Programa Nacional para la Innovación en Pesca y Acuicultura y el Instituto Tecnológico de la Producción. Las Compañías de acuicultura únicamente tienen conocimiento y vínculo con la DIREPRO Junín, SANIPES, FONDEPES y PNIPA. | Ana (Autoridad Nacional del Agua), SERNANP (Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado) y PROMPERU (Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo) son otras instituciones vinculadas con el sector Acuicola. | El Ministerio de la Producción es el principal ente regulador en el sector de la acuicultura, controlándolo mediante las DIREPROS (Dirección Regional de Producción), SANIPE S (Organismo Nacional de Sanidad Pesquera), FONDEPES (Fondo Nacional de Desarrollo Pesquero), ITP (Instituto Tecnológico de la Producción), ANA (Autoridad Nacional del Agua), SERNANP (Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado) y PROMPERU. |

---

en aspectos documentales como estándares y certificados de calidad e inocuidad.

hoy en día hay un mayor respaldo estatal y, mediante el Ministerio de Producción y el Instituto Tecnológico de Producción, se están estableciendo instalaciones de procesamiento primario. De igual forma, el estado mediante proyectos ha llevado a cabo formación, equipamiento y recursos.

plantas de procesamiento primario.

plantas de procesamiento primario.

No obstante, la Compañía Acuícola percibe una carencia de respaldo de organismos como DIREPRO, catalogados como burocráticos, debido a que los procedimientos administrativos son extensos, complejos y costosos; lo que restringe a las empresas la posibilidad de establecer una planta de proceso primario.

Las Compañías sostienen que el elemento económico afecta el aumento del costo de producción, lo que provoca que el precio de exportación no sea competitivo en el mercado global. Además, impacta en la apreciación de la divisa y su incremento, así como en el tipo de cambio, el cual repercute en los costos de importación de insumos y en los gastos de logística para su exportación.

Los especialistas sostienen que el factor económico influye en el precio del alimento balanceado, que constituye alrededor del 50% al 60% del costo de producción; de esta manera, cuando se incrementa el costo de producción, el precio de venta se incrementa, provocando que las personas no sean capaces de adquirir.

Influencia de forma adversa en el costo de la materia prima y provoca que los costos de producción se eleven.

El alimento balanceado constituye entre el 50% y el 60% del costo de producción. De igual manera, modifica los costos de importación de las ovas, lo que dificulta la adquisición del producto.

La inflación de la materia prima impacta de forma adversa en los precios de la misma, provocando un aumento en los costos, dado que el alimento constituye entre un 50 y 60% del costo de producción. Además, se modifican los gastos asociados a la importación de la materia prima, como las ovas.

---

Todos los empleados piensan que es crucial formar alianzas estratégicas para la exportación de truchas, considerando dos tipos de alianzas estratégicas: una de asociación para facilitar una producción a gran escala y la otra con proveedores.

Para comenzar con la actividad de exportación, es crucial contar con una asociación estratégica para la exportación. Es imprescindible que las Compañías se unan para alcanzar el volumen de exportación, ya sea a nivel nacional o internacional, y alcanzar el mayor número de mercados.

Las Compañías no están satisfechas con la propuesta tecnológica para la producción y venta de Trucha, ya que piensan que el costo de los equipos tecnológicos es elevado y resulta complicado obtenerlos debido a factores de localización. Esto se debe a que la tecnología proviene del extranjero y que algunos productos, a pesar de ser interesantes, no se ajustan a las necesidades de las empresas.

Los especialistas sostienen que en Perú no hay tecnología disponible para la producción y procesamiento de trucha y que esta proviene de otros países.

Es visto como esencial contar con alianzas estratégicas para la exportación de Trucha. Poseer como aliados estratégicos a Compañías Acuicolas y establecer una asociatividad para alcanzar la producción prevista de exportación.

Poseer como socio estratégico a Compañías de suministro para contar con un producto estándar para presentar al mercado internacional.

Se considera esencial establecer alianzas estratégicas con proveedores y otras Compañías Acuicolas para lograr la producción de un producto estándar y satisfacer el volumen de exportación.

En Perú no existe tecnología para el sector Acuicola, esta debe ser importada del extranjero, el producto es costoso y esto complica su adquisición.

Algunos productos, independientemente de su calidad e interés, resultan complicados de ajustar a las empresas. Por otro lado, las instituciones educativas en Huancayo no promueven proyectos tecnológicos vinculados a la acuicultura y también no existen profesiones vinculadas a este sector. Hoy en día, se está trabajando en la mejora de la gestión y transformación del producto.

En el mercado peruano no hay una tecnología disponible para la producción y venta de trucha arcoiris. Estas máquinas necesitan ser importadas del extranjero, pero su precio es alto, lo que complica su adquisición. De igual forma, si existiera la oportunidad de adquirir estas máquinas, en Huancayo todavía existe la posibilidad de adquirirlas debido a la falta de personal capacitado para su uso y también son complicadas de ajustar a las empresas. En la región, las instituciones educativas no tienen la intención de promover proyectos tecnológicos y no existen profesiones vinculadas al sector.

|   |   |  |  |   |
|---|---|--|--|---|
| <p>Por la escasez de demanda de maquinaria que respalde al sector la implementación de esta tecnología en las empresas de acuicultura es imposible, también debido a la falta de interés del estado y, finalmente, el costo es elevado para poseer una de estas máquinas. Dado que en Perú no existe oferta de tecnología para el sector Acuicola, algunas Compañías deciden emplear técnicas artesanales para la producción de trucha.</p> | <p>Los especialistas sostienen que la falta de tecnología perjudica a la Compañía; dado que para exportar se requiere alcanzar un volumen de producción y un producto estandar, lo que requiere una implementación tecnológica y la capacidad de satisfacer los mercados riureños.</p>  | <p>Perú carece de la tecnología necesaria para el sector Acuicola.</p>   | <p>Las empresas no pueden implementar las máquinas debido a la falta de interés del estado y al elevado costo para conseguir una de ellas. Por ello, las Compañías peruanas deciden emplear técnicas artesanales en la producción de la trucha. De alguna forma, la falta de esta tecnología impactaría a las Compañías, ya que para satisfacer las necesidades del cliente es necesario considerar el volumen que solicitan y satisfacerlo.</p> | <p>La falta de tecnología impacta de forma adversa a las Compañías que buscan iniciar su exportación, ya que Perú carece de la tecnología necesaria para el sector Acuicola. Debido a la falta de interés del estado y al elevado costo para conseguir una de estas, las Compañías peruanas deciden emplear técnicas artesanales en la producción de trucha.</p>  |
| <p>Los trabajadores sostienen que el elemento ambiental tiene un impacto negativo en la calidad, volumen, temperatura y oxigenación del agua, lo que puede provocar el surgimiento de enfermedades y provocar una reducción en la producción.</p>   | <p>Los especialistas sostienen que el factor ambiental tiene un impacto principal en el agua; en el volumen de agua que puede causar sequía o desborde, lo que repercute en el nivel de producción si no se alcanza el objetivo establecido; en la calidad del agua que puede verse afectada por la polución; y en la oxigenación, pH y temperatura del agua.</p> | <p>El factor ambiental influye de manera significativa en el agua, que es el recurso primordial que las Compañías emplean para la elaboración de trucha; esta agua puede experimentar fluctuaciones en su calidad debido a la polución, en el volumen que provoca desbordes o sequías, en la temperatura y en la oxigenación; lo que resulta en significativas pérdidas en el volumen de producción.</p> | <p>El factor ambiental influye de manera significativa en el agua, que es el principal recurso que las Compañías emplean para la elaboración de trucha; esta agua puede experimentar fluctuaciones en su calidad debido a la polución, en el volumen que provoca desbordes o sequías, en la temperatura y en la oxigenación; lo que resulta en significativas pérdidas en el volumen de producción.</p>  | <p>El factor ambiental influye de manera significativa en el agua, que es el principal recurso que las Compañías emplean para la elaboración de trucha; esta agua puede experimentar fluctuaciones en su calidad debido a la polución, en el volumen que provoca desbordes o sequías, en la temperatura y en la oxigenación; lo que resulta en significativas pérdidas en el volumen de producción.</p> |

Social

El uso de las redes social hoy en día es un medio de comunicación de mayor importancia, porque a través de ello das a conocer tus productos que vas a comercializar y a través de ello, también puedes buscar contactos de clientes proveedor que ayudar a la exportación de sus productos.

Son imprescindibles para establecer el producto en los mercados correspondientes y consecuentemente en los consumidores; como, por ejemplo: la radio, la televisión y las redes sociales.

Es evidente que se alcanzó la venta de entre 350 mil y 2 millones de soles anualmente.

Los especialistas sostienen que el ingreso anual de una Compañía Acuicola debe ajustarse a los costos de producción y a una ganancia superior al 30% para calcular el precio de venta.

Todos los trabajadores señalan conocer los requisitos necesarios para exportar Trucha, pero no lo ponen en práctica por falta de recursos para su implementación, pero ninguno señala que deben contar con las ISO de calidad, para que así sus productos tengan mayor demanda.

Cumplir estrictamente con todos los trámites exigidos por los organismos del estado correspondiente, a efectos de realizar una exportación eficiente.

El elemento ambiental es crucial para la elaboración de la trucha.

El factor ambiental provoca disminuciones en la producción a causa de fluctuaciones en la cantidad de agua, tales como sequías o desbordes, lo que obstaculiza alcanzar el volumen de exportación. Además, las épocas de lluvia provocan la creación de Huaicos, lo que obstaculiza la distribución del producto. Es necesario un elevado ingreso del nivel del agua, ya que, si no se produce, obstaculizará el incremento de la producción. Este elemento es un obstáculo para numerosas empresas. Puede dañar la exportación ya que no cumplirás con lo que has planificado.

