



ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

RELACIÓN DE LA ESTRATEGIA DIVERSIFICACIÓN DE MERCADOS SEGÚN LA
COMPETITIVIDAD EN LOS DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES PERUANAS
DE PAICHE

Línea de investigación:

Competitividad industrial, diversificación productiva y prospectiva

Tesis para optar el grado académico de Maestro en Ingeniería Industrial
con mención en Gestión de Operaciones y Productividad

Autor:

Gastello Mathews, Willy

Asesor:

Sánchez Sotomayor, Segundo Ramiro
(ORCID: 0000-0002-7646-3111)

Jurado:

Wong Lau, Carlos
Collazos Páucar, Edwin
Bazán Briceño, José Luis

Lima - Perú

2020

Referencia:

Gastello, S. (2020). *Relación de la estrategia diversificación de mercados según la competitividad en los destinos de las exportaciones peruanas de paiche* [Tesis de maestría, Universidad Nacional Federico Villarreal]. Repositorio Institucional UNFV. <http://repositorio.unfv.edu.pe/handle/UNFV/5636>



Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada (CC BY-NC-ND)

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede generar obras derivadas ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**Universidad Nacional
Federico Villarreal**

Vicerrectorado de
INVESTIGACIÓN

Escuela Universitaria de Posgrado

**RELACIÓN DE LA ESTRATEGIA DIVERSIFICACIÓN DE
MERCADOS SEGÚN LA COMPETITIVIDAD EN LOS
DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES PERUANAS DE
PAICHE**

Línea de investigación:

Competitividad industrial, diversificación productiva y prospectiva

Tesis para optar el grado académico de

Maestro en Ingeniería Industrial con mención en Gestión de Operaciones y
Productividad

AUTOR:

Gastello Mathews, Willy

ASESOR

Sánchez Sotomayor, Segundo Ramiro

JURADO

Wong Lau, Carlos

Collazos Páucar, Edwin

Bazán Briceño, José Luis

LIMA-PERÚ

2020

Dedicatoria

A mi querida madre, por su ternura, amor y confianza que siempre ha inyectado en mí. Sus palabras siempre han sido de aliento y comprensión.

Agradecimientos

A Dios y nuestro Señor Jesucristo por darnos todo el amor incondicional. A mis padres por su apoyo constante.

Índice

Carátula.....	1
Dedicatoria.....	2
Agradecimientos	3
Índice de figuras.....	7
Resumen.....	7
Abstract.....	9
I. Introducción.....	10
1.1 Planteamiento del problema.....	11
1.2 Descripción del problema.....	12
1.3 Formulación del problema.....	12
<i>Problema general.</i>	12
<i>Problemas específicos.</i>	13
1.4 Antecedentes	13
1.5 Justificación e importancia.....	15
1.6 Limitaciones de la investigación	16
1.7 Objetivos de la investigación	16
<i>Objetivo general.</i>	16
<i>Objetivos específicos.</i>	16
1.8 Hipótesis.....	17
<i>Hipótesis general.</i>	17
<i>Hipótesis específicas.</i>	17
II. Marco teórico.....	18
2.1 La competitividad.....	18
2.1.1 <i>Conceptualización de la competitividad</i>	18
2.1.2 <i>Factores de competitividad empresarial</i>	20
2.1.3 <i>Factores de competitividad de la producción acuícola</i>	39

2.2	Bases teóricas de la variable dependiente: exportación	48
2.2.3	<i>Conceptualización de comercio exterior</i>	49
2.2.4	<i>Comercio exterior y comercio internacional</i>	49
2.2.5	<i>Clasificación de la exportación</i>	50
2.2.6	<i>El drawback</i>	51
2.3	Marco conceptual	51
2.4	Aspectos de responsabilidad social y medio ambiente (RSMA)	51
III.	Método	53
3.1	Tipo de investigación	53
3.2	Población y muestra	53
3.3	Operacionalización de variables.....	53
3.3.1	<i>Operacionalización de la variable estrategias de competitividad</i>	53
3.3.2	<i>Operacionalización de la variable diversificación de mercados</i>	56
3.4	Instrumentos	56
3.5	Validez y confiabilidad	57
3.6	Análisis de datos.....	58
IV.	Resultados.....	59
4.1	Contrastación de hipótesis.....	59
4.1.1	<i>Hipótesis general</i>	59
4.1.2	<i>Hipótesis específica 1</i>	60
4.1.3	<i>Hipótesis específica 2</i>	61
4.2	Análisis e interpretación.....	62
V.	Discusión de resultados	63
5.1	Discusión	63
VI.	Conclusiones.....	65
VII.	Recomendaciones	66
VIII.	Referencia	67

IX. Anexos	71
ANEXO A: Ficha técnica de la encuesta.....	71
ANEXO B. Encuesta	73
ANEXO C: Matriz de consistencia.....	75
ANEXO D: Definición de términos.....	76
ANEXO E. Análisis de regresión y correlación	78

Índice de tablas y figuras

Tabla 1. Exportación de filete de paiche.....	26
Tabla 2. Normas Sanitarias en la actividad acuícola.	44
Tabla 3. Partida arancelaria del paiche	46
Tabla 4. Instituciones que apoyan al sector acuicultura.....	48
Tabla 5. Operacionalización de la variable estrategias de competitividad	54
Tabla 6. Operacionalización de la variable exportación de paiche.....	56
Tabla 7. Resultados del juicio de expertos para los instrumentos de evaluación	57
Tabla 8. Coeficiente de Alfa de Cronbach.....	58
Tabla 9. Coeficiente de fiabilidad.....	58
Tabla 10. Correlación de Spearman para la variable diversificación de mercado.....	59
Tabla 11. Correlación de Spearman para la variable exportación de paiche y factores internos.....	61
Tabla 12. Correlación de Spearman para la variable exportación de paiche y factores externos.....	62
Tabla 13. Márgenes comerciales en las etapas del ciclo de vida de un producto	62
Tabla 14. Correlación de Spearman para la competitividad según destino de exportaciones peruanas de paiche	63
Tabla 15. Correlación de Spearman para la competitividad según destino de exportaciones peruanas de paiche	66

Índice de figuras

Figura 1. Inflación de 2015 a 2018.....	27
---	----

Resumen

De acuerdo a la investigación que se realizó, el propósito de esta investigación fue “Identificar cómo se relacionan la estrategia diversificación de mercados según la competitividad en los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche”; siguiendo esa tónica, el estudio fue cuantitativo, de diseño no experimental, correlacional, modalidad de Spearman, y transeccional. El estudio se hizo en una población de 10 empresas relacionadas a la actividad de acuicultura. Posteriormente a la investigación se demostró y registró que existe relación positiva y significativa entre estrategia diversificación de mercados y la competitividad en los destinos de exportaciones peruanas de paiche.

Palabras claves: Estrategias, Diversificación de mercado y Competitividad

Abstract

According to the research that was carried out, the purpose of this research was to "Identify how the market diversification strategy is related to the competitiveness in the destinations of Peruvian exports of Paiche"; Following this trend, the study was quantitative, non-experimental design, correlational, Spearman mode, and transectional. The study was done in a population of 10 companies related to aquaculture activity. After the investigation, it was demonstrated and observed that there is a positive relationship and a strategy of diversification of markets and competitiveness in the destinations of food exports.

Keywords: Strategies, Market diversification and Competitiveness

I. Introducción

Nuestro país es considerado de una gran tradición pesquera en el mundo, del mismo modo como un importante exportador de dicho sector. Sin embargo, en los últimos años ha disminuido su potencial registrando porcentajes por debajo del nivel que normalmente produce nuestro país. A junio de 2018, se reportó 31% de crecimiento del sector pesquero, volumen no visto desde el año 2011, y ello se debe al mayor a la gran cantidad de anchoveta desembarcada y la transformación en harina de pescado y aceite (El Peruano, 2018). No obstante, el sector pesquero tiene un 32% del producto interno registrado a finales del año 2017.

Teniendo en cuenta que este sector se jacta de ocupar un segundo lugar aportando divisas al país, también es importante su aporte al empleo que genera aunque en el tema tecnológico su desarrollo es heterogéneo. En tanto la exportación de productos no tradicionales sumaron US\$ 5,724.24 millones a finales de 2018, lo que significó el 12.6% de las exportaciones peruanas, además que estas últimas experimentaron un crecimiento significativo y consecutivo de 7.5% desde hace tres años y de esta manera superando los US\$ 46, 359 millones del año 2012 en las exportaciones peruanas (Mincetur, 2018).

El sector pesquero en el Perú está sustentado en la explotación de los recursos que más tenemos en abundancia como el jurel, caballa y la anchoveta. Por otro lado, en la última década se ha abierto la posibilidad de captura incrementándose al respecto de recursos como paiche, dorado, perico, pota, entre otros recursos.

Debido a la existencia de depredación indiscriminada de productos de agua y agua salada en los 10 últimos años, una de las medidas que el sector ha tomado es la

implementación de un Reglamento de Ordenamiento Pesquero que regule la pesca y la recuperación en el mediano plazo de este recurso marino, sin considerar aspectos de la competitividad, que precisamente es el tema que aborda esta investigación.

Esta investigación se presenta en cinco capítulos, el primero aborda y explica la situación actual del problema, el segundo se plantea la teoría de las variables, el tercero aborda la modalidad o método de estudio, en el cuarto se presentan los resultados obtenidos y por último se presenta la discusión o análisis.

1.1 Planteamiento del problema

El Perú es un país bendecido en recursos, cada una de las regiones en nuestro país posee una cantidad de recursos propios de la región, incomparable y únicos en su especie. Sin embargo, las condiciones no han sido las mejores para que el mundo conozca las bondades de dichos recursos. Aspectos como la infraestructura, capacitación, financiamiento, entre otros son los escollos que no permiten que las insípidas inversiones en las regiones hechas por pequeños empresarios sean importantes y visibles al mundo. Todo ello va en detrimento de la competitividad tanto de la nación como de la industria en general. En el caso de la crianza de paiche, se ha identificado algunas formas de crianza, por lo general artesanales en la región Loreto, ello porque la producción de carne de paiche no ha sido aprovechada en su totalidad y por ende la producción a la actualidad ha sido insípida. No obstante el paiche es un producto de gran valor nutritivo pero también un producto de exquisito sabor para los paladares exigentes tanto nacionales como extranjeros. Siendo esa la condición, el Estado analizando ese contexto actual ha iniciado un proceso de difusión y apoyo a la acuicultura específicamente en la crianza de paiche, observando que este producto tiene un gran potencial de desarrollo. Es por ello que en esta investigación aborda el tema de

la competitividad de este sector industrial que si bien es cierto ahora es poco desarrollado, cuenta con un gran potencial que puede cambiar la realidad de la región Loreto, pues ocuparía una buena parte de la población en la producción de paiche.

1.2 Descripción del problema

Para Vela (2014, p. 18), en el próximo decenio la pesca tradicional y la acuicultura se superior al consumo de carne de vacuno y porcino, así también de pollo. En tal sentido y de acuerdo a esta afirmación realizada por el investigador mencionado, nuestro país cumple en producir y abastecer al sector pesquero y también acuícola al mundo, es por ello que se encuentra en la tarea de mejorar sus procesos, al igual que sus productos, buscar nuevos caminos donde de abastecimiento y estar acorde a las exigencias del mercado brindando un producto inocuo, en otras palabras la producción pesquera debe estar a un nivel competitivo para seguir manteniéndose en un nivel alto.

En la investigación, se considera importante elaborar el levantamiento del potencial que tiene el sector acuícola en la Región Loreto, debe orientarse a identificar y precisar las potencialidades internas y externas, pero también las amenazas y debilidades del sector que coadyuven a mejorar las condiciones actuales del sector.

En la actualidad en esta parte de nuestro país existe mucha informalidad para la captura y crianza de paiche y se encuentran muchos criaderos pequeños que abastecen a otros más grandes.

1.3 Formulación del problema

Problema general.

¿Cómo se relacionan la estrategia diversificación de mercados según la competitividad en los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche?

Problemas específicos.

¿Cómo se relacionan los factores internos de la estrategia diversificación de mercados según la competitividad en los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche?

¿Cómo se relacionan los factores externos de la estrategia diversificación de mercados según la competitividad en los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche?

1.4 Antecedentes

Sobre los antecedentes mencionados en esta investigación se ha previsto considerar aquellos de orden internacional y nacional. En el primer plano se tiene a Alvarado (2015), quien presentó una investigación cuyo nombre fue “Consortios de exportación como mecanismo para mejorar la competitividad del sector acuícola del Ecuador”, teniendo como propósito presentar un modelo de consorcio de exportación para los productos del sector acuícola. Para tal efecto empleó una metodología descriptiva, no experimental y transeccional. Sobre las conclusiones el autor anota: El sector acuicultura con el apoyo de las organizaciones del Estado se propone mejorar la infraestructura y herramientas para mejorar y facilitar el proceso para dar a conocer nuestro producto al mundo. El consorcio es una buena alternativa como estrategia de exportación para los productos de agua dulce a países consumidores como Europa y Estados Unidos, que le permitirá obtener mejores precios y mejores condiciones para poder competir con otros proveedores.

Quiñones (2014), presentó una tesis denominada. “Análisis de la cadena agroalimentaria de la trucha en Colombia”. Cuyo objetivo fue identificar los elementos de la cadena de valor del producto estudiado. La metodología empleada fue descriptiva, no experimental y transversal. Las conclusiones son las siguientes: la trucha tiene un gran potencial para el desarrollo del mercado colombiano y para la exportación a países europeos,

Asia y Estados Unidos. El sector acuicultura depende mucho de las importaciones de materias primas, entre ellos los alevinos, equipos, medicamentos y químicos empleados.