La ganancia anual de las Compañías se basa en la producción y el precio de venta. Las Compañías obtuvieron un beneficio anual de entre 350 mil y 2 millones de soles.

Ningún trabajador está al tanto de los requisitos requeridos para la exportación de trucha y no poseen la provisión de ningún cliente internacional.

El elemento ambiental tiene un gran impacto en la actividad de exportación, este recurso es crucial para la elaboración de la trucha. Los cambios en el volumen del agua provocan pérdidas de producción, tales como sequías o desbordes que obstaculizan alcanzar un volumen estable para la exportación. Además, las épocas de lluvia provocan la creación de Huaicos, lo que obstaculiza la distribución del producto. Es necesario un elevado ingreso del nivel del agua, ya que, si no se produce, obstaculizará el incremento de la producción. Este elemento es un obstáculo para numerosas empresas. Puede dañar la exportación ya que no cumplirás con lo que has planificado.

El ingreso anual de las Compañías fluctúa en función del volumen de producción y el precio de venta, que puede oscilar entre 350000 y 2000000 de soles cada año.

Ningún trabajador conoce los requisitos requeridos para exportar trucha, ni cuentan con la provisión de ningún cliente internacional.

|             |   |  |   |   |  |
|-------------|---|--|---|---|--|
| Tecnológico | <p>Los mercados a donde pretenden exportar son EE.UU., China, pero también es de vital importancia que podemos exportar a los países sudamericanos.</p> | <p>Los mercados a los que se desea exportar varían en función de la demanda existente, no obstante, Estados Unidos es uno de los países que más importa truchas. Existen diversos mercados a los que se puede vender, tales como Japón, Asia, Europa, Norteamérica y la propia Sudamérica.</p> | <p>De acuerdo con Veritrade (2023) durante el 2022, las exportaciones de Perú del producto de Subpartida arancelaria 03021100000 se dirigieron al 99.97% a los países de Estados Unidos y al 0.03% a Indonesia.</p>   | <p>Hay desinterés de los empresarios al explorar el país que desean exportar, debido a las diversas dificultades presentes en el camino. Los mercados potenciales para la exportación de productos se determinan en función de la demanda existente, por ejemplo, Estados Unidos es uno de los países que más importa truchas, aunque existen diversos mercados a los que se pueden ofrecer tales como Japón, Asia, Europa, Norteamérica y propia Sudamérica.</p> | <p>Los mercados potenciales para la exportación de productos se determinan en función de la demanda existente, por ejemplo, Estados Unidos es uno de los países que más importa truchas, aunque existen diversos mercados a los que se pueden ofrecer tales como Japón, Asia, Europa, Norteamérica y propia Sudamérica. Según TRADEMAP, para el año 2022, las naciones que importan la Partida arancelaria 030211 incluyen a Arabia Saudita, Polonia, Estados Unidos, Suecia, Francia, Tailandia, Finlandia, Ucrania, Alemania, Rumania, Malasia, Estonia, y Países Bajos Italia.</p> <p>Los mercados principales en los que la Compañía se distribuyen son Lima, Huancayo, Selva Central, Chupaca y Jauja, evidenciando una diversidad en el mercado interno. Pero también debe de considerar los mercados potenciales a nivel local, como son los supermercados como Plaza Vea, Tottus, Metro, de la misma forma tenemos las ferias de las diversas provincias de la región Junín.</p> |
|             | <p>Los mercados locales donde distribuyen sus productos son Lima, Huancayo, Selva Central, Chupaca y Jauja.</p>   | <p>Los mercados donde deberían de comercializar sus productos a nivel local, serían las tiendas comerciales como PLAZA VEA, TOTTUS, METRO y otros, eso ayudaría a conocer sus productos.</p>   | <p>Lima, Huancayo, Selva Central, Chupaca y Jauja son los mercados en los que las Compañías se distribuyen. Existen empresarios que muestran falta de interés al explorar el país que buscan exportar, debido a las múltiples dificultades que surgen en el trayecto. Los mercados posibles para exportar productos se establecen basándose en la demanda actual.</p> |   |  |

|  |  |   |  |  |
|--|--|---|--|--|
| <p>Al no tener contacto de proveedores extranjeros, es responsabilidad de la parte administrativa, porque al no tener proveedores extranjeros no les permitirá mejorar sus productos, y así su vez no mejora la calidad de las truchas.</p>  | <p>Es necesario tener al menos un proveedor de materia prima de contacto para comenzar la producción de la trucha. Depende del tipo de proveedor que se necesite, si será de alimentos, tecnología, materiales, equipos, etc.; en función del recurso que se va a necesitar.</p> | <p>Es necesario tener al menos 1 proveedor de contacto para comenzar la producción de la trucha.</p>  | <p>Se dispone de conexiones como Truthlodge. La escasez de proveedores internacionales se origina por la insuficiente comprensión de contactos e información. Depende del tipo de proveedor que se necesite, si será de alimentos, tecnología, materiales, equipos, etc.; en función del recurso que se va a necesitar.</p>  | <p>Es necesario tener al menos un proveedor de contacto para comenzar la producción de la trucha, como es el caso de Truthlodge. La escasez de proveedores internacionales se origina por la insuficiente comprensión de contactos e información. Según el tipo de proveedor que se requiera, si será de alimentos, tecnología, materiales, etc., dependiendo del insumo a requerir.</p>   |
| <p>Al no contar con contactos de clientes extranjeros, no podrán exportar sus productos, lo que es indispensable contar con contactos de clientes extranjeros y nacionales.</p>  | <p>Para exportar es necesario tener al menos 1 cliente extranjero estable, pero es necesario definir correctamente el contrato respecto a la cantidad de exportación, si no se provee de forma afectiva, se puede realizar.</p>  | <p>De acuerdo con Veritrade (2023) para las exportaciones desde Perú de la Subpartida Arancelaria 0302110000, las Compañías importadoras de Perú fueron PIEMONTE FOODS LLC y PT QFIPRIMA MANDIRI.</p> | <p>Para exportar, es imprescindible tener al menos un cliente fijo, y se pueden citar como ejemplo las Compañías importadoras de la Subpartida Arancelaria 0302110000, como PIEMONTE FOODS LLC y PT QFIPRIMA MANDIRI. Actualmente, las Compañías no disponen de la provisión de ningún cliente internacional.</p>  | <p>Para exportar, es imprescindible tener al menos un cliente fijo, y se pueden citar como ejemplo las Compañías importadoras de la Subpartida Arancelaria 0302110000, como PIEMONTE FOODS LLC y PT QFIPRIMA MANDIRI. No obstante, en la actualidad, las Compañías todavía no disponen de la provisión de ningún cliente internacional.</p>  |
| <p>Las Compañías no poseen la habilidad de elaborar un plan de marketing por sí mismas, se requiere el respaldo de expertos en comercio internacional y la colaboración de alguna entidad gubernamental. Además de esto, sostienen que primero deberían desarrollar un plan de trabajo para aumentar su producción para satisfacer las demandas del mercado internacional.</p> | <p>No, ya que las empresas se enfocan en el mercado interno y necesitarían una capacitación para elaborar este plan de marketing mundial o contar con un especialista en este ámbito que les ayude en la creación del plan.</p>  | <p>La Compañía no tiene la habilidad de implementar un plan de marketing de manera autónoma.</p>  | <p>Para desarrollar un plan de marketing internacional, necesitan el respaldo de expertos en comercio internacional y la colaboración de alguna entidad gubernamental. Primero, lo que deberían realizar es aumentar su producción para satisfacer las demandas del mercado internacional. Si se establecen alianzas, es posible que puedan llevar a cabo un plan de marketing global.</p> | <p>La Compañía no posee la habilidad de implementar un plan de marketing de manera autónoma. Para desarrollar un plan de marketing internacional, necesitan el respaldo de expertos en comercio internacional y la colaboración de alguna entidad gubernamental. Primero, lo que deberían realizar es aumentar su producción para satisfacer las demandas del mercado internacional. Si se establecen alianzas, es posible que puedan llevar a cabo un plan de marketing global.</p> |