En cuanto a los antecedentes nacionales, se ha considerado a Bernuy (2017), cuya tesis fue: “Comercialización de Gamitana proveniente de piscigranjas de la ciudad de Iquitos”. Cuyo objetivo fue conocer acerca de la comercialización de gamitana. En cuanto a la metodología empleada fue descriptiva, no experimental y transversal. En cuanto a lo que registra finalmente el autor se tiene: el 22.2% comercializa el producto en el Mercado de Productores, el 71.1% lo comercializa en el Mercado de Belén y el 6.7% lo comercializa en el Mercado Central. El 55% de los productores realizan su actividad por subsistencia. El 80% de los compradores son personas naturales. el 62.2% de los productores emplean como estrategia para vender su producto las presentaciones del producto. En cuanto a las fortalezas de este producto se tiene que tienen bajos costos de producción, variedad de presentación del producto y período corto de cultivo. Las debilidades son elevados precios de los alimentos balanceados, escasez de asociaciones de producción de gamitana, los productores no pagan sus préstamos. El autor concluye que la acuicultura en la ciudad de Iquitos aún está en una etapa primaria e insípida y en cuanto al crecimiento tiene potencial para poder realizarlo en cultivos de tipo intensivo y semi intensivo.

Cueva (2017), presentó una tesis denominada: “Evaluación económica de los diferentes sistemas de cultivo del Paiche (*Arapaima gigas*), en el Departamento de Ucayali, en el 2015”. EL objetivo de esta tesis fue realizar un análisis desde el punto de vista económico de los sistemas de cultivo del producto. La metodología empleada fue descriptivo, no experimental y transversal. Las conclusiones obtenidas son las siguientes: Se encontraron los tres tipos de cultivo de paiche en la Región Ucayali, las de tipo intensivo, semi intensivo

y extensivo. La cadena de valor está conformada por los productores, proveedores de bienes y servicios y el Estado.

Villacorta (2015), presentó una tesis denominada: “Formas de comercialización del Araipama gigas (Paiche), seco, salado, congelado y otros”. El objetivo de esta tesis fue identificar las formas de comercialización del paiche. La metodología empleada fue descriptiva, no experimental y transversal. Con respecto a las conclusiones se tiene que: el consumo del paiche y otros pescados es una costumbre arraigada en la amazonía. El cultivo de paiche aún se encuentra en una etapa incipiente de cultivo. EEUU y Japón son los lugares de mayor exportación. Iquitos es uno de los lugares de mayor cantidad de desembarque de paiche. El paiche se comercializa mayormente en estado fresco y seco salado, en el aspecto de la exportación se comercializa en estado refrigerado, congelado y seco salado.

1.5 Justificación e importancia

Justificación teórica. Sobre los factores que distinguen internamente y aquellos elementos exógenos que definen la competitividad de un país, región o sector empresarial se ha escrito demasiado, lo que pretende esta investigación es precisamente aportar al conocimiento existente aspectos relacionados a la competitividad de la acuicultura específicamente del paiche en el Perú, para ello se acudirán a toda la teoría e investigaciones primigenias y que anteceden a esta investigación.

Justificación metodológica. La investigación es correlacional, cuantitativa y se plantea determinados objetivos de investigación. Para tal propósito empleó documentación y estudios previos existentes acerca del tema y estadísticas realizadas por el Instituto Nacional de Estadística e Informática y otras organizaciones del Estado e instituciones privadas y también se aplicó técnicas apropiadas para obtener información como la técnica de la

encuesta y datos históricos de la exportación de Paiche, para poder realizar una prospectiva de las mismas en los próximos años.

Justificación práctica. De acuerdo a los objetivos planteados, el resultado de este estudio permitirá determinar los factores competitivos de la exportación y Paiche y realizar algunas recomendaciones que permitan mantener y mejorar dichos factores a través del tiempo.

1.6 Limitaciones de la investigación

La investigación presentó limitaciones en primer lugar de orden referidas a los antecedentes en este sector industrial, pues existen pocos estudios relacionados a la competitividad de la producción de paiche. Existen estudios relacionados con la forma de crianza e incluso comercialización, además de estadísticas relacionadas a la exportación, todos ellos como datos sueltos que fueron necesarios estructurarlos. Del mismo modo, otra de las limitaciones fue el acceso a los criaderos de paiche en algunos casos fueron limitados, porque se encontraban en la misma selva, en la carretera Iquitos – Nauta y en otros casos para la realizar la encuesta solo nos dieron acceso en las oficinas ubicadas en la ciudad de Iquitos.

1.7 Objetivos de la investigación

Objetivo general.

Identificar cómo se relacionan la estrategia diversificación de mercados según la competitividad en los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche.

Objetivos específicos.

- a) Identificar cómo se relacionan los factores internos de la estrategia diversificación de mercados según la competitividad en los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche.

- b) Identificar cómo se relacionan los factores externos de la estrategia diversificación de mercados según la competitividad en los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche.

1.8 Hipótesis

Hipótesis general.

La estrategia diversificación de mercados se relaciona según la competitividad en los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche.

Hipótesis específicas.

- a) La Estrategia factores internos de diversificación de mercados se relaciona según la competitividad con los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche.
- b) La Estrategia factores externos de diversificación de mercados se relaciona según la competitividad en los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche.

II. Marco teórico

2.1 La competitividad

2.1.1 *Conceptualización de la competitividad*

Para poder conceptualizar el término competitividad, se ha tenido en cuenta en el presente trabajo de investigación, citar algunos conceptos acerca de la competitividad para luego definir la competitividad empresarial.

Existen muchos conceptos acerca de la competitividad, en la actualidad no existe un concepto totalmente aceptado de este término, debido a que cada autor lo define de acuerdo a su contexto y perspectiva. La OCDE (citado por Reig, 1997, p. 22), aporta sobre la competitividad como la herramientas distintivas que posee un país para competir con otros países, produce bienes y servicios que satisfagan las expectativas del cliente internacional así también genere ingresos para el país en el largo plazo.

Además de este concepto general que se presenta existen muchos conceptos que se han expresado cada uno de acuerdo al contexto y al criterio de cada autor, los cuales muchas veces son ambiguas e imprecisas.

En términos generales, según Salas (citado por Llorente, I. 2013, p.11), los agentes más adecuados a los que aplicarles el término competitividad son las empresas y por ello la competitividad tiene un carácter primordialmente microeconómico. Es por ello que Reig (1997, p. 19), afirma que la competitividad es aquella competencia que presentan las empresas con la finalidad de obtener rentabilidad pese a las condiciones del mercado donde se desenvuelven, ello implica competir con las organizaciones que compiten en el mercado tratando de quitarle un porcentaje de mercado y sumarlo al de la empresa.

En ese mismo sentido y parafraseando lo dicho anteriormente se refiere usualmente a las empresas, pero también a otros tipos de organización grandes y pequeñas, que rivalizan en un espacio geográfico con otro sujeto de la misma categoría y así conseguir aquello para lo cual compiten. Es así, que las organizaciones involucrada0073 en esta rivalidad, entre sí son competidores y la competitividad representa tanto la capacidad para rivalizar como para indicar la situación relativa de un agente frente a sus competidores.

Siguiendo ese mismo esquema, la competitividad se puede medir en dos niveles, el macroeconómico y el microeconómico, en cuanto se refiere al ámbito empresarial. En el primer caso, se refiere a la capacidad de competir de un país con respecto a otros y en el segundo caso a las empresas. Esta concepción ha generado ideas diferentes, para definir quiénes son los que compiten para obtener un mejor desempeño en el mercado.

Es así que se llega al concepto de competitividad empresarial, al respecto hay varios autores que han escrito acerca de este tema. Según Michael Porter (2006, citado por Suñol, p. 4), la competitividad empresarial es la “La capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograrlo, se basa en el aumento de la productividad”.

Para Bages (s.f., p. 227), la competitividad viene dada por la capacidad de los productos para ingresar al mercado y mantenerse en él. Considerando que esta capacidad es sostenible en el tiempo, para ello el Estado debe intervenir para darle el soporte necesario en dicha sostenibilidad.

Finalmente, para García (2010, p. 38), la competitividad es la capacidad que desarrollan algunas empresas en un período determinado para actuar con pericia en un

mercado y sobre todo tener la capacidad mantenerse a través del tiempo y generar rentabilidad para sus socios.

De todo lo mencionado, se pueden destacar ciertas coincidencias entre ellos y se refiere a la capacidad para competir. También es necesario mencionar que la competitividad debe tener una característica importante que es la sostenibilidad, además de convertirse en rentabilidad para la empresa.

2.1.2 Factores de competitividad empresarial

Sobre los conceptos mostrados en este estudio, están dirigidos principalmente a aquella “capacidad de las empresas para poder sobresalir en un mercado de alta competencia, generándoles rentabilidad económica y financiera a través del tiempo, midiendo el éxito competitivo sobre sus competidores” (Acosta, 1999, p.24). A todo ello, se puede decir que lo mencionado por el autor, no es el único criterio que se debe tomar para poder evaluar la competitividad empresarial.

Estos resultados que obtienen las empresas competitivas con respecto a sus competidores del mismo rubro se denominan “factores competitivos”, los cuales se han agrupado en tres categorías, que trabajan de manera articulada, complementándose entre ellos y precisamente son las responsables del éxito de muchas compañías. Dichas categorías se refieren a los factores macroeconómicos, factores sectoriales o industriales y factores internos.

2.1.2.1 Factores macroeconómicos.

Se refieren a los factores externos a la organización y que influyen para beneficiar o perjudicar a las empresas y suelen ser de alcance nacional. Estos factores son de orden

político, económico, social, tecnológico y ambiental. En este estudio se presentan cada uno de ellos y su efecto sobre el sector acuicultura.

a) ***Factor político – legal.***

En la actualidad la estabilidad política en el Perú es favorable a los sectores industriales, el sector acuícola no es la excepción. Sin embargo, los mecanismos de apoyo para que esta actividad compita en mejores condiciones como lo hacen países cultivadores de la especie como Colombia y Brasil es aun insípida.

El gobierno a través del Plan Nacional de Desarrollo Acuícola (PNDA) 2010 – 2021, manifiesta en su objetivo estratégico 2: “Fortalecer el ordenamiento competitivo de la cultura acuicultura”, este objetivo es reforzado a través de sus estrategias relacionadas a sus fortalecimientos de dicho objetivo.

El programa nacional de Ciencia, Desarrollo tecnológico e innovación en agricultura 2013- 2021; el cual prioriza y organiza las investigaciones y desarrollo tecnológico en acuicultura, contempla dentro de las especies priorizadas a peces tropicales amazónicos como la tilapia, paiches y otros, teniendo en cuenta nuestro apoyo por parte del Estado peruano, además de otras instituciones del medio, es importante tomar en cuenta las facilidades que puede dar con respecto a este tema. Además es necesario mencionar que también existe el Decreto Ley 1032, que manifiesta que el desarrollo de la acuicultura es prioridad fundamental del Ministerio de la Producción, considerado en la Ley de Promoción y Desarrollo de la Acuicultura (Ley N° 27460) y en el Reglamento de dicha Ley (DS N° 30-2001- PE), para mejorar la competitividad del sector productivo en el Perú y la lucha para erradicar la pobreza.

Por el lado laboral, la misma ley 27460 favorece al sector acuícola y le da las facilidades para poder contratar a trabajadores bajo un contrato de plazo fijo o indeterminado con los beneficios de ley y que se establecen en los artículos 7, 10 y 28 de dicha ley. Así también la remuneración mínima diaria en este sector es de S/ 36.29 , (D.S. N° 004-2018 – TR del 22-03-2018), teniendo en cuenta que deben laborar más de cuatro horas por día, en dicho monto incluyen los beneficios que normalmente un trabajador de otro sector percibe por su trabajo. Dicho de otra manera, el trabajador del sector acuícola no percibe CTS ni otros montos relacionados a gratificaciones porque en su sueldo incluye todo ello.

Por otro lado, existen normas sanitarias específicas para este sector leyes que benefician a las inversiones en la Amazonía y aquellas de protección a las áreas naturales y también en el Ministerio de Producción existe una dirección de acuicultura que hace las veces de secretaria técnica de la Comisión Nacional de Acuicultura.

En tal sentido, el marco legal en el Perú esta adecuado para darle escenario favorable de la actividad acuícola, en ella incluyen organizaciones especializadas, empresas y organizaciones del Estado.

b) Factor económico.

La economía de nuestro país ha evolucionado desde hace aproximadamente 10 años de manera positiva y destacable y se puede apreciar por el incremento del Producto Bruto Interno que mide las variaciones favorables de dicho crecimiento, con estas cifras hace que el país sea el más atractivo de la región en términos de inversión. El periodo comprendido entre el 2009 y el 2019 se puede subdividirlo de la manera siguiente: durante el 2009, la economía peruana registra un crecimiento de 1.0% en el PBI real; este es el más bajo

registrado en los diez años de análisis, que tuvo su causa en la última crisis económica internacional.

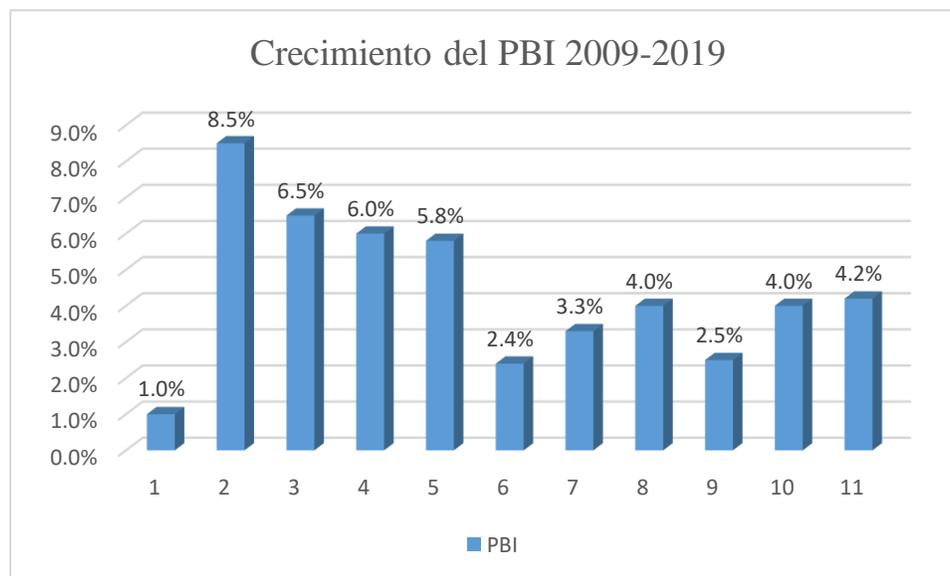
Sin embargo, en el 2010 registra un crecimiento exponencial y se incrementa de 1.0% a 8.5%, este último se debe al crecimiento en ese período del sector agrario y pecuario, así también otros sectores como el de construcción, electricidad y agua, transporte, entre otros. Sin considerar el sector minero y pesca que tuvieron caídas porcentuales significativas. De 2011 a 2013 se mantiene el crecimiento entre 6.5% y 5.8% con una ligera baja en la producción del sector minero, pero un mejoramiento de los demás sectores y sobre todo el consumo interno y la importación de bienes de capital e inversión en construcción. En el 2014 y 2017 se presentan porcentaje de 2.4% y 2.5% respectivamente, ello se debe a que en el primer período se debe a la desaceleración internacional y disminución de precios de productos considerados como *comodities* y un conjunto de factores referidos a la reducción de la productividad.