|                   |                      |   |  |  |   |
|-------------------|----------------------|---|--|--|---|
| Factores Internos | Tamaño de la empresa | <p>Los trabajadores consideran que para tener un producto de alta calidad en la presentación que proporcionan, lo que se atribuye a la adquisición de ovas de alta calidad genética, calidad del agua, calidad de la infraestructura y una adecuada gestión y nutrición durante la fase de crianza.</p>   | <p>La infraestructura influye en la producción, pero esta infraestructura debe ser ajustada según la topografía del terreno. Para lagunas, se disponen de jaulas flotantes, mientras que para estanques se emplea el sistema americano ranger.</p>   | <p>Se considera tener una infraestructura ideal para el volumen de producción, disponer de pozos apropiados para las distintas fases, disponer de una sala de incubación y tener instalaciones de concreto o acero inoxidable. También es crucial situarse en zonas estratégicas con excelente calidad de agua y un clima favorable. La infraestructura se ajustará según la topografía del terreno, en situaciones de lagunas se utilizan jaulas flotantes y para estanques se emplea el sistema de ranger americano.</p> | <p>El diseño de infraestructura para la producción de Trucha debe ser ideal para el volumen que se genera, disponer de pozos apropiados para las distintas fases, disponer de una sala de incubación y puede incorporar artesas de hormigón o acero inoxidable. También es crucial situarse en zonas estratégicas con excelente calidad de agua y un clima favorable.</p> |
|                   |                      | <p>Los especialistas sostienen que para elaborar trucha es necesario contar con equipos de control técnico como seleccionadores automáticos. Alimentadores, una sala de incubación; y para la transformación, es necesario disponer de una planta de procesamiento primario que incluya toda la infraestructura y equipo del proceso de transformación, así como de cámaras de frío y camiones frigoríficos para el traslado correcto de los productos.</p> | <p>Para producir trucha, es necesario disponer de equipos de gestión técnica, como seleccionadoras automáticas, alimentadores, una sala de incubación, y para su comercialización, es necesario contar con una planta de procesamiento primario adecuadamente establecida. Ninguna de las Compañías dispone de una fábrica de proceso primario y emplean técnicas artesanales para el tratamiento de trucha.</p> | <p>Para la producción de trucha, es necesario disponer de equipos técnicos como seleccionadoras automáticas, alimentadores, una sala de incubación, y para su comercialización, es necesario contar con una planta de procesamiento primario adecuadamente instalada. No obstante, existen fallos por parte de las Compañías al no tener una planta de proceso primario y emplear técnicas artesanales para el tratamiento de la trucha.</p>   |   |
|                   |                      | <p>La falta de conocimiento y la falta de maquinaria pueden perjudicar a la empresa, dado que obstaculiza el proceso.</p>   | <p>Los trabajadores deben de estar capacitados y ser capacitados de manera constantes, para evitar pérdidas económicas.</p>  | <p>Es imprescindible tener especialistas para manejar la maquinaria industrial. Las Compañías, al tener escasas máquinas o ninguna, carecen del conocimiento necesario.</p>  | <p>Es imprescindible tener especialistas para manejar la maquinaria industrial. No obstante, las empresas presentan una carencia al tener escasas máquinas o al no poseer ninguna máquina, carecen del conocimiento necesario.</p>  |

Capacidad

|   |  |   |  |   |
|---|--|---|--|---|
| <p>Existen otra empresa que tienen la posibilidad de adquirir algunas máquinas que asistan en el proceso, no obstante, debido a las condiciones de la falta de respaldo existen Compañías que no poseen la tecnología lo suficiente que mejore el proceso productivo.</p> | <p>La falta de tecnología en el sector Acuicola tiene un impacto significativo en la producción de las truchas, dado que esta contribuiría a incrementar la producción de la trucha; de igual forma, facilitaría la elección de los peces y restringe la competitividad en el mercado.</p> | <p>La falta de tecnología incide en el proceso de fabricación de las truchas.</p>   | <p>La falta de conocimiento en la gestión de las máquinas obstaculiza el proceso productivo. Existen Compañías que poseen alguna de estas máquinas, pero debido a la ausencia de respaldo, existen otras que no poseen y no se logra optimizar el proceso productivo. El uso de la tecnología facilitaría la elección de los peces, pero su falta restringe la competitividad en el mercado.</p> | <p>La ausencia de tecnología impacta a las Compañías en la fabricación de las truchas, además, el insuficiente conocimiento en el manejo de las máquinas obstaculiza el proceso productivo. Existen Compañías que poseen alguna de estas máquinas, pero debido a la ausencia de respaldo, existen otras que no poseen y no se logra optimizar el proceso productivo. El uso de la tecnología facilitaría la elección de los peces, pero su falta restringe la competitividad en el mercado.</p> |
| <p>La Compañía se segmenta por sectores. Una de las áreas es la administración, puesto que es esencial para una adecuada gestión de las otras áreas y de la producción.</p>   | <p>Las áreas esenciales que una Compañía, especialmente en el sector Acuicola, debería poseer incluyen: un departamento de producción encargado de toda la crianza de la trucha, luego un departamento de procesamiento para las ventas y, por último, un departamento de gestión.</p>     | <p>Las Compañías necesitan tener un departamento de producción, un departamento de ventas y logística, así como un departamento de administración. Todas las organizaciones disponen de los departamentos requeridos.</p> |  | <p>La Compañía posee los departamentos requeridos para exportar, que incluyen el departamento de producción, el departamento de ventas, logística y un departamento de administración.</p>  |
| <p>La empresa cuenta con 20 a 23 trabajadores relacionado con la cantidad de producción.</p>  | <p>Según el volumen de producción, el número de trabajadores, y también según la implementación de tecnologías, quizás ya no necesites trabajar con mano de obra, sino con tecnología, disminuyendo la participación de hombres en el campo.</p>   | <p>La cantidad de empleados se basa en la cantidad de producción.</p>   | <p>Las Compañías cuentan con entre 8 y 40 empleados. Se podría implementar tecnología y así disminuir la cantidad de empleados, pero es necesario contar con profesionales técnicos y en campo, ya que un fabricante de 10 toneladas no va a contar con la misma cantidad de empleados que un fabricante de 150 o 200 toneladas anuales o 1000 toneladas anuales.</p>                            | <p>La cantidad especificada de empleados en una Compañía se basa en la producción de esta. Las Compañías cuentan con entre 8 y 40 empleados. La implementación de tecnología podría disminuir la cantidad de empleados, pero se requiere de profesionales técnicos y en terreno.</p>  |

La Compañía posee profesionales en su organización, como ingenieros pesqueros e ingenierías vinculadas a la acuicultura, además de contar con profesionales vinculados a la gestión.

Las Compañías llevan a cabo formación regular a sus empleados mediante un manual exhaustivo con el proceso de crianza, donde se especifican y requieren para el desempeño de las tareas, y esto actúa como fundamento para la formación de los trabajadores. Además, llevan a cabo encuentros para hacer un análisis de la semana y explicar cómo proporcionar un producto de alta calidad. De igual manera, se emplea material ilustrativo para la formación.

Las Compañías brindan únicamente dos variantes de presentación: la Trucha fresca eviscerada y la Trucha entera.

Los especialistas proponen que para la exportación es imprescindible tener profesionales vinculados al comercio internacional, como expertos en economía, marketing y gestión de empresas internacionales, que asistan en la administración de la exportación. De igual manera, es esencial tener profesionales expertos en el sistema productivo como ingenieros pesqueros y biólogos tecnológicos.

Los especialistas sostienen que las formaciones a los empleados deben ser continuas y por cada sector; además, es crucial formar con prospección para un mercado global y aplicar las mejores prácticas Acuícolas en el proceso de producción.

Existen diversas variantes de la trucha, tales como el filete de trucha, el deshoesado, el ahumado de trucha, además de los medallones de trucha, la trucha entera y los enlatados.

Las Compañías imparten formación constante a sus empleados mediante diversos canales.

La Compañía dispone de empleados como ingenieros pesqueros y estudios relacionados con la acuicultura y la gestión. Los especialistas proponen que se requiere la presencia de profesionales vinculados al comercio internacional como expertos en economía, marketing y gestión de empresas internacionales. Asimismo, se requiere la presencia de profesionales especializados en el sistema productivo como ingenieros de pesca, biólogos tecnológicos.

La Compañía no lleva a cabo la formación con el objetivo de prospectar a un mercado global.

Hay diversas formas de presentar trucha, tales como trucha entera, eviscerada, filete deshoesado, ahumado, medallones y enlatados. Las Compañías brindan las variantes de trucha entera y trucha partida.

La Compañía necesita tener personal como ingenieros pesqueros e ingenierías vinculadas a la acuicultura y a la gestión. Los especialistas proponen que se requiere la presencia de profesionales vinculados al comercio internacional como expertos en economía, marketing y gestión de empresas internacionales. Asimismo, se requiere la presencia de profesionales especializados en el sistema productivo como ingenieros de pesca, biólogos tecnológicos.

La Compañía lleva a cabo formación continua a sus empleados mediante diversos canales. No obstante, dado que todavía no exportan, no llevan a cabo las formaciones de prospectiva a un mercado global.

En el mercado se pueden encontrar diversas versiones de la trucha. No obstante, las Compañías solo brindan dos variedades de trucha, que son la trucha entera y la trucha eviscerada.

Marketing

|   |  |  |  |   |
|---|--|--|--|---|
| <p>La empresa realiza capacitación permanente en producción, marketing, promoción y manejo empresarial, lo que le permite permanecer en el mercado local y nacional</p>   | <p>Las Compañías necesitan formación para poder desarrollar un plan de marketing global. Si mediante asociaciones pueden desarrollar un plan de marketing internacional, es necesario tener un experto en este campo; no se puede llevar a cabo de manera esporádica ya que no contemplan este sector.</p>   | <p>Las Compañías imparten formación constante a sus empleados mediante diversos canales.</p>           | <p>Las Compañías no llevan a cabo la formación con el objetivo de prospectar a un mercado global.</p>  | <p>Las Compañías imparten formación constante a sus empleados mediante diversos canales. No obstante, dado que todavía no exportan, no llevan a cabo las formaciones de prospectiva a un mercado global.</p>  |
| <p>De acuerdo a la tabla de piscigranjas la calidad del producto de la trucha que venden es de 27°; para lima y demás regiones dentro del país 24° y 25° respectivamente.</p>   | <p>Para obtener un producto óptimo de la trucha, la calidad se determinará en función del estado en que se encuentre la carne. Esto significa que debe tener una consistencia firme, pigmentada y fresca. También se determinará el tamaño, color y textura de la carne, hasta el punto de que el cliente lo solicite, ya que puede ser preferida deshuesada, eviscerada, en filete, ahumado o empanizada.</p> | <p>Se considera un producto de alta calidad cuando se evalúa en función de la textura de la carne.</p> | <p>La calidad de la trucha se determina por su coloración, textura y tamaño. Las Compañías piensan que su producto es de alta calidad, fundamentado en la calidad genética de las ovas, la calidad del agua, la infraestructura y la adecuada gestión de la crianza.</p>   | <p>La Compañía sostiene que su producto es de alta calidad, fundamentado en la calidad genética de las ovas, la calidad del agua, la infraestructura y la adecuada gestión de la crianza. Además, es necesario tener en cuenta el color, aroma y gusto de la trucha para determinar su calidad. Es crucial destacar las propiedades de un producto exportable, en este caso la trucha, y también se deben tener en cuenta el tamaño, peso, embalaje, rotulación, las regulaciones de salud y calidad, los documentos requeridos y el precio competitivo de la trucha.</p> |
| <p>La empresa busca adquirir Ovas Americanas, para así clasificarlas de manera adecuada, así como tener cuidado en la alimentación ya que estos son factor determinante para la obtención de la calidad del producto.</p> | <p>Para mejorar el proceso, es necesario incorporar equipos y tecnología, en función del procedimiento que pueda garantizar una adecuada presentación del producto desde su comienzo hasta su envase final. Cada negocio tiene la responsabilidad de determinar que procedimientos o técnicas debe implementar o que procedimientos establecer para poder exportar.</p>  | <p>Se deben utilizar maquinarias apropiadas para la producción.</p>                                    | <p>Normalmente se analizan los errores cometidos y se implementan medidas de mejora como la limpieza para disminuir la mortalidad. Es necesario evaluar correctamente el producto, desde el comienzo hasta el término del empaquetado. Cada empresario tiene que determinar los procedimientos necesarios para poder exportar.</p> | <p>Las medidas a tomar para optimizar la producción de trucha son: poner en marcha equipos apropiados para la producción, analizar los fallos cometidos y tomar medidas de mejora como la limpieza, con el fin de disminuir la mortalidad. Es necesario evaluar correctamente el producto, desde el comienzo hasta el término del empaquetado.</p>  |

---

|  |  |   |   |
|--|--|---|---|
| La falta de apoyo del estado, el factor económico son factores que limitan la exportación de los productos a los mercados internacionales. | La Compañía necesita formación para poder desarrollar un plan de marketing global. Si mediante asociaciones pueden desarrollar un plan de marketing internacional, es necesario tener un experto en este campo; no se puede llevar a cabo de manera esporádica ya que no contemplan este sector. | No tienen apoyo o reciben apoyo por parte del Estado. | Si hay apoyo por parte del Estado, pero tal vez para poder recibir el apoyo por parte del Estado, es necesario cumplir con ciertos requisitos y también es necesario estar informado de las ventajas y desventajas. La falta de información hace que desconozcas los beneficios que otorga el Estado. |
|--|--|---|---|

---

### **4.3. Interpretación de los hallazgos**

En este estudio, las categorías sugeridas corresponden a factores externos e internos como componentes de la unidad de estudio factores limitantes. Estos últimos se clasificaron en elementos políticos, económicos, sociales, tecnológicos y medioambientales para los factores externos; además de la magnitud de la compañía, destreza tecnológica, comunicación con distribuidores y consumidores a nivel internacional, entendimiento en comercio exterior, recursos humanos y combinación de marketing para los elementos internos; además del tamaño de la compañía, capacidad tecnológica, interacción con distribuidores y consumidores a nivel internacional, conocimiento en comercio exterior, recursos humano.

El propósito general de la presente investigación fue Determinar los factores limitantes de la capacidad exportadora de Trucha fresca y/o refrigerada de la subpartida arancelaria 03042000 en la Compañía Acuícola Junín SAC., de Huancayo, año 2024; basándose en los hallazgos logrados, se deduce que tanto los elementos externos como internos constituyen barreras para comenzar la tarea de exportación. No obstante, es crucial subrayar que algunos elementos ejercen un efecto más relevante que otros en esta restricción. Dentro de los elementos externos, generalmente prevalecen los factores económicos y ambientales, los elementos tecnológicos y políticos siguen, A la vez que los elementos sociales ejercen un efecto un poco limitado. En cambio, entre los factores internos, la magnitud de la compañía, la tecnología y el entendimiento en comercio exterior normalmente son los más cruciales, acompañados por la interacción con distribuidores y consumidores a nivel global, la combinación de marketing y los recursos humanos.

Estos resultados coinciden con la investigación realizada por Pablo y Rivera (2024), en su tesis factores limitantes de las exportaciones de trucha arcoíris P.A. 030211.00.00 de las empresas acuícolas ubicadas en la provincia de Huancayo, 2023, concluyeron que los factores

externos e internos son factores limitantes para la exportación considerándose dentro de los factores externos al aspecto económico y ambiental con un peso mayor, mientras que los aspectos tecnológico y políticos, con un peso mediano y siendo el social con un peso menor; Asimismo, dentro de los factores internos, también se hallaron aspectos limitantes para la exportación, entre los aspectos más resaltantes se encuentra la magnitud de la compañía, la capacidad tecnológica y el entendimiento de comercio exterior son los más destacados, seguido por los aspectos de contacto de distribuidores y consumidores extranjeros, por último, tenemos a los recursos humanos y el marketing.

Según el primer propósito específico: Identificar los elementos restrictivos externos de la capacidad exportaciones de trucha en la Compañía Acuícola Junín SAC. ubicada en el área de Huancayo, año 2024. Basándose en los hallazgos recogidos, se concluyó que los elementos exógenos restringen las exportaciones de las compañías acuícolas de Huancayo.

En cuanto a los elementos externos que tienen un mayor impacto en la exportación, se encuentra el factor económico. Se determinó que la inflación de las materias primas tiene un efecto adverso en las compañías, dado que el alimento balanceado constituye entre un 50 y 60% del valor de fabricación. Además, se modifican los gastos asociados a la compra internacional de otros insumos, como las ovas en desarrollo. Las compañías no inician la exportación debido a que perciben que su precio de venta carecería de competitividad en el mercado mundial. Esto ocurre porque el elemento económico influye de manera adversa en la apreciación de la divisa y las fluctuaciones del tipo de cambio. Esto aumenta los gastos relacionados con la logística de exportación y la importación de materias primas (ovas embrionadas y alimento balanceado), y por ende, el costo de producción.

Adicionalmente, la volatilidad económica restringe a las compañías en la aplicación de tecnología y personal, generando un peligro de no alcanzar la producción prevista para una

potencial exportación. Igualmente, en términos ambientales, se demostró un efecto considerable en el recurso hídrico, esencial para la producción de trucha, es susceptible a fluctuaciones en su calidad a causa de la contaminación. Estas variaciones impactan la propagación de enfermedades, así como las alteraciones en el volumen generan desbordes o sequías, y los cambios en la temperatura y oxigenación resultan en significativas pérdidas en el volumen de producción. Este factor representa un impedimento para las empresas, dado que puede impactar las exportaciones. Al sufrir reducción en la capacidad productiva, resulta complicado lograr la cantidad estimada para exportar.

Por otro lado, tenemos a los factores externos con menor peso influyente en la exportación, entre ellos hallamos el aspecto tecnológico. Se determinó que la variedad de tecnología disponible en el mercado peruano para la fabricación y venta de trucha es escasa. Dichos equipos necesitan ser importadas del extranjero, pero su costo es alto y no se ajustan a las necesidades de las compañías acuícolas, esto complica su adquisición e implementación en estas. De igual forma, si existiera la posibilidad de incorporar estas máquinas en las Compañía Acuícola Junín SAC., las universidades no tienen la intención de promover proyectos tecnológicos y, además, no existen profesiones vinculadas al sector acuícola. La falta de tecnología disponible en Perú lleva a la Compañía Acuícola Junín SAC. a recurrir a técnicas artesanales en la producción y tratamiento de la trucha; lo que repercute de forma adversa al comienzo de la exportación, dado que es imprescindible disponer de equipos capaces de optimizar estos procesos para la trucha y así obtener un producto con las propiedades exportables, como es la calidad de este; en primer lugar, es la textura, que se presenta en la textura, es el gusto, que se establece tras la cocción de la trucha eviscerada, no debe tener un gusto amargo o ácido; en cuanto al volumen y peso, estos pueden variar dependiendo del mercado de destino, algunos mercados pueden preferir volúmenes concretos o rangos de peso.

Por otro lado, se tomó en cuenta el aspecto político, respecto del cual se logró determinar

que, para el sector de la acuicultura, el Ministerio de la Producción es el encargado de regular mediante entidades como DIREPRO, SANIPES, FONDEPES, ITP, ANA, SERNANP y PROMPERÚ. También es relevante citar a PNIPA, el programa creado por PRODUCE; no obstante, la Compañía Acuícola Junín SAC. solo tiene conocimiento y vínculo con la DIREPRO Junín. Adicionalmente, los especialistas sostuvieron la relevancia del respaldo de las instituciones estatales para la exportación de Trucha. Esto se debe a que, mediante sus entidades como PROMPERÚ, DIREPRO e ITP, tienen la responsabilidad de impulsar la exportación, proporcionar formación y autorizar la instalación de plantas de procesamiento primario en el sector Acuícola. Esta autorización es concedida por el Ministerio de la Producción (PRODUCE), por medio de la DIREPRO JUNIN. No obstante, las compañías acuícolas perciben una carencia de respaldo de organismos como DIREPRO, catalogados como burocráticos dado que los procedimientos administrativos son extensos, complejos y de alto valor lo que restringe a las Compañías en la implementación de una instalación de procesamiento inicial, esencial para la producción de un producto de exportación de alta calidad.

Asimismo, en el ámbito social, se demostró la relevancia de tener alianzas estratégicas de mejor conveniencia, acorde a las necesidades de la compañía, incluyendo sinergias con proveedores o cooperación entre entidades productoras. Al respecto, se demostró que la Compañía Acuícola Junín SAC. no posee alianza con proveedores como Truthlodge, una organización de Estados Unidos proveedora de ovas; en contraposición, no poseen alianzas entre productores, como sucede en otras empresas.