Es destacable la influencia del decrecimiento de la productividad del sector minero que registró una caída en ese período de 14% del PBI, sustentando en los 99 conflictos minero en el territorio nacional en esa época, de acuerdo a los informes de la Defensoría del Pueblo, generando una contracción minera del 35% (Perú21, 2015). En el 2017, el incremento del PBI no alcanzó la meta establecida por el país que fue de 2.8% en ese período, sólo llegó al 2.5% debido a que al decrecimiento sostenido en los períodos anteriores del sector construcción y que el año 2017 comenzó a recuperarse, de igual manera el sector minero, el sector fabril en este caso no creció y por el contrario registro una baja de 0.27%.

En resumen, todos los sectores contribuyeron en porcentaje bajo al PBI en relación a otros períodos que fueron superiores. No hay que olvidar que la corriente del niño tuvo

también un gran impacto en el comportamiento del PBI. A partir de 2018 y comienzos de 2019, el PBI ha subido de 4.0% en el 2018 a 4.2% en los primeros meses de 2019, dicho crecimiento se debe a la recuperación de los desastres de la corriente del niño, pero también al aporte de los diversos sectores excepto el minero, hay que destacar aquí la recuperación del sector manufacturero que representó el segundo lugar después del sector servicio en aporte al PBI (Castillo, 2019).

A todo ello se puede concluir que el Perú es un país atractivo para las inversiones, las favorables perspectivas económicas para nuestro país que viene siendo impulsada por el consumo privado y la ejecución de innumerables obras de infraestructura y desarrollo. Sumado a todo ello el gobierno implementó una política económica responsable, esta medida ha permanecido constante durante los últimos períodos de gobierno. De acuerdo a la opinión del Fondo Monetario Internacional, nuestro país es considerado de naturaleza emergente y estrella de la región, el cual resalta un crecimiento plausible, sólido, sorprendente y de riesgo controlado (Proinversión, 2019).

Figura 1.*Crecimiento del PBI 2009 – 2019*

Nota. Banco Central de Reserva – 2018. Elaboración propia.

Perú ha crecido económicamente a 2018; del mismo modo, los indicadores del año 2013 de la actividad acuícola en comparación con otros períodos también se han visto incrementada, teniendo en cuenta que solo se está considerando la exportación de paiche. Es así que la exportación de paiche se ha incrementado desde el año 2010 de 2.00 TM a 82.00 TM e el 2017, lo que indica que en siete años ha habido un crecimiento de 69.98%, ello se debe a que el crecimiento ha tenido algunos picos en 2012 y 2013, incrementándose en los años siguientes. Siendo aún insuficiente la producción para una demanda actual exigente tanto a nivel interna como externa. También es importante mencionar que las estadísticas presentadas en la tabla 1 y facilitadas por PRODUCE y SIICEX 2018, corresponden

exclusivamente a filete de paiche sin considerar la presentación en alevinos, el cual también registra crecimiento en su exportación.

Tabla 1

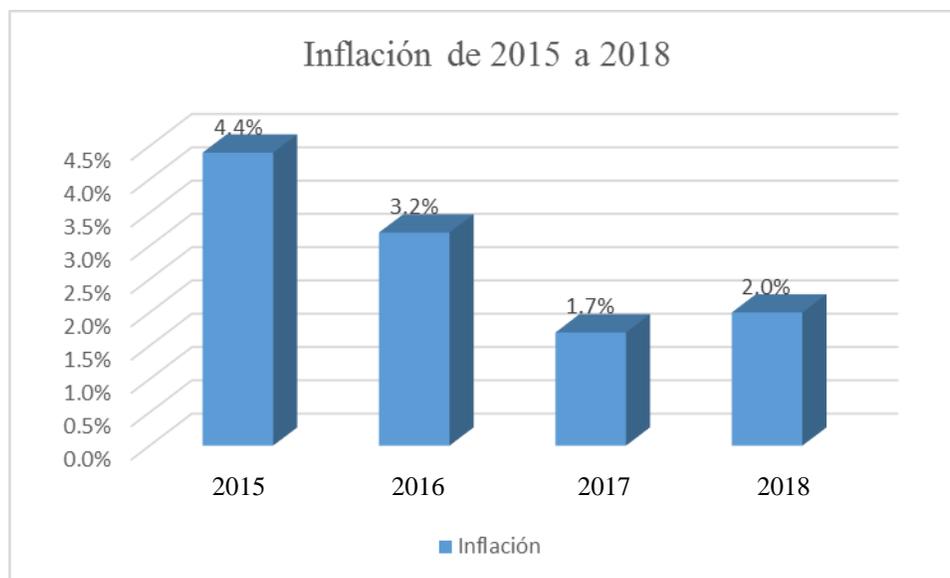
Exportación de filete de paiche

Exportaciones en Kg / Presentación	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Filete de paiche congelado	2.00	32.00	106.00	119.00	24.00	40.00	53.00	82.00

Nota. Datos tomados de PRODUCE 2016 - SUNAT 2018 y SIICEX 2018.

En cuanto a la inflación anualizada del año 2015; esta fue de 4%, la cual disminuyó en el 2016 a 3.2%, cifra superior si comparamos con el 2017 que fue de 1.7% y el 2018 de 2.0%. Las inflaciones superiores registradas en el 2015 y 2016, de acuerdo al BCR (2018), se debieron a los choques de oferta que golpearon a los productos agrícolas, por la falta de agua terminando el año 2016, así también los efectos del fenómeno natural de comienzos de 2017 denominado El Niño Costero. Sin embargo, a finales de 2017 y en el período 2018, esta cifra disminuyó considerablemente por debajo de la inflación esperada del BCR que fue de 2.2% a 2.7% respectivamente.

Esta situación permite a los inversionistas en cualquier rubro de negocio a planificar sus actividades e invertir de forma segura en un país como el nuestro. En términos generales la situación económica de nuestro país es favorable para la competitividad de una industria y sobre todo el sector acuícola.

Figura 2.*Inflación de 2015 a 2018*

Nota. La figura muestra las cifras de la inflación reportadas por el Banco Central de Reserva 2018 – Elaboración propia.

c) Social – Cultural.

De acuerdo a la Organización Mundial de Sanidad Animal (2019, abril, 04), la acuicultura es el sector de mayor crecimiento a nivel mundial y la oferta no puede superar la demanda actual. De manera que si el crecimiento es continuo como se prevé, este sector tendrá que duplicar su producción para el año 2030. Por otro lado el mismo organismo afirma que la acuicultura es fuente generadora de ingresos a casi 20 millones de personas en el orbe y para más de tres mil doscientos millones de personas, este producto constituye el 20% de su consumo per cápita de proteínas requeridas por su organismo.

Por otro lado, el Ministerio de la Producción (2019), anuncia que la acuicultura en el 2019 crecerá en 6.8%, esto representa un avance consecutivo de 5 años, ello representa una producción superior anual de 110,000 toneladas. En el 2018, la producción del sector

acuícola fue de 103,600 toneladas, ello representó un crecimiento del 3.1% teniendo en cuenta el año 2017, principalmente al incremento de la producción de trucha, langostino y la concha de abanico.

Dichos incrementos en la productividad del sector acuícola traen como efecto empleo de personal de la zona en este sector, consecuentemente también mejora los valores del aporte al PBI nacional. Según del Ministerio de la Producción, la acuicultura genera de manera directa e indirecta empleo para 81,917 personas y 324,748 personas como medio de subsistencia. El impacto que genera la actividad acuícola en los lugares donde se cultiva es directo, debido a que se necesita mano de obra especializada y no especializada para esta labor.

En la actualidad la actividad acuícola se realiza en pequeña y gran escala en las zonas de Loreto generalmente a lo largo de la carretera Iquitos – Nauta, Ucayali donde se está desarrollando en mayor escala, Madre de Dios que recién empieza a incursionar y San Martín de la misma manera, donde la actividad acuícola tiene su potencial debido a las condiciones climáticas del lugar, esta producción se incrementará por el involucramiento con fuerza de las instituciones del Estado porque han visto un gran potencial en los próximos años a nivel nacional y mundial en la acuicultura. Precisamente en crianza de paiche, el cual es un producto emergente pero que guarda un gran potencial por su exquisito sabor y gran demanda nacional y ahora extensiva a la demanda mundial. Tal es el caso que el Gobierno Regional de Loreto anunció que para el 2019 se invertirá más de tres millones en una planta procesadora de paiche para los loreanos, inversión que tendrá como efecto un gran incremento de la mano de obra y apoyo a emprendimientos locales, impulsando de esta manera la economía de la región. (Produce, 2019).

Como parte de este anuncio el gobernador de la región entregó este año una cantidad significativa de alevinos a los pequeños productores de paiche en el eje carretero Iquitos Nauta. Actualmente se han identificado en solamente en la provincia de Maynas 146 granjas piscícolas de producción de paiche, las cuales están formalizadas de acuerdo a las exigencias de la administración pública, denominada Dirección de Acuicultura de la Dirección regional de la Producción. Actualmente la producción de paiche proviene de dos fuentes fundamentales en la ciudad de Iquitos, la primera proviene de cochas y quebradas y la segunda proviene de la piscicultura, la cual a través de estas medidas se pretende mejorar la producción para la venta dentro de la región, en otros lugares del país y fuera del mismo donde considera el paiche como una comida exquisita. Directamente con este Proyecto de Inversión Pública Mejoramiento de la Cadena Productiva de Paiche, se creará fuentes de trabajo directamente a 90 familias que se encuentran en el eje carretero Iquitos – Nauta (Produce, 2019).

En el aspecto laboral, como ya se había definido líneas arriba, el régimen laboral de la acuicultura se rige por el mismo régimen peculiar del sector agrícola, debido a las condiciones que se presentan en este sector, las cuales se deben mejorar para favorecer también al empresario o emprendedor que incursiona en este tipo de negocio.

d) Factor tecnológico.

Para la instalación de una granja de paiche, la tecnología a utilizar no es muy sofisticada. Sin embargo, es necesario mencionar que toda la tecnología que se requiere se puede encontrar localmente, como motores, construcción de jaulas, frigoríficos, planta de procesamiento, entre otros equipos de fácil obtención. Al respecto existen muchos

proveedores que pueden facilitar lo necesario para la construcción de granjas para tal propósito.

Aunque el desarrollo de la innovación ha sido hasta hoy muy bajo en el desarrollo acuícola en la región para la producción de paiche en comparación con otros productos entre ellos la trucha donde se encuentran alrededor de 62 plantas de las cuales solo 48 están operativas y distribuidas entre Moquegua (15), Arequipa y Tacna (14) Puno (5), obviamente que de esas plantas unas son de congelado, producción de harina de pescado, enlatado y otros procesos (Produce, 2018). En Loreto, mediante el Proyecto de Inversión Pública Mejoramiento de la Cadena Productiva de Paiche, el Gobierno Regional de Loreto implementará una planta de procesamiento de paiche para poder incrementar la producción de paiche en presentaciones de pescado fresco, seco, salado y salpreco para el consumo nacional y la exportación.

e) Factor medioambiental.

El paiche es un pez que bío geográficamente pertenece al Neo trópico, que se aplica a la fauna que habita en el continente sudamericano principalmente. Se encuentra a lo largo de la Cuenca Amazónica como Brasil, Perú, Colombia, Ecuador, Guyana, Venezuela y por repoblamientos en Bolivia.

El ambiente en el que suele habitar son las lagunas de aguas negras, que tienen una alta presencia de vegetación acuática flotante, es una transparencia con sólidos en suspensión de origen orgánico. Con Ph ligeramente ácido, aguas que por lo general contienen bajos niveles de oxígeno disuelto ($< 1 \text{ mg/l}$), por esta razón puede ocupar todo tipo de lagunas amazónicas, sin embargo, no por esto va a vivir en cualquier tipo de agua biológicamente no apta para biota alguna. Aunque es un pez que uno presenta grandes migraciones, tiene la

capacidad de desplazarse fuera de su área geográfica de asentamiento normal, hacia los canales secundarios o principal del río u otras cochas durante la estación de lluvias, siguiendo al cardumen de peces migratorios y que ingresa a la zona inundable a refugiarse, también porque la calidad de agua ha bajado su nivel de calidad, en la búsqueda de nuevas zonas con mejores oportunidades de sobrevivencia.

Desde el punto de vista sanitario en ambientes controlados, como cualquier pez de uso acuícola, las características de calidad del agua y del ambiente en que se encuentra, debe ser óptima para su manejo durante la crianza, reproducción y engorde.

Para que obtenga un buen peso, sea inocuo y de calidad sanitaria para el consumo, no debe de sufrir ningún tipo de stress ambiental que ocasione merma en su sistema inmunológico, ni crecimiento y no se constituya en un vector transmisor de enfermedades, para ello es necesario que el piscicultor mantenga dentro su método de crianza las buenas prácticas acuícolas y ambientales.