Finalmente, para cumplir con las regulaciones de salud y calidad para la comercialización exterior de trucha fresca, es imprescindible tener el permiso de salubridad concedida por SANIPES. Esta certificación se denomina "CERTIFICADO OFICIAL SANITARIO PARA PRODUCTOS PESQUEROS Y ACUÍCOLAS FRESCOS/REFRIGERADOS CON FINES DE EXPORTACIÓN", la trucha puede ser

transportada en congelado o fresco, de acuerdo con las predilecciones del mercado y la logística de movilización. Para ambas eventualidades, es necesario asegurar la optimización la calidad del producto y cumplir con las exigencias de almacenamiento y transporte. En lo que respecta a la documentación, es imperativo alistar todos los expedientes solicitados para la exportación, como certificados de origen, certificados sanitarios, documentos de embarque y cualquier otra acreditación exigida por la nación importadora. Se debe considerar los costos de producción, transporte y demás gastos vinculados a la exportación. Finalmente, la atención al cliente y el servicio postventa son vitales; es fundamental proporcionar un servicio al cliente sobresaliente y estar listo para resolver cualquier inconveniente o consulta que surja tras la entrega del producto.

Según el segundo propósito específico: Establecer los componentes internos limitantes de la comercialización exterior de trucha en la Compañía Acuícola Junín SAC. ubicada en el área de Huancayo, año 2024. A partir de los datos recogidos en la Tabla 12, se estableció que los factores internos restringen a las compañías acuícolas de Huancayo para comenzar con las exportaciones.

Dentro de los factores internos más influyentes en las exportaciones, se tiene el tamaño de la empresa, a través del cual se determinó que la compañía analizada produce anualmente entre 48 y 350 toneladas y su ingreso anual fluctúa en función del volumen de fabricación y el precio de venta. Para establecer el volumen ideal de fabricación de las truchas para comenzar la tarea de exportación, se logra tomar en cuenta la magnitud actual de comercialización exterior de la subpartida Arancelaria 03021100000 desde Perú por la Compañía MAR ANDINO PERÚ S.A.C., que varía entre 90 y 100 toneladas anuales, de acuerdo con esta información recabada de la plataforma VERITRADE. Basándose en estos datos, se determinó que la Compañía en estudio mantiene el punto de vista incorrecto de que su fabricación tendría que ser de 150 a 200 toneladas anuales, lo que les restringe a tener ánimo para exportar.

La edificación para la crianza/cultivo de Trucha debe ser óptima para el volumen que se maneja, incluyendo la disposición de estanques apropiados para las distintas fases, una sala de incubación y la posibilidad de integrar artesas de hormigón o acero inoxidable. También es crucial situarse en zonas estratégicas con excelente calidad de agua y un clima favorable. La edificación se ajusta a la topografía del terreno, en situaciones de lagunas se utilizan jaulas flotantes y en estanques se emplea el sistema ranger americano. La compañía en estudio posee una infraestructura adecuada; no obstante, requiere la incorporación de tecnología en su infraestructura, al carecer de una planta de procesamiento primario que resulta imprescindible para llevar a cabo el proceso adecuado de eviscerado de la trucha y obtener el producto de Trucha fresca y eviscerada.

Otro factor interno analizado fue la capacidad tecnológica, estableciéndose que la crianza/cultivo de Trucha Arcoíris demanda la presencia de equipos técnicos especializados. Estos incluyen seleccionadoras automáticas, alimentadores, una sala de incubación, y también sistemas para su comercialización se requiere una planta de procesamiento primario adecuadamente instalada. Sin embargo, las empresas estudiadas presentan una carencia en este aspecto, ya que no cuentan con una planta de procesamiento primario y emplean técnicas artesanales en su producción. Asimismo, para el manejo de maquinaria industrial se requiere la presencia de expertos; pero, al contar con escasa o nula maquinaria, las compañías analizadas no requieren especialistas y poseen un conocimiento limitado en el uso de estos equipos. La ausencia de tecnología impacta de manera adversa en la mejora del proceso de fabricación de truchas de las compañías acuícolas de Huancayo, volviéndolas con menor rendimiento.

Para iniciar la producción de truchas, es necesario tener al menos un contacto con algún distribuidor para cada categoría de alimento balanceado, así como por tipo de tecnología, materiales, equipos y ovas. Se demostró que la Compañía Acuícola Junín SAC, carece de distribuidores internacionales para la implementación de tecnología, lo que se atribuye a la

insuficiente comprensión de contactos e información. Para la comercialización exterior, es imprescindible tener al menos un cliente fijo, y se pueden citar como ejemplo las compañías importadoras de la Subpartida Arancelaria 0302110000, como PIEMONTE FOODS LLC y PT QFIPRIMA MANDIRI. Sin embargo, en la actualidad, la compañía en estudio todavía no posee conexión de ningún cliente internacional, lo que restringe a comenzar sus ventas al exterior.

Otro elemento interno son los recursos humanos, que para exportar se requerirán que la compañía disponga de los departamentos de producción, ventas, logística y administración. La cantidad especificada de empleados en una compañía se basa en la producción de la misma. De igual manera, se necesita tener personal especializado dentro del sistema productivo, se requieren profesionales como ingenieros pesqueros, biólogos tecnólogos e ingenieros relacionados con la acuicultura. Adicionalmente, son fundamentales los expertos en comercio internacional, incluyendo especialistas en economía, marketing y gestión de negocios internacionales. La Compañía Acuícola de Junín SAC., posee los departamentos requeridos y cuentan con 23 empleados, a quienes imparten formación constante mediante diversos medios; no obstante, dado que todavía no exportan, no realizan formación con prospección a un mercado internacional; de la misma forma, carecen de profesionales vinculados al comercio internacional, lo que resultó ser una barrera para que puedan iniciar con las tareas de exportación.

Asimismo, para entender la exportación, es imprescindible entender el funcionamiento del mercado internacional, aprender a elaborar un plan de mercadotecnia internacional, estar familiarizado con las distintas certificaciones internacionales como la certificación Global GAP, entre otras; sin embargo, la compañía tiene los requisitos necesarios para la exportación de trucha. Los mercados posibles para exportar la partida arancelaria 0302110000 son Estados Unidos e Indonesia, naciones a las que Perú actualmente exporta. De igual forma, nuevos mercados potenciales podrían ser Arabia Saudita, Polonia, Estados Unidos, Suecia, Francia,

Tailandia, Finlandia, Ucrania, Alemania, Rumania, Malasia, Estonia, Países Bajos, Italia, entre otras naciones. Aun así, ningún trabajador tiene conocimiento de los posibles mercados. La total ignorancia acerca del mercado internacional constituye una restricción para el comienzo de la exportación.

En última instancia, se tiene que la empresa emplea las redes sociales como medios de promoción para sus productos, en particular la red social de Facebook, que contribuye a optimizar la imagen de la compañía, y fomentar actitudes favorables hacia el uso de la mercancía. Adicionalmente, se favorecen de la exhibición mediante catálogos que muestran sus productos y se involucran en eventos como los seminarios empresariales organizados por el Ministerio de Producción. Es crucial resaltar que, para la compañía que fabrica truchas, una herramienta esencial de promoción es la venta personal, en la que un vendedor establece una relación directa con un potencial cliente. Esta medida se hace particularmente indispensable cuando se dispone de un portafolio de clientes determinados, como los compradores de mayoristas y/o minoristas. La Compañía Acuícola Junín SAC., distribuye principalmente sus productos en Lima, Huancayo, Selva Central, Chupaca y Jauja, evidenciando una variedad en el mercado interno.

Una restricción adicional detectada fue que para desarrollar una estrategia de mercadeo internacional necesitan el respaldo de expertos en comercio internacional y la colaboración de una institución gubernamental; ya que la compañía no posee la habilidad de ejecutar un plan de marketing de manera autónoma.

## Conclusiones

1. De los hallazgos logrados, mediante la triangulación de datos, se estableció que los factores externos e internos restringen la capacidad exportadora de trucha de la subpartida arancelaria 0302110000 de la Compañía Acuícola Junín SAC., de la Provincia de Huancayo, durante el año 2024. No obstante, es crucial subrayar que algunos elementos ejercen un efecto más relevante que otros en esta restricción. Dentro de los elementos externos, generalmente prevalecen los factores económicos y ambientales, los factores tecnológicos y políticos muestran una estrecha convergencia, mientras que los factores sociales ejercen una influencia comparativamente menor. Por otra parte, entre los elementos internos, la magnitud de la compañía, la destreza tecnológica y el conocimiento en comercialización exterior tienden a ser los más relevantes, complementados por la interacción con distribuidores y consumidores a nivel global, la combinación de marketing y los recursos humanos.

2. En relación con los factores externos que restringen la capacidad exportadora de la trucha por parte de la Compañía Acuícola Junín SAC., se concluyó que, referente al aspecto económico, se observa que la elevación del valor de fabricación es impactada por el costo de importación de materias primas, debido a la apreciación de la divisa y las fluctuaciones en el tipo de cambio. Esto ocasiona que el precio de venta internacional pierda su competitividad.

Asimismo, en cuanto al aspecto ambiental, se mostró el efecto negativo significativo en el recurso esencial para la crianza de trucha, que es el agua, pues si el agua se contamina esto perjudicará en la producción de las truchas. Referente al aspecto tecnológico, se ha demostrado una escasez y alto costo para implementar una tecnología para mejorar la producción; referente al aspecto político, se demostró que la Compañía Acuícola Junín SAC., no mantiene ninguna relación con PROMPERÚ, la entidad líder en promoción de la exportación, y se percibe la ausencia de respaldo de entidades como DIREPRO, consideradas burocráticas debido al tiempo de atención, y su vez los procedimientos administrativo son complejos; finalmente en

relación al aspecto social, de donde surge y se demostró que la Compañía carece de alianzas estratégicas como la asociatividad, las cuales le facilitarían la mejora cualitativa y cuantitativa de su producción.