En cuanto al compromiso con el medio ambiente, tal como lo solicita el “Convenio de Conversación, Inversión y Producción, en la parte CUARTA, inciso c) y d), manifiesta lo siguiente: Prever que los desarrollos de sus actividades no afecten el medio ambiente o altere el equilibrio biológico del medio circundante, cumpliendo para tal efecto con los compromisos ambientales asumidos ante PRODUCE a través del Estudio Ambiental o Declaración de Impacto Ambiental.

2.1.2.2 Factores sectoriales o industriales.

Para Fernández, Montes y Vásquez (1997), afirman que la competitividad de una empresa no puede evaluarse independientemente de las condiciones estructurales donde se desarrolla la empresa (p. 19). Sino que ello va más allá de identificar solamente a la

competencia directa sino también se encuentra en su entorno donde se encuentran otros elementos exógenos que conforman la industria.

Para Porter (2017), la competencia no es prerrogativa exclusiva de aquellas empresas que están en el mismo rubro y vendan el mismo producto, ello implica también otros tipos de productos o servicios que rebasan las características de la competencia directa e incluye a lo que él denomina otras fuerzas competitivas: referidas a los cliente, proveedores, también se consideran aquellos que tienen la intención de ingresar al mercado para competir, así también se consideran a los productos o servicios sustitutos, todos ellos conforman la estructura de una industria y que a su vez interactúan entre ellas (p. 7).

A continuación, se muestra el análisis realizado de las cinco fuerzas en el sector de la acuicultura.

Rivalidad entre competidores.

Los competidores están constituidos por los países en las cuales habita el paiche, es decir, aquellos que se encuentran en la región amazónica como Colombia y Brasil, a su vez, aquellos países exportan el mercado de Estados Unidos, en este caso nuestra competencia estaría representada por Brasil, quien tiene mayor experiencia en la crianza de este producto.

Sin embargo, la demanda por productos de gran poder nutritivo y naturales del país norteamericano, hace que la oferta sea insuficiente.

En cuanto a los competidores internos identificados en la región Ucayali son la empresa chilena “Industrias Campo Verde”, con una inversión de un millón de dólares y 250 pequeños empresarios que están trabajando también con gamitana y paco. También se encuentra otras empresas importantes de grupos peruanos que también cultivan el paiche en otras zonas de la amazonia como Acuícola Los Paiches (Grupo Inversor Hochschild)

localizada en Yurimaguas (Alto Amazonas, Loreto) que entre los años 2015 y 2016 ha cosechado poco más de 850 Tn, producidas y comercializadas en supermercados y restaurantes de Lima, así como entre los clientes de España y Estados Unidos, a precios que varían entre 18 y 29 USD/kg; Acuicultura de Huara S.A.C (con bases operativas en Tumbes y Lima) adquirió entre mediados del 2010 y hasta el 2012, un total de 1.400 crías de MAYNAS y a la fecha ha cosechado y comercializado en restaurantes de la capital peruana, a un precio promedio de 16,4 USD/kg (información de 2016), en presentación tipo IQF (Jorge Favre, comunicación personal); le sumamos la importante inversión de capitales chilenos en Pucallpa (Amazon Fish Products S.A.), Amazon Harvest S.A.C., Fundo Tony, Peces & Pescados y The Tiger Ranch E.I.R.L. para convertirse en un consorcio de productos de carne, podemos predecir que el futuro de la paichicultura se presenta promisorio no solo en la región amazónica, sino en todo el Perú. Sin embargo, la competencia en este contexto no es una preocupación debido a que el consumo de pescado es elevado y la oferta es insípida, aspecto que favorece a los productores porque la demanda supera a la oferta.

Posibles ingresos de nuevas organizaciones al sector.

El paiche no es un pez de agua dulce que solo se cría en el Perú, este crece y se cultiva en varios países como comprendidos desde Colombia, Brasil, Venezuela y ahora también Chile, que ha comenzado a producir desde 2012 en Arica: por lo que estos países resultan ser competidores altamente potenciales. Debido que el mercado es exigente, variado y amplio tanto fuera como dentro del país, la producción del paiche es insuficiente, la producción va al mercado extranjero en grande parte de ella por alto precio que pagan países como Japón, Estado Unidos, Europa, entre otros países, que compran en presentaciones de filete de pescado y como pescado ornamental. Los competidores a nivel mundial lo constituyen

Colombia, Brasil, que también poseen esta especie, sin embargo, el consumo de este producto es altísimo a nivel nacional y mundial.

Esta amenaza se puede analizar a través de las barreras de entrada que presenta el sector y que se menciona a continuación:

Inversión necesaria. En este aspecto se puede decir que la inversión no es un obstáculo debido a que no es demasiada para un inversionista extranjero o nacional, debido a que existen formas de crianza de acuerdo al monto de inversión, la cual implica decidir si es necesario la implementación con tecnología o con materiales más simples como las pozas para la crianza de esta especie. En cualquiera de las formas la inversión no es un problema, en cuanto al terreno para crianza por lo general este tipo de peces se crían en la selva, por lo que los espacios o terrenos son concedidos por la comunidad o la misma región con el apoyo del Ministerio de la Producción o la Dirección Regional de Loreto, instituciones que apoyan para la crianza y difusión de esta especie.

Economía de escala. En el Perú no existe economía de escala para este producto debido a la baja producción y a la existencia de pocas empresas dedicadas a este rubro. El indicador de esta afirmación es la existencia de una gran demanda a nivel mundial y la limitada oferta de este producto proveniente de Perú, Brasil, Colombia y ahora Chile, por lo que se concluye que este factor de economía de escala tampoco constituye una barrera de ingreso. En el Perú, existe un gran apoyo del Ministerio de la Producción e instituciones similares que apoyan a las empresas sumergidas en este rubro para el asesoramiento en la implementación y el uso de tecnología para la crianza de esta especie. En el aspecto internacional países como Brasil, Colombia y Chile que son los competidores internacionales podrían implementar mejores

tecnologías al respecto, sin embargo, no se han reportado tecnologías de última generación que permitan una alta inversión para ingresar a esta industria.

Ventaja absoluta en costos. En cuanto al factor costos se podría inferir que las empresas que entran a esta industria con mejor tecnología tienen la facultad de obtener mejores ventajas en este aspecto, es decir y como ya se había mencionado con anterioridad la tecnología está referida al tipo de crianza que adopta. Otro aspecto que los podría distinguir es el procesamiento del producto y la manera de congelamiento que puedan hacer al producto, aspectos que les proporciona ventaja en la estructura de costos.

Acceso a puntos de distribución. Este tema tampoco es un escollo para ingreso al sector ya que se implica la ley de oferta y demanda, y los distribuidores norteamericanos con el fin de mantener el abastecimiento para los supermercados compraran en el país que les abastezca de mayor cantidad de paiche. En cuanto al canal de comercialización de Estados Unidos, éste se realiza a través de *brokers*. El acceso a estos canales, solo tiene la limitación de cumplir los requisitos de calidad y sanidad que exige el país norteamericano.

Barreras administrativas y legales. El estado mediante sus actividades de promoción de la inversión en esta actividad, facilita los trámites administrativos como permisos, concesiones y otros para realizar la actividad en los lugares autorizados. Por lo tanto, tampoco es una barrera de entrada al sector. Ello como parte de promocionar e incentivar la crianza de este producto, además como medio de generar puestos de empleo e incentivar la economía del lugar.

Sin embargo, en lo referente a la exportación a Estados Unidos, las barreras de ingreso del producto a este mercado son relativamente altas, pero no infranqueables, esta situación afecta a todos los países que exportan sus productos alimenticios a este mercado.

No obstante, en el Perú, a pesar de las facilidades que da el gobierno, no se han realizado mayores inversiones en este rubro. Esta es una situación preocupante pues teniendo las condiciones adecuadas para la crianza de paiche las estadísticas nos muestran un panorama diferente.

Los productos sustitutos. La variedad de productos sustitutos que pueden ingresar a Estados Unidos son muchos y estos productos son provenientes de diferentes países. Pero es necesario mencionar que el paiche es un producto que posee características particulares como su carne blanca y abundante, además de su sabor peculiar. Es por ello que este producto es uno de los más preferidos por el paladar norteamericano y aquellos de paladar exquisito. Por otro lado, Estados Unidos se le considera un gran consumidor de pescados y mariscos, este país es el segundo importador después de Japón. De todas las importaciones que realizan los países mencionados, el Perú sólo representa el 1% de sus importaciones. De acuerdo a Promperú (2012), de los productos que Perú exporta a ese Estados Unidos, el 66% son mariscos, 31% es pescado fresco y congelado y 2% pescado enlatado.

Poder de negociación de los proveedores. Los principales lo constituyen los abastecedores de alevinos y alimento. Se puede decir que siendo el paiche una especie protegida por el Estado, debido a la pesca informal y depredadora que la captura sin ningún cuidado. En tal sentido, para conservar su reproducción y medioambiente, el Instituto de Investigación de la Amazonia Peruana (2006), está manejando planteles de paiches adultos en sus centros de investigación de MAYNAS y Pucallpa, con la finalidad de mejorar el conocimiento de su cultivo. Del mismo modo, la Dirección Regional de Maynas también contribuye con el abastecimiento de alevinos a los productores de Iquitos y los que se encuentran en gran parte de la extensión de la vía Iquitos – Nauta. En tal sentido, el abastecimiento del alevino estaría

dado por el IIAP. También se considera productores locales que se dedican a criar y vender cada cierto tiempo y de acuerdo al tamaño en el mercado local y al mercado asiático, quienes solicitan como peces ornamentales.

Con respecto a los equipos, tanto en Iquitos como en Lima se encuentra la disponibilidad de maquinaria, equipo y alimentación, en el caso de Iquitos siendo una ciudad tropical y fluvial cuenta con todos los equipos necesarios para la implementación de las jaulas y abastecimiento de lo necesario para la crianza de paiche. Es así que se pueden encontrar materiales para la construcción de las jaulas, motores y alimentación apropiada para este producto. En cuanto a esta última (alimentación), es necesario mencionar que el principal alimento para paiche es una especie que también se encuentra en los ríos del Amazonas y se denomina Bujurquis y otras variedades que se encuentran en su habitat, estos pescados mencionados son el alimento diario de estos gigantes de río. Pero también es necesario mencionar que el paiche se ha adaptado a la dieta de alimentos balanceados. En la actualidad los proveedores relacionados a la alimentación balanceada existen los suficientes como para poder abastecer la demanda existente. En este conjunto de proveedores también se encuentra el personal operativo, aspecto que hay en abundancia en esta región. Así también se encuentran los proveedores en capacitación acerca de la crianza la cual está a cargo de las instituciones del Estado. Por lo que se infiere que en cuanto al poder de negociación de los proveedores, esta no es relevante.

Poder de negociación de los consumidores. Teniendo en cuenta son todos los países importadores de este producto, entre los más grandes y representativos se encuentra Japón y estados Unidos, así también los clientes de consumo interno. Se infiere que de manera general

todos los clientes cuentan con poder de negociación por la cantidad de consumo que se registran en las estadísticas.

2.1.2.3 Factores internos.

De acuerdo a Díaz de Santos (1996), la ventaja competitiva es un factor diferencial en las empresas, es decir los clientes califican únicos en su especie o con características que no se encuentran en otro producto (p. 17). También menciona el mismo autor que es una destreza o habilidad que poseen las empresas que las pone en un lugar privilegiado ante los ojos de los clientes que lo miran como exclusivos. En ese mismo sentido, la competitividad implica que las organizaciones tengan la capacidad de competir en un mercado donde todos compiten bajo las mismas condiciones.

A partir de los conceptos mencionados, a partir de ellos nacen algunas explicaciones acerca de la ventaja competitiva sostenida en los conocimientos o también conocida como recursos. Este conjunto de explicaciones conforma tres teorías como de los recursos, teoría de las capacidades dinámicas y teoría del conocimiento.

Penrose es el defensor de la teoría de los recursos, esta fue desarrollada en la década de los años 80 y 90, esta teoría sostiene que a competitividad se encuentra o nace al interior de la empresa y tiene a su mayor exponente en Penrose. Para poder entender la teoría de los recursos, es necesario definir el término recursos, al respecto se puede decir que se refiere al conjunto de maquinarias, equipos, la infraestructura de la organización, las capacidades de sus trabajadores, entre otros que son necesarios para elaborar el producto o brindar el servicio. Sin embargo, ellos por sí solos no generan valor, más que cuando se interrelacionan entre ellos y combinados con las capacidades organizacionales. Con ello es necesario que posean características que sean muy singulares y que no puedan ser imitadas con facilidad

por la competencia. Para terminar esta teoría no depende de la estructura del mercado sino de los factores internos de la empresa.

2.1.3 Factores de competitividad de la producción acuícola

Teniendo en cuenta que en esta tesis se trata a cerca de los factores de competitividad de las empresas de acuicultura, se analizara aquellos factores que se consideran importantes para la competitividad de las empresas de exportación del paiche. Con la exposición de estos factores no se pretende opacar ni tampoco restas importancia a los factores macroeconómicos y sectoriales mencionadas líneas arriba y que también influye en la competitividad de las empresas de exportación de paiche. Tan solo se pretende los factores que más se adecuan a los objetivos de esta investigación.

2.1.3.1 Factores biológicos.

Al paiche se le considera el rey de los animales de agua dulce, por el gran tamaño que ostenta, debido a que sus dimensiones pueden alcanzar los tres metros de largo y pesar hasta 200 kg. Se le conoce por su nombre científico *Arapaima Gigas* y en otros países lo llaman Pirarucú. Generalmente se le encuentra con mucha frecuencia debido a su habitad natural en la región Loreto, pero ha podido ser criado en cautiverio en jaulas y pozas en Ucayali, en Madre de Dios y en la Región San Martín.