3. En cuanto a los factores internos que restringen la capacidad exportadora de trucha de la subpartida arancelaria 0302110000 de la Compañía Acuícola Junín SAC, se concluyó que referente al aspecto del tamaño de la empresa, se demostró que la Compañía en estudio mantiene una percepción incorrecta sobre el volumen menor de fabricación para exportar. Acerca de la habilidad tecnológica, la Compañía carece de la tecnología necesaria para la gestión de la trucha; asimismo, referente a los proveedores no tienen interacción con proveedores y consumidores extranjeros, lo que demuestra que la compañía no mantiene vínculos con clientes extranjeros. Igualmente, respecto a los conocimientos sobre exportación, se ha demostrado que tienen un total desconocimiento sobre el asunto; en relación con el aspecto de recursos humanos, se ha verificado la falta de personal especializado en comercio internacional y por último, respecto al marketing se demostró que la Compañía no poseen la habilidad para desarrollar un plan de marketing internacional.

## **Recomendaciones**

1. Se recomienda a la Compañía Acuícola Junín SAC. establecer métodos de gestión para ajustar sus operaciones a estos factores. Respecto a las barreras internas como la magnitud de la empresa, la habilidad tecnológica, la relación con proveedores y clientes a nivel global, el entendimiento de exportación, los recursos humanos y el marketing. Conforme la empresa establece factores limitantes internos basándose en sus metas estratégicas, debe de diseñar e implementar estrategias correctas, como análisis de mercado, Lean Manufacturing, para alcanzar los objetivos planteados, potenciando sus fortalezas y minimizando sus debilidades. La implementación de estas tácticas facilitará la creación de las estrategias idóneas para superar los obstáculos internos con el fin de alcanzar la internacionalización deseada de la Compañía Acuícola Junín SAC. que fabrica truchas.

2. Respecto a los componentes de restricción externos, se proponen las siguientes sugerencias: En cuanto al aspecto económico la Compañía Acuícola Junín SAC., tiene la posibilidad de solicitar un financiamiento con tasas preferentes, lo cual contribuirá a reducir la presión financiera y fomentar la inversión en equipos calificados para la fabricación de truchas. Esta modalidad de inversión debería centrarse primordialmente en la compra de equipos y maquinarias de última generación incluyendo sistemas de recirculación de agua, dispositivos para el seguimiento y control de la calidad del agua, incubadoras y sistemas de alimentación automatizados, entre otros. Asimismo, en relación con el aspecto ambiental, se recomienda realizar coordinaciones con DIREPRO, SANIPES y POMPERU, pues al trabajar de la mano con estas entidades, la compañía tiene la posibilidad de beneficiarse de recursos extra, tales como programas de formación, investigación y desarrollo, además de campañas de fomento y concienciación acerca de la relevancia del consumo de productos Acuícolas para la salud y la salud.

Además, la Compañía en estudio tiene la posibilidad de involucrarse en el Programa Nacional

de Innovación en Pesca y Acuicultura (PNIPA), cuyo objetivo es impulsar la innovación y el progreso tecnológico en el ámbito pesquero y Acuícola. Con este programa, la empresa puede conseguir fondos para proyectos de investigación y desarrollo dirigidos a mejorar la producción de truchas. Estas estrategias les permiten acceder a recursos financieros y apoyo técnico para potenciar su competitividad y contribuir al desarrollo global del sector Acuícola. Con relación al aspecto político, es crucial acercarse a PROMPERÚ (en particular, a su oficina Macrorregional Centro) para optimizar las múltiples herramientas como ADUANET, TRADE MAP, HELP DESK, US, TRADE COMMISSION, DOING BUSINESS, etc. Es crucial para potenciar la capacidad de exportación y fomentar la exportación de trucha. En última instancia, en relación al aspecto social, es imprescindible comprender la cultura de los países que valoran las truchas para adaptarlas a los gustos y preferencias de sus clientes. En cuanto a la tecnología, es esencial definir las normativas necesarias para que se implementen, como, por ejemplo, el acceso a mecanismos de apoyo para la aplicación de la ciencia y el uso de la tecnología por las empresas productoras de truchas con el objetivo de aumentar su productividad, lo que impactará en la fijación de precios competitivos de exportación.

3. Finalmente, en relación a los factores de restricción internos, se proponen las siguientes sugerencias: En cuanto al tamaño de la empresa, es crucial que la empresa, para incrementar su producción, es indispensable tener una infraestructura más amplia que pueda ayudar a producir niveles cualitativos y cuantitativos superiores de truchas, de tal forma que esté preparada para atender cualquier solicitud de mayor envergadura que provenga del exterior; y si se encuentra con pedidos desorbitados que superen las capacidades materiales de las fabricantes de truchas, debería considerar el uso de algún mecanismo de asociatividad. Además, se recomienda implementar estándares de calidad y procedimientos de funcionamiento uniformes, lo que incluye prácticas consistentes de administración y supervisión de calidad. Finalmente, resulta crucial establecer sistemas de seguimiento y

evaluación para medir el progreso y realizar cambios si es necesario.

4. Respecto al segundo aspecto de la capacidad tecnológica, se recomienda realizar financiamientos de crédito con tasas preferenciales, en razón que la empresa en estudio no está preparada para adquirir por sí misma maquinaria y equipos que permitan incorporar la tecnología en sus procesos

Hoy en día la tecnología es esencial para incrementar la productividad, disminuir gastos, mantener precios competitivos y ajustar el producto a las tendencias en auge respecto al consumo de truchas. Por último, se recomienda conseguir recursos financieros para implementar investigación, desarrollo e innovación para conseguir una oferta exportable de truchas diferenciadas.

En cuanto a los proveedores y consumidores extranjeros, se recomienda que la compañía evalúe a sus proveedores en la provisión de los materiales requeridos, basado en los años de permanencia en el mercado, cantidad de ventas, magnitud de la compañía y nivel de morosidad, entre otros factores. En relación a los clientes, se aconseja elaborar una matriz de elección de mercados globales, determinando el país al que se orientará el proyecto de exportación a través de indicadores como; demandas y tendencias del mercado, requisitos de salud y calidad, competencia internacional, cambio climático y medio ambiente, estrategias de marketing y promoción, riesgos políticos y económicos.

En cuanto al aspecto de recursos humanos se recomienda observar detenidamente el perfil del candidato, realizar la inducción, la formación y el proceso de contratación, puesto que este proceso es crucial para contratar personal capacitado; Asimismo se recomienda incentivar al personal para alcanzar un rendimiento laboral óptimo, a través de incentivos económicos y no económicos.

Finalmente, con relación al aspecto de marketing se recomienda formular estrategias diferentes en relación con las 4 P's. Respecto a la P de Producto, se recomienda disponer de

ficha técnica, cuidar la imagen de la empresa, tener una presentación apropiada, con embalaje, empaquetado y certificaciones pertinentes. En cuanto a la P de Precio, se sugiere establecer el precio acorde al mercado, procurar mantener el precio fijado por los competidores. En relación a la P de Plaza, se recomienda instaurar un canal de venta directo (sin intermediarios) y corto (con supermercados o empresas de distribución de alimentos frescos de alta calidad importados). Finalmente, respecto a la P de Promoción, se recomienda crear una imagen corporativa atractiva utilizando a expertos en la prestación de dicho servicio. Es vital mantener una comunicación constante con la Macrorregión del Centro de Promperú para asegurar la participación en ferias provinciales o regionales, al principio, para después incursionar en ferias internacionales.

## Referencias

- Andrade, D., y Javier, H. (2022). Desarrollo sostenible y oferta exportable de la trucha desde la experiencia de los piscicultores Huarochirí, 2022. (Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/117322>
- Armijos, F., Bermúdez, A., y Mora, N. (2019). Gestión de Administración de los Recursos Humanos. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 11(4), 163-170. Obtenido de <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>
- Bayona, C., y Dios, J. (2021). Factores externos que intervienen en la caída de las exportaciones de langostinos enteros congelados del departamento de tumbes hacia el mercado español en el periodo 2014-2019. (Tesis de pregrado). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10757/658559>
- Callata, L., y Gutiérrez, L. (2023). Estrategias Competitivas en la producción para promover la exportación de trucha de Puno hacia España - 2023. (Tesis de pregrado). Universidad Femenina del Sagrado Corazón, Lima, Perú. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.11955/1196>
- Castañeda, L., y Cruz, A. (2023). Plan de Negocio para la creación de empresa productora de trucha arcoíris en el corregimiento de Salónica Valle. (Tesis de pregrado), Institución e Educación Superior Unidad Central del Valle del Cauca, Tuluá Valle, Colombia. Obtenido de: <http://uceva.repositoriodigital.com/bitstream/handle/20.500.12993/3705/T00033167.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castillo, B., y Ormaeche, G. (2022). Factores logísticos internos y externos que influyeron en la exportación de quinua (SPN 1008.50.90.00) en el periodo 2014 al 2020 al mercado de Estado Unidos. (Tesis de pregrado). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10757/660199>
- Gutiérrez, N. (2024). Factores limitantes en la exportación de Maíz Choclo de la provincia de Huamanga - Ayacucho, 2023. (Tesis de pregrado), Universidad San Martín de Porres, Lima,