Su carne es exquisita y de gran demanda por los paladares exigentes a nivel mundial, esto ocasionó la depredación sin límite llegando casi a la desaparición de la especie. Razón por la cual los países que lo poseen están difundiendo la crianza de este pez en cautiverio. Esta especie no es tan exigente con la alimentación y se adapta a la que se encuentre disponible. El paiche es consumido mayormente en su estado seco salado, más que en su estado fresco.

2.1.3.2 Factores técnicos.

El crecimiento del sector ha evolucionado positivamente en los 10 años anteriores en lo referente a la producción de alimento de origen animal se refiere. Según Vela (2014), en la próxima década la generación de productos extraídos de la acuicultura va a superar a la de carne de otros que animales. Es por ello que los países productores y abastecedores de productos marinos y acuícolas como el Perú, deben mejorar su capacidad de producción, obtener productos de mejor calidad, encontrar nuevos puntos de reparto y garantizados en su inocuidad en un producto de calidad y certificado (p. 18).

De acuerdo a Yamashita (2013), nuestro país es considerado de una gran tradición pesquera en el mundo, del mismo modo como un importante exportador de dicho sector. Sin embargo, en los últimos años ha disminuido su potencial registrando porcentajes por debajo del nivel que normalmente produce nuestro país. Tal es el caso que dicho sector contribuyó al PBI nacional en 2017 sólo el 1.2%, porcentaje muy bajo si se compara con otros períodos (Sociedad Nacional de Pesquería, 2017).

En cuanto a la tecnología a emplear para la acuicultura, está sujeta de acuerdo al tipo de cultivo y especie que se realizará. Para todo ello, existe la disponibilidad de material y lo necesario para la implementación de un sistema de crianzas paiche.

Sin embargo, la informalidad, la dispersión de la actividad, la escasez de plantas para la producción de alimento balanceado, así también se considera el escaso conocimiento de tecnologías de cultivo en ese sector, del mismo modo conocimiento de inversión y retorno del mismo, aspectos de sanidad e inocuidad y también limitada oferta de servicio de sistemas de frío, transporte energía y comunicaciones (PRODUCE, 2011, pág.45).

El paiche, como producto para crianza al mismo tiempo que es rentable es fácil de criar por el crecimiento rápido y resistencia como especie. Franco y Peláez (2007), describe a continuación los sistemas de cultivo:

Cultivo en estanque.

La implementación de este sistema de crianza es necesario que los estanques posean un sistema de evacuación con la finalidad de poder desaguar, otra característica importante es un desnivel con una inclinación mínima del 5% y características de terreno arcilloso para evitar filtraciones de agua.

Precria.

Este proceso inicia cuando los alevinos tienen una medida de 15 cm, este proceso se debe desarrollar en estanques pequeños de máximo 400 m², ello con la intención de facilitar su manejo. La cantidad de alevinos por metro cuadrado es recomendable en una cantidad de 2.5 peces, con un peso promedio de 41 gramos por pez. Ellos se deben alimentar hasta la saciedad hasta alcanzar 150 gramos de peso en promedio y alrededor de 25 cm de longitud, aquí es el momento que pase a la siguiente etapa de engorde.

Engorde.

Cuando pasan a la etapa de engorde, los alevinos pasan a espacios con áreas superiores a los 500 m². En esta etapa sólo se puede tener un solo pez por 4.3 m² y la alimentación está en función de alimento concentrado al 40 – 45% ricos en proteínas. Es necesario estar atento en aquellos peces que crecen y tienen mayor tamaño para poder separarlos en una siguiente etapa.

Cultivo en jaula.

El cultivo en jaulas es una excelente opción para optimizar espacios y tener mayor población de peces. Por lo general las estructuras de las jaulas tienen dimensiones de 10 x 10 x 3 m, es decir un área de 250 m³ sumergidos. La capacidad para albergar paiches es estas jaulas es de 1,000 paiches por jaula de 12 kg por unidad y el soporte en peso es de 20 toneladas.

Los niveles de producción de esta especie en Loreto y en gran parte de la Amazonia peruana se distingue tres niveles de producción: a) nivel extensivo o familiar; b) Nivel semi intensivo o comercial y c) Nivel intensivo o comercial – industrial. Los niveles de producción dependen de la tecnología y el destino de la producción.

Producción extensiva o familiar. Este tipo de producción talvez sea la más difundida en la Amazonía peruana, debido a que su práctica es empleada por los nativos del lugar y es para autoconsumo, también es para venta en pequeña escala o como unidad de intercambio con otros productos. La producción es en pequeña escala y por lo general es artesanal sin ningún tipo de asesoramiento técnico. El abastecimiento de agua para este tipo de crianza es mediante ríos o estanques, ojos de agua o agua de lluvia. Por lo general esta crianza se realiza conjuntamente con otros animales de corral como la gallina, los patos, entre otros que forman parte de la alimentación de los lugareños. En este caso el crecimiento de los peces es limitado y lento debido a la limitación de la alimentación la cual es pobre en proteínas.

Producción semi intensiva comercial o medio. Este tipo de crianza se ejecuta en lugares apropiados que cuentan con las condiciones de crianza, pero además usan tecnología y el mercado al que abastecen por lo general es local. En este tipo de producción existe mayor control en cuanto a la entrada y salida de agua y es importante aquí el abastecimiento de agua. La crianza se realiza en estanques cuyas dimensiones son entre 1,000 y 5,000 m². Los peces

cuentan con una alimentación balanceada en función de la etapa de vida de la especie y se realizan cuidados minuciosos teniendo un seguimiento adecuado.

Producción intensiva o comercial – industrial. En este tipo de producción se emplea tecnología adecuada para este tipo de proceso, el cuidado es mucho más minucioso que los anteriores tipos de producción, aquí se requiere la participación de especialistas en la crianza de esta especie, pues esta producción se hace a nivel empresarial y por lo general para exportación, por lo que se requiere alta calidad en la crianza y en el procesamiento.

2.1.3.1 Factores macro ambientales.

Es importante identificar espacios donde se puedan instalar áreas productivas que sean adecuadas como la importancia de asegurar el abastecimiento de agua, alimentación abundante, mano de obra, clima adecuado y asesoría técnica especializada. En este aspecto la Región Loreto cuenta con todas estas características para realizar la crianza de esta especie. En cuanto al abastecimiento del agua, esta debe ser prioridad pues aunque haya la disponibilidad es necesario tener los cuidados adecuados para que no haya problemas con estancamiento, proliferación de insectos u otros contaminantes. Sin embargo, el factor que produce grandes daños a la crianza de paiche son los productos químicos como los fertilizantes y agroquímicos, los cuales por un tema de escurrimiento pueden llegar a las fuentes de agua que se usan para el abastecimiento de los estanques o jaulas. Razón por la cual se recomienda que las granjas se instalen en lugares o espacios donde no hayan sido utilizados para la agricultura o por lo menos en dichos espacios no se hayan empleado sustancias químicas. La calidad del agua es fundamental, pues con ello se evita la proliferación de enfermedades a los consumidores de este producto. Este objetivo de cuidado del agua se logra mediante el cumplimiento de ciertas normas señaladas por la Norma

Sanitaria para las actividades Pesqueras y Acuícolas, Reglamento de la Calidad del Agua para Consumo Humano y la Ley de Inocuidad Agroalimentaria.

Tabla 2

Normas Sanitarias en la actividad acuícola.

Actividad / Infraestructura	Medidas sanitarias
Sobre el agua	No deben estar cerca a zonas de descarga de aguas servidas, cualquiera fuera su origen.
Sobre las instalaciones	Estas deben ser lo suficientemente amplias como para realizar una actividad limpia y sana.
Espacios requeridos	Se debe considerar en el diseño el riesgo de contaminación con otros espacios cercanos.
Cultivos en tierra	Se debe asegurar que sean espacios amplios donde se asegure el abastecimiento de agua, el cual debe ser limpia y suficiente, evitando la contaminación. En cuanto a los materiales usados para la construcción de los espacios de crianza, estos también deben cumplir con los requisitos solicitados para el agua.
Métodos y procedimientos para la actividad	Deben cumplir con los procedimientos sanitarios para evitar la contaminación del producto y por ende del consumidor.
Programa de Higiene y Saneamiento	El centro de crianza debe cumplir con un plan de higiene y saneamiento. Ello implica una limpieza profunda de las instalaciones y dotación de agua de calidad.
Manipuleo	Se refiere al conjunto de técnicas para la manipulación en todos los procesos de crianza de paiche.
Técnicas de cosecha	Debe cumplir con estándares de calidad y limpieza.
Programa de aseguramiento de la calidad	Deben certificarse bajo un sistema de calidad que garantice la misma.

Nota. Datos tomados de la FAO.

Principios y buenas prácticas de la FAO y otras normas. Las siguientes normas tienen la intención de mantener la calidad, limpieza y seguridad alimentaria, a la cual se han sumado otras recomendaciones internacionales. Todas van enfocadas al cuidado de la especie y el

apoyo de parte del Estado para la subsistencia, preservación, mantenimiento y promoción de la especie en la acuicultura. Para ello el Estado debe apoyar en todos sus sentidos a este sector y sin dejar de preservar también el medio ambiente. Bajo esa premisa el Estado debe crear estrategias que coadyuven al cumplimiento de la acuicultura y también promover procedimientos efectivos que faciliten el adecuado cuidado ambiental sin perjudicarlo y por el contrario traer beneficios a la sociedad o comunidad del lugar. En tal sentido, dicho cuidado debe ir enfocado al uso de productos naturales en el empleo de fertilizantes, nutrientes entre otros.

2.1.3.2 Factores económicos y de la organización empresarial.

En cuanto a este tema se puede hablar acerca de la rentabilidad de empresas que han incursionado en este sector, además se trata acerca de las instituciones encargadas de apoyar el sector acuicultura y la cantidad de empresas que se encuentran en este sector. Para hablar del tema económico. Según estudios realizados por diferentes autores, además de los planes de negocio expuestos por el Ministerio de la Producción a través de consultores externos, se puede mencionar que para implementar una empresa industrial de crianza de paiche para exportación se requiere según ESAN (2014) y de acuerdo a Gastello (2015) de S/. 5,479,809.95 soles y de 6.562.302.00 soles y con una producción anual de 100 TM/año y de 1,040 TM/año respectivamente. Del mismo modo, luego de la evaluación económica de los proyectos mencionados se tiene un retorno de 49.54% y de 69% respectivamente. En cantidades menores y en mercado interno la rentabilidad podría ser de 6% (Pro Amazonía).

A nivel nacional y de acuerdo a las empresas que exportan el producto en estudio al mercado de Estados Unidos para el año 2014 existían seis empresas según se reportaba en Infotrade de PROMPERÚ. Las cuales son: Acuario Valentina E.I.R.L, Amazon Fish

Products S.A, Acuícola Los Paiches S.A.S, Amazon Tropicals Acuario E.I.R.L., y Peruvian Rivers E.I.R.L. quienes exportan el paiche en diversas presentaciones, desde alevino hasta filete de paiche congelado, estas empresas son las más importantes hasta la actualidad, a parte de la existencia de pequeñas empresas que realizan exportaciones limitadas o empresas que abastecen a otras exportadoras, en este grupo también se encuentran las informales.

En cuanto a los precios del producto se tomará en cuenta a la presentación de “filete de paiche congelado” para exportación, el cual se encuentra en 52.24 dólares americanos en el mercado norteamericano. El paiche se exporta bajo diferentes partidas arancelarias, de acuerdo a la presentación que se quiera exportar, en esta investigación se ha definido como presentación final “filete de paiche congelado” y la partida arancelaria es la siguiente:

Tabla 3.

Partida arancelaria del paiche

Partida Arancelaria	Descripción
304299000	Filete de paiche congelado

Nota. Elaboración propia

La exportación de paiche a este país es realmente insuficiente, teniendo en cuenta que de acuerdo a un estudio de mercado realizado por PROMPERÚ en 2012, denominado “Estudio de mercado en Estudios Unidos”, manifiesta que el 54.6% de los hogares norteamericanos consume pescado y marisco congelado durante el curso del año (Promperú, 2012). Sin embargo, según un estudio realizado por la FAO en ese mismo periodo 2012, la producción acuícola mundial alcanzó el 56.4%, en el mismo documento expresa que el 40.5% del pescado se comercializa vivo, fresco o refrigerado y el 45.9% se le procedimiento y presentaciones acordes a la necesidad del mercado (FAO, 2012).

Así mismo, el filete de pescado fue la presentación más requerida para los Estados Unidos, de acuerdo a las empresas mencionadas líneas arriba entre otras empresas en los periodos 2010 – 2017.

Como referencia se tiene que de esa cantidad de exportaciones realizadas hasta el 2014, de acuerdo a *Infotrade* PROMPERÚ la empresa que ha exportado en mayores volúmenes es Acuícola Los Paiches SAC, seguida de otras empresas que han exportado menores cantidades.

También se puede apreciar que las exportaciones se han realizado en diferentes presentaciones, pero además se aprecia que el mismo producto y en la misma presentación se ha exportado en diferentes partidas. Otro aspecto importante que se puede resaltar es el crecimiento que ha experimentado las exportaciones de paiches en los periodos 2010 a 2013, el cual fue de 133.45%. Además del crecimiento constante desde 2014 a 2017 fue muy importante. En cuanto a las organizaciones que se encuentran comprometidas con el desarrollo y apoyo a la acuicultura amazónica se puede mencionar las siguientes.

Tabla 4.*Instituciones que apoyan al sector acuicultura.*

SOCIO ESTRATÉGICO	ACTIVIDAD
MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN. Dirección Nacional de Acuicultura DNA	Asistencia para fines administrativos de tramitación y permisos de inicio de la actividad.
Gobierno Regional de Iquitos. DIREPRO	Asistencia técnica para procesos de producción y manejo de la concesión.
Fondo Nacional de Desarrollo Pesquero – FONDEPES.	Formalizar compromiso para el Aseguramiento de alevines en la primera etapa. Años 1,2 y 3
Instituto de investigación de la Amazonía Peruana – IIAP.	Formalizar compromiso para el Aseguramiento de alevines en la primera etapa. Años 1,2 y 3
Instituto Veterinario de Investigaciones Tropicales y de Altura – IVITA.	Aseguramiento de alevinos para la primera etapa. Asesoría técnica para la productividad
Instituto Tecnológico Pesquero – ITP	Asesoría técnica para la productividad
Dirección General de Salud Ambiental y Ocupacional - DIGESA.	Asesoría técnica para la sanidad productiva
Agencia de Promoción de la Inversión Privada – PROINVERSIÓN	Asesoría técnica para la productividad.
Comisión de Promoción del Perú para la Exportación. PROMPEX	Inteligencia comercial. Información de mercado actualizado para la exportación.
Asociación de Exportadores – ADEX: Comité Regional de Pesca y Acuicultura.	Inteligencia comercial. Asesoría técnica para la comercialización exportadora.
Sociedad Nacional de Pesquería – SNP	Asociatividad comercial
Exportadores de paiche	Acopiadores con mercado propio dentro de los Estados Unidos para la exportación de Paiche.
Artisan Fish	
Grupo Hochschild	
Empresas importadoras de Estados Unidos	Empresas que requieren agregar al paiche como producto de importación (a USA).

Nota. Elaboración propia

2.2 Bases teóricas de la variable dependiente: exportación

La segunda variable que se identifica en esta tesis es la exportación, la cual se estudió desde el concepto más básico hasta aspectos más trascendentales.

2.2.3 Conceptualización de comercio exterior

El intercambio de mercancía con otros países es algo que beneficia a todo país que lo practica. El Perú es uno de aquellos países que se beneficia en el comercio exterior, cuya apertura comercial se inició a los años 90, desde aquel tiempo se ha venido intercambiando tanto productos como servicios de nuestro país con otros, por otro lado, también se ha dado a conocer la riqueza de nuestros recursos a nivel y de esta manera nuestro país ha ido creciendo insertándose de esta manera a las nuevas tendencias de la globalización.

El proceso de exportación se da como un intercambio o tráfico entre dos países con recursos diferentes y que ambos convienen en realizar intercambios de bienes y servicios con la intención de ser empleados en el país que lo solicita. De tal manera que esta operación beneficia a ambos de acuerdo a la legislación establecida en cada país (Comunidad Forex).

Según SUNAT define a la exportación definitiva, como el proceso por el cual se nacionaliza una mercadería para ser empleada y consumida en otro país y de acuerdo a la legislación peruana no está afecto a ningún tributo.

2.2.4 Comercio exterior y comercio internacional

Muchas personas pueden confundir estos términos y tomarlos como sinónimos, sin embargo, ambos tienen una concepción diferente. La diferencia radica en que la práctica se da entre dos naciones que se encuentran geográficamente distantes. Aclarando el concepto,

el término “comercio internacional” es el comercio realizado entre un país con más de una nación.

Para Calduch (s.f), es el proceso de intercambiar bienes y servicio de una economía contra otra economía que requiere el bien o servicio. A diferencia del comercio internacional que es el intercambio entre varias economías.

2.2.5 Clasificación de la exportación

Para la Ley General de Aduanas registrado en el Dec. Leg N° 1053, definen la clasificación de las exportaciones de la siguiente manera:

a) Exportación definitiva.

Es el proceso de salida del país de mercadería que ha sido nacionalizada o es de procedencia nacional para su consumo en el país donde se desea exportar. Estas mercancías son embarcadas en el trayecto de 30 días calendario, la fecha corre a partir del día en que se enumera la DUA. Este tipo de exportación se tramita mediante exportaciones por régimen general, cuyas exportaciones son en valores FOB iguales o superiores a los 2000 dólares y se necesita un agente de Aduanas; la exportación por régimen simplificado, aquí el monto de exportación en valor FOB es inferior a los 2000 dólares, aquí no es necesario un agente de aduanas y por último se tiene las exportaciones por Servicio de Mensajería, las cuales se realizan por envío postal y se envían por medio de Courier. También se cuenta con el sistema “EXPORTA FÁCIL”, el cual es mecanismo elaborado con la intención de promover la exportación y están diseñados para los micro y pequeños empresarios, cuyos valores de exportación no superen los 2000 dólares.

b) Exportación temporal para reimportación en el mismo estado

Se emplea para reimportar mercadería nacional o nacionalizada en el período no superior a los 12 meses, dicha mercancía no sufre ningún proceso de transformación.

c) Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo.

Se trata de las mismas características de la exportación temporal para reimportar, pero en este caso la mercancía que sale si sufre un proceso de transformación.

2.2.6 *El drawback*

Se trata del reembolso que realiza el Estado como consecuencia de la exportación, este es un incentivo que realiza el Estado con la intención de promover la exportación y el valor de la restitución es del 8% del valor FOB.

2.3 Marco conceptual

Estrategia competitiva.

Porter considera que la estrategia competitiva, se encuentra dentro de la empresa y para ello se debe identificar cuáles son los aspectos diferenciales o qué mejor hace la empresa que no pueda ser copiado con facilidad y que tenga sostenibilidad (2015, p. xxii).

Diversificación de mercados.

Los mercados crecen, cambian, se renuevan, se transforman y las empresas deben avanzar a la par de dichos eventos, es por ello que la diversificación de mercados propone nuevos segmentos de crecimiento más rápido, nuevas barreras de ingreso, nuevos costos y precios, razón por la cual las empresas deben mimetizarse y transformarse para mantenerse en el mercado (Porter, 2015, p. 21).

2.4 Aspectos de responsabilidad social y medio ambiente (RSMA)

Las estrategias relacionadas a la economía de escala, especialización, costos y también la diversificación de mercados para exportaciones de Paiche pueden coincidir, pero

los aspectos de responsabilidad social y medio ambiente, no deben ser barreras, sino lo contrario deben situarse al lado de las ventajas competitivas, y para ello deben contarse con lo último en instalaciones, estrategias, sistemas de calidad, servicios relacionados, en relación con el tamaño de planta o escala logrados. Estos costos fijos de operación, logrados por nuestra empresa en aplicación del RSMA, al repartirse entre muchas unidades, otorgara la ventaja comparativa en la industria (Porter, 2015, p. 15).

III. Método

3.1 Tipo de investigación

La investigación fue correlacional, no experimental, transversal y cuantitativo. Se determinó correlacional, porque se propuso identificar el grado de asociación entre las variables intervinientes. Para Hernández et al (2014), a un estudio se le denomina correlacional cuando existe relación entre las variables del estudio (p. 92).

No experimental porque las variables fueron presentadas sin manipulación a voluntad del investigador. Para Hernández et al (2014), los estudios no experimentales se refieren a estudios donde los investigadores no manipulan deliberadamente ninguna de las variables por el contrario se registran tal como se encuentran (p. 152).

Fue transversal o transeccional porque los datos se registraron de una sola vez. Para Hernández et al (2014), este diseño recoge los datos en un solo período de tiempo (p. 154).

Cuantitativo porque empleó procedimientos e instrumentos de medición para el análisis de la información. Para Hernández et al (2014), se llama cuantitativa cuando emplea mecanismo numérico o la estadística y prueba hipótesis con la información recogida de la investigación (p. 4).

3.2 Población y muestra

Se registró (10) empresas productoras de Paiche que trabajan actualmente exportando al mercado de estados Unidos, que se hallan ubicados en la provincia de Maynas.

3.3 Operacionalización de variables

3.3.1 Operacionalización de la variable estrategias de competitividad

Tabla 5*Operacionalización de la variable estrategias de competitividad*

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Fuente
Estrategia Diversificación de Mercados	Son aquellas estrategias que actúan de manera interrelacionada y son responsables de la aceptación o rechazo de las empresas en el mercado. Es decir que es la "...capacidad que demuestran las empresas para conseguir ciertos logros medido en términos de cuota de mercado o niveles de resultado económico – financiero que, estrechamente relacionado con lo anterior, evalúan el nivel de éxito de la empresa en su rivalidad competitiva con otras que se disputan el mismo mercado..." (Acosta, M. 1,999. P.24).	Factores Macro económicos	Estabilidad política	Estadísticas
			Seguridad ciudadana	Estadísticas
			Efectividad del gobierno	Estadísticas
			Control de la corrupción	Estadísticas
			PBI	Estadísticas
			Tasa de inflación	Estadísticas
			Tasa de crecimiento de la población	Estadísticas
		% de uso de tecnología	Estadísticas	
		Competitividad global	Estadísticas	
		Estado de sistemas ambientales	Estadísticas	
		Número de competidores en el sector	Estadísticas	
		Empresas que desean competir en el sector	Estadísticas	
		Productos sustitutos	Estadísticas	
		Nivel de poder negociación de proveedores	Estadísticas	
Nivel de poder de negociación de clientes	Continúa... Estadísticas			
	Continúa.			

	Capacidad instalada	Encuesta
Factores internos	Mano de obra especializada	Encuesta
	Proceso estandarizado	Encuesta
	Peso del producto en comparación con otros productos sustitutos	Estadísticas
	PBI del sector pesca	Estadísticas
Factores de la producción acuícola	Tipo de cultivo	Encuesta
	Nivel de producción	Encuesta
	Rentabilidad	Encuesta
	Número de instituciones involucradas	Estadísticas
	Número de asociaciones	Estadísticas

Nota. Elaboración propia

3.3.2 Operacionalización de la variable diversificación de mercados

Tabla 6

Operacionalización de la variable exportación de paiche

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Item
Exportación de paiche	Según SUNAT define a la exportación definitiva, como el proceso por el cual se nacionaliza una mercadería para ser empleada y consumida en otro país y de acuerdo a la legislación peruana no está afecto a ningún tributo (SUNAT, s.f.)	Exportación temporal	Exportación de paiche en kg	SUNAT / Infotrade
			Exportación de paiche en soles	SUNAT / Infotrade
		Exportación definitiva	Exportación de paiche en kg	SUNAT / Infotrade
			Exportación de paiche en soles	SUNAT / Infotrade
		Exportación directa	Exportación de paiche en kg	SUNAT / Infotrade
			Exportación de paiche en soles	SUNAT / Infotrade
		Exportación indirecta	Exportación de paiche en kg	SUNAT / Infotrade
			Exportación de paiche en soles	SUNAT / Infotrade

Nota. Elaboración propia

3.4 Instrumentos

El desarrollo de la investigación presenta como soporte bibliográfico y metodológico los siguientes:

- a) Estudio documental mediante la revisión de libros, revistas relacionadas al tema, tesis internacionales y nacionales, reportes de prensa e investigaciones de entidades públicas.

b) Cuestionario: Realizado a 10 representantes, relacionadas con el mercado en estudio.

3.5 Validez y confiabilidad

3.5.1 Validez

Este procedimiento se realiza con la intención de identificar si el instrumento medirá lo que se desea medir (Hernández et al, 2014). Para este propósito se empleó el juicio de expertos para verificar la pertinencia, relevancia y claridad del cuestionario.

Tabla 7

Resultados del juicio de expertos para los instrumentos de evaluación

Expertos	Opinión
Dr. Segundo Ramiro Sánchez Sotomayor	Hay suficiencia y es aplicable
Mg. Victoria Esther Valenzuela de Jiménez	Hay suficiencia y es aplicable

Nota. Elaboración propia

3.5.2 Confiabilidad

Para Hernández et al (2014), la confiabilidad se refiere al nivel de coherencia, claridad y pertinencia que tiene el cuestionario.

Para este caso el instrumento se sometió al análisis del estadístico Alpha de Crombach, para ello, se tomó una muestra de 02 representantes de las empresas de crianza de paiche en la ciudad de Iquitos.

Hernández, Fernández y Baptista (2003), presenta una tabla para comparar los resultados obtenidos del coeficiente de Cronbach.

Tabla 8*Coefficiente de Alfa de Cronbach*

Coefficiente	Relación
0.00 a +/- 0.20	Despreciable
0.20 a 0.40	Bajo o ligera
0.40 a 0.60	Moderada
0.60 a 0.80	Marcada
0.80 a 1.00	Muy alta

Nota. Tomado de Hernández et al (2014).

Tabla 9*Coefficiente de fiabilidad*

Variables	Alfa de Crombach	N° de elementos
Estrategias de diversificación de mercados	0.924	02
Exportación de paiche	0.838	02

Nota. La fuente se obtuvo de los resultados de la encuesta piloto

Interpretación.

El cuestionario para la variable Estrategias de diversificación de mercados, el alfa de Crombach tuvo un valor de 0,924 y para la variable Exportación de paiche, el Alfa de Crombach fue de 0.838, la Tabla 8 nos indica que ambos valores presentan un nivel muy alto.

3.6 Análisis de datos

Los datos se realizaron mediante el programa SPSS Versión 22, aplicando estadística inferencial, tanto descriptiva como correlacional. (Sánchez, 2010).

IV. Resultados

4.1 Contrastación de hipótesis

4.1.1 Hipótesis general

Planteo de hipótesis.

Ha: La estrategia diversificación de mercados no se relaciona según la competitividad en los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche.

Ho: La estrategia diversificación de mercados se relaciona según la competitividad en los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche.

Regla teórica para toma de decisiones.

La regla de decisión utilizada, calculado por la data teórica del valor $p = 0.05$. Si el Valor p calculado es ≥ 0.05 , se Aceptará H_0 . Pero, si el valor p calculado < 0.05 , se Aceptará H_a .

Estadística de toma de decisiones.

Se empleó la prueba de Spearman, que la relación de la variable independiente Estrategia diversificación de mercados y la variable dependiente competitividad en los destinos de exportación de las exportaciones peruanas de Paiche, es de $R_s = 0.700$ ($p = 0.024$).

Tabla 10

Correlación de Spearman para la variable diversificación de mercado

		Correlaciones		
			Diversificación de mercados	Competitividad Expo. Paiche
Rho de Spearman	Diversificación de mercados	Coefficiente de correlación	1,000	,700*
		Sig. (bilateral)	.	,024
		N	10	10
	Competitividad Expo. Paiche	Coefficiente de correlación	,700*	1,000
		Sig. (bilateral)	,024	.
		N	10	10

Nota. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Interpretación.

Como el Valor p calculado = 0.024, se acepta que la estrategia diversificación de mercados se relaciona según la competitividad en los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche.

4.1.2 Hipótesis específica 1

Planteo de hipótesis.

Ha: La Estrategia factores internos de diversificación de mercados no se relaciona según la competitividad con los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche.

Ho: La Estrategia factores internos de diversificación de mercados se relaciona según la competitividad con los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche.

Regla teórica para toma de decisiones.

La regla de decisión utilizada, calculado por la data teórica del valor $p = 0.05$. Si el Valor p calculado es ≥ 0.05 , se Aceptará Ho. Pero, si el valor p calculado < 0.05 , se Aceptará Ha.

Estadística de toma de decisiones.

Se empleó la prueba de Spearman, que la relación de la variable independiente Estrategia diversificación de mercados y la variable dependiente competitividad en los destinos de exportación de las exportaciones peruanas de Paiche, es de $R_s = 0.667$ ($p = 0.035$).

Tabla 11*Correlación de Spearman para la variable exportación de paiche y factores internos*

		Correlaciones		
Rho de Spearman	Exportación PAICHE	Coefficiente de correlación	Exportación PAICHE	Factores internos
			1,000	,667*
		Sig. (bilateral)		,035
		N	10	10
	Factores internos	Coefficiente de correlación	,667*	1,000
		Sig. (bilateral)	,035	
		N	10	10

Nota. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Interpretación.

Como el valor p calculado =0.035, se acepta que los factores internos de diversificación de mercados se relacionan según la competitividad con los destinos de las exportaciones peruanas de paiche.

4.1.3 Hipótesis específica 2

Planteo de hipótesis.

Ha: La Estrategia factores externos de diversificación de mercados no se relaciona según la competitividad en los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche.

Ho: La Estrategia factores externos de diversificación de mercados se relaciona según la competitividad en los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche.

Regla teórica para toma de decisiones.

La regla de decisión utilizada, calculado por la data teórica del valor p =0.05. Si el Valor p calculado es ≥ 0.05 , se Aceptará Ho. Pero, si el valor p calculado < 0.05 , se Aceptará Ha.

Estadística de toma de decisiones.

Se empleó la prueba de Spearman, que la relación de la variable independiente Estrategia diversificación de mercados y la variable dependiente competitividad en los destinos de exportación de las exportaciones peruanas de Paiche, es de $R_s = 0.821$ ($p = 0.004$).

Tabla 12.

Correlación de Spearman para la variable exportación de paiche y factores externos

		Correlaciones		
Rho de Spearman	Exportación PAICHE	Coefficiente de correlación	Exportación PAICHE	Factores externos
			1,000	,821**
		Sig. (bilateral)	.	,004
		N	10	10
	Factores externos	Coefficiente de correlación	,821**	1,000
		Sig. (bilateral)	,004	.
		N	10	10

Nota. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación.

Como el Valor p calculado = 0.004, se acepta que la Estrategia factores externos de diversificación de mercados se relaciona según la competitividad en los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche.

4.2 Análisis e interpretación

Se han utilizado los aspectos teóricos de Porter, en su obra Estrategia Competitiva (2015), para un tipo de investigación básica, se aprecian que los márgenes comerciales para las etapas del ciclo de vida de un producto estadísticamente alcanzan los siguientes porcentajes:

Tabla 13.

Márgenes comerciales en las etapas del ciclo de vida de un producto

Introducción	Crecimiento	Diversificación	Madurez	Declinación
0-.20	.21-.40	.41-.60	.61-.80	.81-0.999

Nota. Porter, 2015, pp. 155-156; Sánchez, 2019, Neuroestructura

De los resultados de la encuesta tomada a nuestros competidores, podemos afirmar que la actual posición del producto Paiche, se halla en el área de la Madurez (0.700) con un riesgo de 2.4% por exportación indirecta, que sería la estrategia competitiva a seguir.

Tabla 14.

Correlación de Spearman para la competitividad según destino de exportaciones peruanas de paiche

		Competitividad según Destino de Exportaciones Peruanas de Paiche	
Rho de Spearman	Estrategias de mercados		
	Exportación definitiva	Coefficiente de correlación	,205
		Sig. (bilateral)	,570
		N	10
	Exportación directa	Coefficiente de correlación	,671*
		Sig. (bilateral)	,034
		N	10
	Exportación indirecta	Coefficiente de correlación	,700*
		Sig. (bilateral)	,024
		N	10
	Exportación temporal	Coefficiente de correlación	,667*
		Sig. (bilateral)	,035
		N	10

Nota. Datos procesados en SPSS-25

V. Discusión de resultados

5.1 Discusión

En el acápite 4.1 Contraste de Hipótesis, se ha realizado la sistematización de resultados, mediante la utilización del programa SPSS en su versión 22, se realizó un análisis de correlación, tanto general como específicas, con la aplicación y toma de decisiones que nos otorga el conocimiento de la Inferencia Estadística para pequeñas y grandes muestras, y se logró establecer algunas similitudes, en lo que nos muestra la teoría científica con la realidad práctica de la diversidad de mercados, ante el producto de exportaciones del Paiche.

Se evidencia que existe relación significativa en un 95% ($R_s = .700$ valor $p = .000 < 0.05$) entre la estrategia diversificación de mercados y la competitividad en los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche.

VI. Conclusiones

Primera conclusión: Se halló evidencia mediante el valor p calculado = 0.024, por lo que se acepta que la estrategia diversificación de mercados se relaciona según la competitividad en los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche.

Segunda conclusión: Se halló evidencia mediante el valor p calculado = 0.035, por lo que se acepta que los factores internos de diversificación de mercados se relacionan según la competitividad con los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche.

Tercera conclusión: Se halló evidencia mediante el valor p calculado = 0.004, por lo que se acepta que la Estrategia factores externos de diversificación de mercados se relaciona según la competitividad en los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche.

Cuarta conclusión: Las empresas productoras y exportadoras de paiche pueden potenciar sus capacidades, mejorar su producción y la calidad de sus productos debido a que cuenta con el apoyo del Estado y sus instituciones y las condiciones ambientales y de recursos para poder conseguir dicho objetivo.

VII. Recomendaciones

De los resultados de la encuesta tomada a nuestros competidores, se recomienda la aplicación de este modelo estadístico, mediante el cual, podemos afirmar que la actual posición del producto Paiche, se halla en el área de la Madurez (0.700) con un riesgo de 2.4% por exportación indirecta, y debe ser la estrategia competitiva a seguir.

Tabla 15.

Correlación de Spearman para la competitividad según destino de exportaciones peruanas de paiche

		Competitividad según Destino de Exportaciones Peruanas de Paiche	
Rho de Spearman	Exportación definitiva	Coefficiente de correlación	,205
		Sig. (bilateral)	,570
		N	10
Estrategias de mercados	Exportación directa	Coefficiente de correlación	,671*
		Sig. (bilateral)	,034
		N	10
Estrategias de mercados	Exportación indirecta	Coefficiente de correlación	,700*
		Sig. (bilateral)	,024
		N	10
Estrategias de mercados	Exportación temporal	Coefficiente de correlación	,667*
		Sig. (bilateral)	,035
		N	10

Nota. Datos procesados en SPSS-25

Se debe difundir la crianza intensiva industrial de tal forma que esta será la manera de producción en mayor escala, teniendo en cuenta para ello la adopción de tecnología. Las instituciones públicas deben difundir la importancia de la crianza de paiche y sus beneficios, de tal manera que promueva esta práctica en las grandes extensiones de terreno que cuenta la Región Loreto a lo largo de la vía Iquitos – Nauta. Se debe implementar más plantas de procesamiento y refrigeración en la Región Loreto, tal como existen en Arequipa y Puno con la intención de apoyar a la producción de este producto.

VIII. Referencia

- Acosta, M. (s.f.). *Factores financieros internos y competitividad empresarial* (Tesis para optar el Grado de Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de La Laguna). Archivo digital. España. <http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/10039>
- Alvarado Espinoza, F. (2015). *Consortios de exportación como mecanismo para mejorar la competitividad del sector acuícola del Ecuador* (Tesis para optar por el Grado de Maestría en Negocios Internacionales y Gestión en Comercio Exterior, Universidad de Guayaquil). Archivo digital. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/6882/1/Ec.%20NoryVi%C3%B1aPalamino.pdf>
- Bernuy, M. (2018). *Comercialización de la gamitana provenientes de piscigranjas de la ciudad de Iquitos* (Tesis para optar el Grado de Maestría en Agronegocios, Universidad Nacional Agraria). Archivo digital. <https://repositorio.lamolina.edu.pe/handle/20.500.12996/2787>
- Cueva, M. (2017). *Evaluación económica de los diferentes sistemas de cultivo del Paiche (Arapaima gigas), en el Departamento de Ucayali, en el 2015* (Tesis para optar por el Título Profesional de Economista, Universidad Inca Garcilaso de la Vega). Archivo digital. http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2726/TESIS_CUEVA%20MU%C3%91OZ%20MOISES%20AMANCIO.pdf?sequence=2
- FAO (2010). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura*. Departamento de Pesca y Acuicultura. <http://www.fao.org/fishery/facp/PER/es>

El Peruano (2018, agosto, 02). *Sector pesquero creció 31% en primer semestre del 2018.*

<https://elperuano.pe/noticia-sector-pesquero-crecio-31-primer-semester-del-2018-69746.aspx>

Fernández, E.; Montes, J. y Vásquez, C. (1997). *La competitividad de la empresa. Un enfoque basado en la teoría de recursos.* Universidad de Oviedo.

<https://books.google.com.pe/books?isbn=8474689783>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación.* 6° Ed. México. Editorial Mc Graw Hill.

Koenes, A. (1996). *La ventaja competitiva.* Editorial Díaz de Santos S.A. España.

<https://books.google.com.pe/books?isbn=8479782838>

Llorente, I. (2013). *Análisis de competitividad de las empresas de acuicultura, aplicaciones empíricas al cultivo de la Dorada (Sparus Aurata) y la Lubina (Dicentrarchus Labraz).* (Tesis para optar el Grado de Doctor en Administración de Empresas,

Universidad de Cantabria). Archivo digital.

<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/130967/Tesis%20ILG%20y%20Adenda.pdf>

Ministerio de la Producción (2011). *Informe: Panorama de la acuicultura mundial, América Latina y El Caribe y el Perú.* Dirección General de Acuicultura. Lima. Perú.

Porter, M. (2015). *Estrategia competitiva.* 2ª Ed. Grupo Editorial Patria. México.

Porter, M. (2017). *Ser competitivo.* 9ª Ed. Deusto.

<https://books.google.com.pe/books?isbn=8423413330>

Proamazonía (s.f.). *Tecnología para la acuicultura amazónica.*

file:///C:/Users/HALION/Downloads/publicacion_964.pdf

Produce (2014). *Dirección de Estudios y Derechos y Económicos Pesquero y Acuícola.*

<https://www.produce.gob.pe/documentos/estadisticas/anuarios/anuario-estadistico-pesca-2014.pdf>

Promperú. (2012). *Estudio de mercado pesquero.*

<http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=5DC06076-93E5-422E-A7BD-7ACCA6040E72.PDF>

Promperú (2014). *Informe mensual de exportaciones.*

<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/185892420rad9A00C.pdf>

Quiñones, J. (2014). *Análisis de la cadena agroalimentaria de la trucha en Colombia* (Tesis

para optar por el Título de Administrador de Empresas agropecuarias, Universidad de La

Salle. Chile). Archivo digital.

https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1121&context=administracion_agronegocios

<http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/3820/T12.14%20Q6a.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Sánchez Ramírez, S. (2010). *Metodología El Curso*. CEPREDIM- UNMSM. Lima Perú.

Sociedad Nacional de Pesquería (2018, Febrero, 15). Sector pesquero espera continuar

creciendo en el 2018. Andina. *Agencia Peruana de Noticias.*

<https://andina.pe/Agencia/noticia-sector-pesquero-espera-continuar-creciendo-2018-699414.aspx>

Vela, L. (2014). *Diagnóstico estratégico del sector pesquero peruano*. Lambayeque. Perú.

Villacorta Cardenas, R. (2015). *Formas de comercialización del Araipama gigas (Paiche),*

seco, salado, congelado y otros (Tesis para optar por el Título Profesional de

Ingeniero en Industrias Alimentarias, Universidad Nacional de la Amazonía).

Archivo digital. <https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/handle/20.500.12737/2345>

Yamashita, C. (2013). *Estudio sobre viabilidad de consorcios de exportación en pesca*. Lima. Perú.

IX. Anexos

ANEXO A: Ficha técnica de la encuesta

1. Objetivo de la encuesta

Obtener información sobre la opinión de Gerentes/ responsables de Empresas de Exportaciones Peruanas de Paiche, en la región de Loreto.

2. Diseño muestral

2.1 Universo: Compuesto por 10 Gerentes/ Responsables de Empresas de Exportaciones Peruanas de Paiche, en la región de Loreto.

2.2 Representatividad: Para las encuestas la representatividad para la información sobre gestión de resultados, se determinó mediante la población: 10 Pequeños empresarios

2.3 Error muestral: +/- 5.0%

2.4 Nivel de confianza: 95%

2.5 Heterogeneidad: P = 50%: Q = 50%

2.6 Cobertura: Pequeños Empresarios de Empresas de Exportaciones Peruanas de Paiche, entre los 21 a 50 años.

2.7 Segmentación: Gerentes de Empresas de Exportaciones Peruanas de Paiche.

2.8 Procedimiento de muestreo: Por los distritos de la región de Loreto.

3. Trabajo de campo

3.1 Instrumento de recolección de datos: Se diseñó un cuestionario estandarizado con preguntas cerradas diseñado para aplicarlas en una entrevista cara a cara entre el encuestador y el encuestado.

3.2 Técnica de investigación: Técnica de encuestas por muestreo Gerentes/ responsables de Empresas de Exportaciones Peruanas de Paiche, en la región de Loreto.

- 3.3 Equipo de encuestadoras: Integrado por tres encuestadores con experiencia en encuestas sociales, previamente capacitados en el manejo de técnicas de entrevistas y herramientas de la investigación por medio de encuestas.
- 3.4 Fecha de aplicación del cuestionario: Sábado 05 de enero de 2019.
- 3.5 Supervisión: In locus, se acompañó a los encuestadores para la supervisión en campo de las encuestas.
- 3.6 Procesamiento: Mediante el SPSS (Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales), versión 22.0. Se generaron base de datos estadísticas.

ANEXO B. Encuesta

Relación de la estrategia diversificación de mercados según la competitividad en los destinos de las exportaciones peruanas de paiche

Estimado Colaborador: El presente Cuestionario tiene por finalidad conocer su opinión sobre la gestión por resultados en pequeños empresarios de artesanías, para ello solo debe marcar con un aspa (X), para cada pregunta, su respuesta.

Empresa _____

Dirección _____

1. ¿Cuánto tiempo tiene de funcionamiento en el mercado?
.....
2. ¿Cuenta con un sistema de crianza de alevinos?
Si () No ()
3. ¿Dónde compra los alevinos?
.....
4. ¿A qué países exporta?
.....
5. ¿Qué porcentaje de su producción exporta a Estados Unidos?
.....
6. ¿Cuántos envíos realiza al año a Estados Unidos?
.....
7. ¿Qué producción anual produce en TM?
.....
8. ¿Considera que su producción anual cumple con la demanda del mercado?
Si () No ()
9. ¿Qué cuidados tienes para conservar el ecosistema?
.....
10. ¿Utiliza químicos en el desarrollo de su actividad?
Si () No ()
11. ¿Qué sistema de crianza aplica?
Pozas ()
Jaulas ()
Estanque ()
12. ¿Tiene en cuenta las buenas prácticas de crianza en su actividad?
Si () No ()
13. ¿Qué tipo de buenas prácticas tiene en cuenta en su crianza?

-
14. ¿El gobierno regional de Iquitos le da las facilidades para realizar su actividad?
Si () No ()
15. ¿De qué institución recibe apoyo?
Ministerio de la Producción ()
Gobierno Regional de Loreto ()
FONDEPES ()
Instituto de investigación de la Amazonía Peruana – IIAP ()
Instituto Veterinario de Investigaciones Tropicales y de Altura – IVITA ()
Instituto Tecnológico Pesquero – ITP ()
DIGESA ()
PROINVERSIÓN ()
PROMPEX ()
ADEX ()
Otras:
16. ¿Conoce a su competencia?
Si () No ()
17. ¿Existe en su región actividad acuícola informal?
Si () No ()
18. ¿Qué opina de la actividad acuícola informal?
.....
19. ¿Considera que es demasiada inversión iniciar la actividad acuícola de crianza de paiche?
Si () No ()
20. ¿Considera que existen barreras administrativas y legales para ingresar al sector?
Si () No () De qué tipo:
-
21. ¿Considera que existe abastecimiento total por parte de sus proveedores?
Si () No () Porqué:
-
22. ¿Qué materiales o insumos considera que no son proveídos adecuadamente y por qué?
.....
23. ¿Cuenta con personal capacitado para su actividad acuícola?
Si () No ()
24. ¿Considera complicado encontrar mano de obra calificada para su actividad?
Si () No () Porqué:
-

ANEXO C: Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES
<p>Problema general</p> <p>¿Cómo se relacionan la estrategia diversificación de mercados según la competitividad en los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Identificar cómo se relacionan la estrategia diversificación de mercados según la competitividad en los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche.</p>	<p>Hipótesis general.</p> <p>La estrategia diversificación de mercados se relaciona según la competitividad en los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche.</p>	<p>V. Independiente X</p> <p>Estrategias diversificación de mercado</p>	<p>Factores macroeconómicos</p> <p>Factores sectoriales</p> <p>Factores internos</p> <p>Factores de producción acuícola</p>
<p>Problemas Específicos</p> <p>¿Cómo se relacionan los factores internos de la estrategia diversificación de mercados según la competitividad en los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche?</p>	<p>Objetivos específicos</p> <p>Identificar cómo se relacionan los factores internos de la estrategia diversificación de mercados según la competitividad en los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche.</p>	<p>Hipótesis Específicas</p> <p>H1</p> <p>La Estrategia factores internos de diversificación de mercados se relaciona según la competitividad con los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche.</p>	<p>V. Dependiente Y</p> <p>Exportación de paiche</p>	<p>Exportación temporal</p> <p>Exportación definitiva.</p> <p>Exportación directa</p> <p>Exportación indirecta</p>
<p>¿Cómo se relacionan los factores externos de la estrategia diversificación de mercados según la competitividad en los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche?</p>	<p>Identificar cómo se relacionan los factores externos de la estrategia diversificación de mercados según la competitividad en los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche.</p>	<p>H2</p> <p>La Estrategia factores externos de diversificación de mercados se relaciona según la competitividad en los destinos de las exportaciones peruanas de Paiche.</p>		

ANEXO D: Definición de términos

Arancel. Un arancel es un impuesto o gravamen que se aplica solo a los bienes que son importados o exportados. El más usual es el que se cobra sobre las importaciones; en el caso del Perú y muchos otros países no se aplican aranceles a las exportaciones.

Advaloren. Es el que se calcula como un porcentaje del valor de la importación CIF, es decir, del valor de la importación que incluye costo, seguro y flete.

Admisión temporal para perfeccionamiento activo. Es el régimen aduanero que permite el ingreso al territorio aduanero de ciertas mercancías extranjeras con la suspensión del pago de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables a la importación para el consumo, con el fin de ser exportadas dentro de un plazo determinado, luego de haber sido sometido a una operación de perfeccionamiento, bajo la forma de productos compensadores.

Alevinos. Crías de peces, con características particulares que las distinguen de los adultos y juveniles.

Balanza de pagos. Es aquella que registra las transacciones económicas internacionales entre los residentes de un país y resto del mundo, durante un periodo normalmente de un año, comprende tanto los flujos de bienes (movimientos de mercancía y servicios) como los financieros, que influyen en las variaciones en los estados de activos y pasivos con los no residentes, como también las correspondientes a las tenencias de medios de pago internacionales.

Competitividad. Es un atributo de las personas (físicas o jurídicas – empresas, incluyendo a los Estados Nacionales), importante para la producción de bienes y servicios, derivado del eficiente manejo del desarrollo tecnológico; la innovación y la capacidad de adaptarse a demandas variadas, derivadas de normas culturales o hábitos de consumo locales; de los factores de producción; tasa de interés financiero, tipos de cambio; costos de producción y servicios, que les permite tener un mejor precio y calidad, con el propósito de adquirir una posición relevante en el mercado.

DIGEMID. Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas del Ministerio de Salud.

DUA. Declaración Única de Aduanas.

Globalización. Es un proceso de interrelación compleja entre diversos mercados, generalmente por conducto de agentes privados y cuyo objeto primordial consiste en ensanchar su escala de ganancia por la venta de productos y servicios o el establecimiento directo de filiales con el fin de reducir costos de competir en mercados protegidos.

Internacionalización. Es la acción y efecto de internacionalizar, que es someter a la autoridad conjunta de varias naciones, o de un organismo que las represente, territorios o asuntos que dependían de la autoridad de un solo Estado.

Mundialización. Es un proceso histórico que nace desde que se manifiesta la interrelación de sujetos de un territorio a otro en el ámbito cultural, político, social, económico, comercial e incluso jurídico.

ANEXO E. Análisis de regresión y correlación

Para poder hacer la proyección de la demanda de paiche en la presentación de filete o carne de paiche congelado, se empleó el método de regresión línea simple, teniendo en cuenta los períodos que se registra información acerca de la exportación del producto y publicado por la PRODUCE 2016 - SUNAT 2018 y SIICEX 2018, es necesario mencionar que las cifras están en toneladas y corresponde solo a las exportaciones realizadas desde Iquitos. Las cifras consideradas se registran desde el año 2010 al 2017.

Exportaciones en Toneladas - Presentación	Partida Arancelaria	201 0	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Total	
Filete de paiche congelado	304299000	2.00	32.00	106.0	119.0	0	24.00	40.00	53.00	82.00	376.0
<i>Nota.</i> PRODUCE 2016 - SUNAT 2018 y SIICEX 2018.											

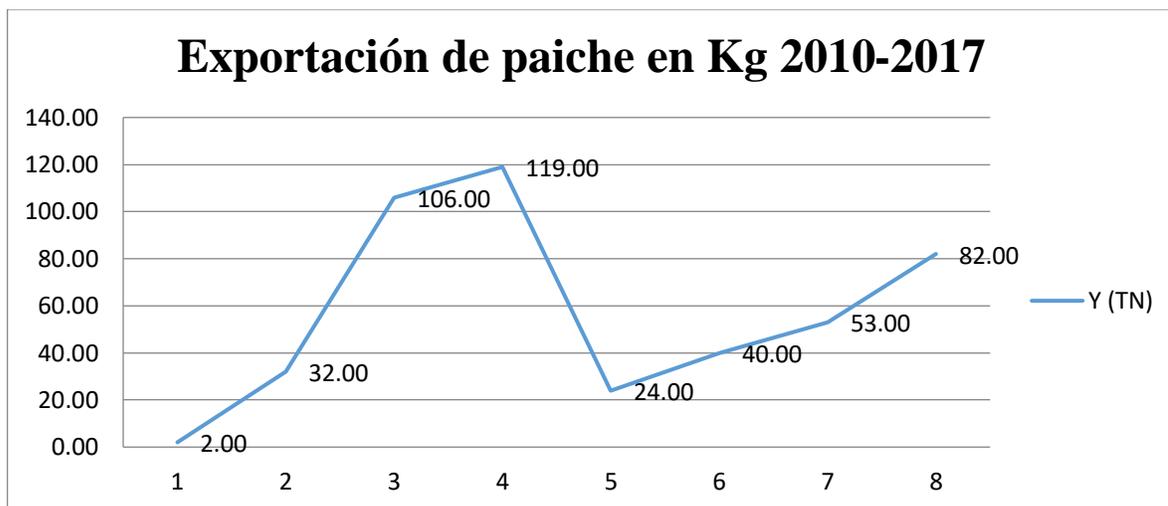
Exportación de paiche

A continuación, se presenta la tabla de los cálculos realizados para poder hacer la proyección con el método de regresión lineal simple.

Años	Y (TN)	XY	X ²	Y ²
2010	2.00	2	1	4
2011	32.00	64	4	1,024
2012	106.00	318	9	11,236
2013	119.00	476	16	14,161
2014	24.00	120	25	576
2015	40.00	240	36	1,600
2016	53.00	371	49	2,809
2017	82.00	656	64	6,724
	458	2,247	204	38,134

Elaboración propia con datos de PRODUCE 2016 - SUNAT 2018 y SIICEX 2018.

Representación gráfica de las exportaciones.



Interpretación.

Se puede apreciar en el gráfico de tendencias que las exportaciones de carne de paiche han tenido algunas diferencias de subidas y bajadas en el volumen de exportación, esto se debe a la baja productividad que tuvo la producción de paiche en Iquitos. Aspecto que ha ido mejorando con el pasar de los años, debido a que el gobierno a través del Ministerio de la Producción y la Dirección Regional de Producción de Loreto, han realizado grandes esfuerzos por animar a los empresarios a invertir en la paichicultura. La baja exportación también se debe a que la mayor cantidad de producción se dirige al consumo interno. Sin embargo, la producción en los últimos se ha incrementado porque han ingresado al mercado empresas que han decidido invertir viendo el atractivo del sector.

Encontrando la correlación.

Correlación	$r =$	0.263
--------------------	-------	-------

Interpretación

De acuerdo al valor obtenido, se tiene que la correlación de 0.263, nos indica que tiene una correlación débil debido a que dicho valor se encuentra entre -0.5 y 0.5.

Hallando la pendiente

b=	4.43
a=	37.32

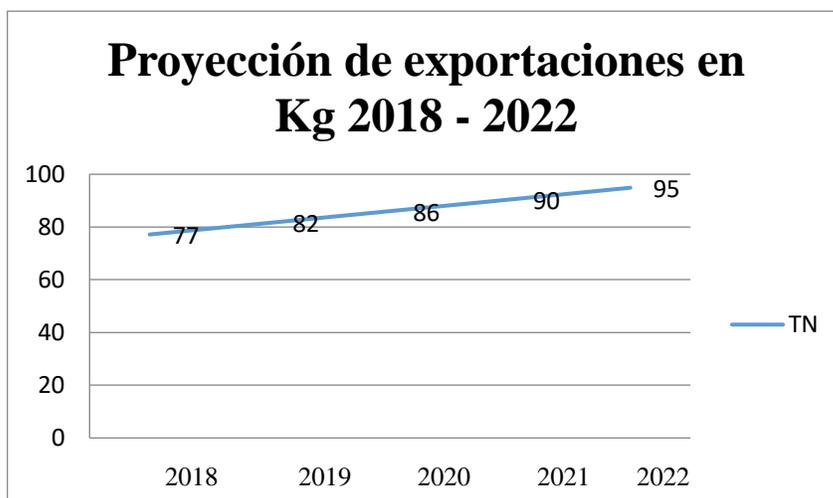
Proyección de la demanda

Período	X	TN
2018	9	77
2019	10	82
2020	11	86
2021	12	90
2022	13	95

Interpretación

Luego de hacer los cálculos correspondientes para hallar la pendiente se tiene que la tendencia es hacia el crecimiento, pero es necesario mencionar que dicha tendencia es mínima pero progresiva.

Representación gráfica de la proyección de la demanda.



Interpretación.

Como se puede apreciar en el gráfico anterior la tendencia es al crecimiento, aunque la tasa de crecimiento es 5% anual, ello demuestra que es lento pero progresivo.