Perú. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12727/15064>

Iparraguirre, H. (2021). Análisis de la cadena de valor de *Oncorhynchus Mykiss* en la asociación agua hirviendo laguna verde Huaylillas - La Libertad. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo - Perú. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://dspace.unitru.edu.pe/server/api/core/bitstreams/f4ffce2f-c387-4bab-9056-7754ad88941b/content>

Olivares, F. (2022). Propuesta de Plan de negocios para el producto "Trucha Arcoíris" para el centro de investigación costera de la Universidad de Atacama. (Tesis de pregrado). Universidad de Atacama, Copiapó, Chile. Obtenido de: <https://repoacad.uda.cl/handle/20.500.12740/16658>

Ortega, M. (2023). La piscicultura en México, su estado actual y factores asociados con su nivel de producción. (Tesis de pregrado). Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca, México. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.11799/139022>

Pablo, M., y Rivera, G. (2024). Factores limitantes de las exportaciones de trucha arcoíris P.A. 030211.00.00 de las empresas Acuícolas ubicadas en la provincia de Huancayo, año 2023. (Tesis de pregrado). Universidad Continental, Huancayo, Perú. Obtenido de: <https://hdl.handle.net/20.500.12394/15076>

Parra, G. (2021). Determinantes de la condición exportadora en Chile: El rol de la innovación. (Tesis de pregrado). Universidad de Chile, Santiago, Chile. Obtenido de <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/183414>

Peralta, T. (2024). Constitución de empresas según tamaño. Obtenido de <https://titoperalta.com/constitucion-de-empresa/tamano/>

Rodríguez, D. (2024). Manuel de exportación para las microempresas piscícolas en Colombia. (Tesis de pregrado). Universidad Piloto de Colombia, Bogotá, Colombia. Obtenido de <http://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/13976>.

Slack. (02 de 12 de 2024). Productividad. Obtenido de Gestión de recursos humanos: objetivos,

ejemplos, tendencias: <https://slack.com/intl/es-es/blog/productivity/gestion-de-recursos-humanos-objetivos-ejemplos-tendencias>

Kleeberg, H. (2019), Productividad y competitividad del sector Acuícola en el Perú. CIEPLAN. Disponible en: [http://www.cieplan.org/wp-content/uploads/2019/09/PAPER\\_FERNANDO-KLEEBERG.pdf](http://www.cieplan.org/wp-content/uploads/2019/09/PAPER_FERNANDO-KLEEBERG.pdf)

TRADEMAP (2019), Lista de productos exportados de Perú. Disponible en: [https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS\\_Graph.aspx?nvm=3%7c604%7c%7c%7c%7c030482%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c;2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS_Graph.aspx?nvm=3%7c604%7c%7c%7c%7c030482%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c;2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1)

Cano, H. (2020). El sector de servicios: factores y condiciones para la exportación de software desde Huancayo. Disponible en: [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/7193/2/IV\\_FCE\\_315\\_TE\\_Cano\\_Diaz\\_2020.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/7193/2/IV_FCE_315_TE_Cano_Diaz_2020.pdf)

Valverde, A. (2015). Plan estratégico de exportación de la trucha ahumada del Consorcio Acuícola al 2021. Disponible en: [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/592500/Tesis%20Valverde\\_A\\_M.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/592500/Tesis%20Valverde_A_M.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Pérez, J. (2011). Estudio técnico y económico para la producción intensiva de truchas en la comunidad campesina de Paccha, el Tambo-Huancayo. Disponible en: <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/1792/Tesis%20P%c3%a9rez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Paredes, D. (2016), Capacidad exportadora. Disponible en: [https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/321/Capacidad\\_exportadora\\_2016\\_keyword\\_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/321/Capacidad_exportadora_2016_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Porto, J. P., y Gardey, A. (25 de 11 de 2013). Definición de preferencia. Obtenido de Definición de preferencia: <https://definicion.de/preferencia/>

Ramos, F. (2017). Influencia de la oferta exportable, en las exportaciones de cebolla de los productores del centro poblado menor la Yarada, 2017. (Tesis de pregrado). Universidad Privada de Tacna, Tacna, Perú. Recuperado el septiembre de 2018, de <http://repositorio.upt.edu.pe/handle/UPT/456125>

Sánchez, S., Saltos, A., Calderón, G., y Bedor, J. (12 de octubre de 2017). Análisis de las exportaciones de sachá inchi al mercado sueco y los beneficios económicos para el Ecuador. (S. Sánchez, A. Saltos, G. Calderón, & J. Bedor, Edits.) Dialnet, 782-787. Recuperado el setiembre de 2018, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6291003>

Schnaars, S. P. (1994). Estrategias de Marketing. Madrid, España: Díaz de Santos. Recuperado el enero de 2019 [http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2015\\_1/Carlos\\_Ramos.pdf](http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2015_1/Carlos_Ramos.pdf)

Tello, R. (2011). Capacidad exportadora y su relación con el desempeño de las empresas agrarias y agroindustriales en Iquitos, en el marco del ATPDEA. Universidad Nacional de la Amazonía Peruana. Obtenido de [http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/2538/Ronald\\_Tesis\\_Doctorado\\_2011.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/2538/Ronald_Tesis_Doctorado_2011.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

## Apéndice A

### Matriz de Consistencia

| Formulación del Problema   | Propósito  | Categorías   | Metodología   | Sujeto de estudio  |
|--|--|--|---|--|
| <p>Problema general</p> <p>¿Cuáles son los factores que limitan en la capacidad exportadora de truchas de la Compañía Acuícola Junín SAC, 2024?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>¿Cuáles son los factores externos limitantes de las exportaciones de trucha en la Compañía Acuícola Junín SAC ubicada en la provincia de Huancayo, año 2024?</p> <p>¿Cuáles son los factores internos limitantes de</p> | <p>Propósito general:</p> <p>Determinar los factores que limitan en la capacidad exportadora de truchas de la Compañía Acuícola Junín SAC, 2024.</p> <p>Propósitos específicos:</p> <p>Determinar los factores externos limitantes de las exportaciones de trucha en la Compañía Acuícola Junín SAC ubicada en la provincia de</p> | <p>Oferta exportable del sector Acuícola.</p> <p>Factores internos</p> <p>Factores externos</p> <p>Capacidad exportadora</p> | <p>Paradigma de investigación: Pos t- positivista</p> <p>Enfoque metodológico</p> <p>Enfoque cualitativo</p> <p>Tipo de investigación</p> <p>Método de caso</p> | <p>Técnica:</p> <p>Entrevista</p> <p>Pos Instrumento</p> <p>: Cuestionario</p> |

|   |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|
| <p>las exportaciones de trucha en la Compañía Acuícola Junín SAC ubicada en la provincia de Huancayo, año 2024?</p> | <p>Huancayo, año 2024.<br/>Determinar los factores internos limitantes de las exportaciones de trucha en la Compañía Acuícola Junín SAC ubicada en la provincia de Huancayo, año 2024.</p> |  |  |  |
|---|--|--|--|--|

## **Validación del Instrumento Experto 1**

### FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTO

**Considerando** que el/la estudiante, en la asignatura Seminario Tesis II, debe elaborar su instrumento de medición con la finalidad de que en la asignatura Seminario Tesis II ejecute tal proyecto; se solicita la validación respectiva, para la cual el/la estudiante debe adjuntar el instrumento de recolección de datos y la matriz de consistencia, de la investigación titulada:

“Factores limitantes de la capacidad exportadora de truchas en la Compañía Acuícola Junín S.A.C., año 2024”

**Instrucciones:** Marque con una “X” según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

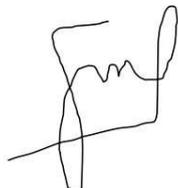
| PARA: Congruencia y claridad del instrumento   |             |   |   |    |    | PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines)          |   |   |   |    |                |   |   |    |    |
|--|-------------|---|---|----|----|---|---|---|---|----|----------------|---|---|----|----|
| 5 = Optimo<br>4 = Satisfactorio<br>3 = Bueno<br>2 = Regular<br>1 = Deficiente                  |             |   |   |    |    | 5 = Mínimo<br>4 = Poca<br>3 = Regular<br>2 = Bastante<br>1 = Fuerte |   |   |   |    |                |   |   |    |    |
| Criterios de Evaluación  | Congruencia |   |   |    |    | Claridad  |   |   |   |    | Tendenciosidad |   |   |    |    |
|  | 1           | 2 | 3 | 4  | 5  | 1   | 2 | 3 | 4 | 5  | 1              | 2 | 3 | 4  | 5  |
| 1. El instrumento tiene estructura lógica.   |             |   |   |    | X  |   |   |   |   | X  |                |   |   |    | X  |
| 2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.  |             |   |   |    | X  |   |   |   |   | X  |                |   |   |    | X  |
| 3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.  |             |   |   | X  |    |   |   |   |   | X  |                |   |   |    | X  |
| 4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.                        |             |   |   | X  |    |   |   |   | X |    |                |   |   |    | X  |
| 5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.  |             |   |   |    | X  |   |   |   |   | X  |                |   |   |    | X  |
| 6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.                         |             |   |   |    | X  |   |   |   |   | X  |                |   |   |    | X  |
| 7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.   |             |   |   |    | X  |   |   |   |   | X  |                |   |   |    | X  |
| 8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación. |             |   |   |    | X  |   |   |   |   | X  |                |   |   |    | X  |
| 9. El instrumento abarca las categorías e indicadores.   |             |   |   | X  |    |   |   |   | X |    |                |   |   |    | X  |
| 10. Los ítems permiten contrastar las variables de la investigación.                           |             |   |   |    | X  |   |   |   |   | X  |                |   |   |    | X  |
| Sumatoria Parcial  |             |   |   | 12 | 35 |   |   |   | 8 | 40 |                |   |   | 24 | 20 |
| <b>Sumatoria Total</b>   | <b>47</b>   |   |   |    |    | <b>48</b>   |   |   |   |    | <b>44</b>      |   |   |    |    |

**Observaciones:**

.....  
.....

**Nombres y Apellidos del Experto** : ECON. MIGUEL A. GÁLVEZ ESCOBAR  
**Especialidad** : Negocios Internacionales  
**DNI** : 09296168  
**N° Celular** : 994975753

**Firma:**



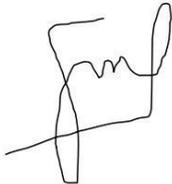
## ESCALA DICOTÓMICA PARA JUICIO DE EXPERTOS

Apreciación del experto sobre el cuestionario:

| Criterios de Evaluación  | Correcto | Incorrecto |
|--|----------|------------|
| 1. El instrumento tiene estructura lógica.   | X        |            |
| 2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.  | X        |            |
| 3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.  | X        |            |
| 4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.                        | X        |            |
| 5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.  | X        |            |
| 6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.                         | X        |            |
| 7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.   | X        |            |
| 8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación. | X        |            |
| 9. El instrumento abarca las categorías e indicadores.   | X        |            |
| 10. Los ítems permiten contrastar las categorías de la investigación.                          | X        |            |

**Nombres y Apellidos del Experto** : ECON. MIGUEL A. GÁLVEZ ESCOBAR  
**Especialidad** : Negocios Internacionales  
**DNI** : 09296168  
**N° Celular** : 994975753

**Firma:**



**Experto 2:**



**FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTO**

**Considerando** que el/la estudiante, en la asignatura Seminario Tesis II, debe elaborar su instrumento de medición con la finalidad de que en la asignatura Seminario Tesis II ejecute tal proyecto; se solicita la validación respectiva, para la cual el/la estudiante debe adjuntar el instrumento de recolección de datos y la matriz de consistencia, de la investigación titulada:

“Factores limitantes de la capacidad exportadora de truchas en la Compañía Acuícola Junín S.A.C., año 2024”

**Instrucciones:** Marque con una “X” según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

| PARA: Congruencia y claridad del instrumento   |             |   |   |    | PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines)          |           |   |   |   |    |                |   |   |    |    |
|--|-------------|---|---|----|---|-----------|---|---|---|----|----------------|---|---|----|----|
| 5 = Óptimo<br>4 = Satisfactorio<br>3 = Bueno<br>2 = Regular<br>1 = Deficiente                  |             |   |   |    | 5 = Mínimo<br>4 = Poca<br>3 = Regular<br>2 = Bastante<br>1 = Fuerte |           |   |   |   |    |                |   |   |    |    |
| Criterios de Evaluación  | Congruencia |   |   |    |   | Claridad  |   |   |   |    | Tendenciosidad |   |   |    |    |
|  | 1           | 2 | 3 | 4  | 5   | 1         | 2 | 3 | 4 | 5  | 1              | 2 | 3 | 4  | 5  |
| 1. El instrumento tiene estructura lógica.   |             |   |   | X  |   |           |   |   |   | X  |                |   |   |    | X  |
| 2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.  |             |   |   | X  |   |           |   |   |   | X  |                |   |   |    | X  |
| 3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.  |             |   |   | X  |   |           |   |   |   | X  |                |   |   | X  |    |
| 4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.                        |             |   |   | X  |   |           |   |   | X |    |                |   |   |    | X  |
| 5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.  |             |   |   |    | X   |           |   |   |   | X  |                |   |   |    | X  |
| 6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.                         |             |   |   |    | X   |           |   |   |   | X  |                |   |   |    | X  |
| 7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.   |             |   |   |    | X   |           |   |   |   | X  |                |   |   | X  |    |
| 8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación. |             |   |   |    | X   |           |   |   |   | X  |                |   |   |    | X  |
| 9. El instrumento abarca las categorías e indicadores.   |             |   |   | X  |   |           |   |   | X |    |                |   |   | X  |    |
| 10. Los ítems permiten contrastar las variables de la investigación.                           |             |   |   |    | X   |           |   |   |   | X  |                |   |   | X  |    |
| Sumatoria Parcial  |             |   |   | 20 | 25  |           |   |   | 8 | 40 |                |   |   | 16 | 30 |
| <b>Sumatoria Total</b>   | <b>45</b>   |   |   |    |   | <b>48</b> |   |   |   |    | <b>46</b>      |   |   |    |    |

**Observaciones:**

.....  
.....

**Nombres y Apellidos del Experto** : MG. GISELA HERMILINDA AHUMADA CHUMBIAUCA  
**Especialidad** : Negocios Internacionales  
**DNI** : 09304222  
**N° Celular** : 943660946

**Firma:**

## ESCALA DICOTÓMICA PARA JUICIO DE EXPERTOS

Apreciación del experto sobre el cuestionario:

| Criterios de Evaluación  | Correcto | Incorrecto |
|--|----------|------------|
| 1. El instrumento tiene estructura lógica.   | X        |            |
| 2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.  | X        |            |
| 3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.  | X        |            |
| 4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.                        | X        |            |
| 5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.  | X        |            |
| 6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.                         | X        |            |
| 7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.   | X        |            |
| 8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación. | X        |            |
| 9. El instrumento abarca las categorías e indicadores.   | X        |            |
| 10. Los ítems permiten contrastar las categorías de la investigación.                          | X        |            |

**Nombres y Apellidos del Experto** : MG. GISELA HERMILINDA AHUMADA CHUMBIAUCA  
**Especialidad** : Negocios Internacionales  
**DNI** : 09304222  
**N° Celular** : 943660946

**Firma:**



**Experto 3:**



**FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTO**

**Considerando** que el/la estudiante, en la asignatura Seminario Tesis II, debe elaborar su instrumento de medición con la finalidad de que en la asignatura Seminario Tesis II ejecute tal proyecto; se solicita la validación respectiva, para la cual el/la estudiante debe adjuntar el instrumento de recolección de datos y la matriz de consistencia, de la investigación titulada:

“Factores limitantes de la capacidad exportadora de truchas en la Compañía Acuícola Junín S.A.C., año 2024”

**Instrucciones:** Marque con una “X” según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

| PARA: Congruencia y claridad del instrumento   |             |   |   |    |    | PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines)          |   |   |   |    |                |   |   |    |    |
|--|-------------|---|---|----|----|---|---|---|---|----|----------------|---|---|----|----|
| 5 = Óptimo<br>4 = Satisfactorio<br>3 = Bueno<br>2 = Regular<br>1 = Deficiente                  |             |   |   |    |    | 5 = Mínimo<br>4 = Poca<br>3 = Regular<br>2 = Bastante<br>1 = Fuerte |   |   |   |    |                |   |   |    |    |
| Criterios de Evaluación  | Congruencia |   |   |    |    | Claridad  |   |   |   |    | Tendenciosidad |   |   |    |    |
|  | 1           | 2 | 3 | 4  | 5  | 1   | 2 | 3 | 4 | 5  | 1              | 2 | 3 | 4  | 5  |
| 1. El instrumento tiene estructura lógica.   |             |   |   |    | X  |   |   |   |   | X  |                |   |   |    | X  |
| 2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.  |             |   |   |    | X  |   |   |   |   | X  |                |   |   |    | X  |
| 3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.  |             |   |   | X  |    |   |   |   |   | X  |                |   |   | X  |    |
| 4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.                        |             |   |   | X  |    |   |   |   | X |    |                |   |   | X  |    |
| 5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.  |             |   |   | X  |    |   |   |   |   | X  |                |   |   |    | X  |
| 6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.                         |             |   |   |    | X  |   |   |   |   | X  |                |   |   |    | X  |
| 7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.   |             |   |   |    | X  |   |   |   |   | X  |                |   |   |    | X  |
| 8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación. |             |   |   | X  |    |   |   |   |   | X  |                |   |   | X  |    |
| 9. El instrumento abarca las variables e indicadores.  |             |   |   |    | X  |   |   |   |   | X  |                |   |   |    | X  |
| 10. Los ítems permiten contrastar las variables de la investigación.                           |             |   |   |    | X  |   |   |   |   | X  |                |   |   | X  |    |
| Sumatoria Parcial  |             |   |   | 16 | 30 |   |   |   | 4 | 45 |                |   |   | 16 | 30 |
| <b>Sumatoria Total</b>   | 46          |   |   |    |    | 49  |   |   |   |    | 46             |   |   |    |    |

**Observaciones:**

.....  
 .....  
 .....

**Nombres y Apellidos del Experto:** LÓPEZ QUILCA, FREDY JESÚS  
**Especialidad:** LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN, DOCTOR EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

**DNI.:** 19916930  
**Nro. Celular:** 964966800

**Firma:**

## ESCALA DICOTÓMICA PARA JUICIO DE EXPERTOS

Apreciación del experto sobre el cuestionario:

| Criterios de Evaluación  | Correcto | Incorrecto |
|--|----------|------------|
| 1. El instrumento tiene estructura lógica.   | X        |            |
| 2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.  | X        |            |
| 3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.  | X        |            |
| 4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.                        | X        |            |
| 5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.  | X        |            |
| 6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.                         | X        |            |
| 7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.   | X        |            |
| 8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación. | X        |            |
| 9. El instrumento abarca las variables e indicadores.  | X        |            |
| 10. Los ítems permiten contrastar las variables de la investigación.                           | X        |            |

Nombres y Apellidos del Experto: LÓPEZ QUILCA, FREDY JESÚS

Especialidad: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN, DOCTOR EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

DNI.: 19916930

Nro. Celular: 964966800

Firma:

