

**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**



ESCUELA DE POSGRADO

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO
ACADEMICO DE MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA**

**INCIDENCIA DE FACTORES DE COMPETITIVIDAD EN
LA COMERCIALIZACIÓN DE TRUCHAS EN EL
DISTRITO DE MOLINOPAMPA**

Autor: Bach. Juan Manuel Calampa Ramos

Asesor: Dr. Benjamín Roldán Polo Escobar

Registro:.....

CHACHAPOYAS - PERU

2023

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTRM



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 6

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTRM

1. Datos de autor 1

Apellidos y nombres (tener en cuenta las tildes):

Galampa Romos Juan Manuel

DNI N°: 33423141

Correo electrónico: juancalampa.67@gmail.com

Nombre de la Maestría (x)/Doctorado (): _____

Gestión Pública

Datos de autor 2

Apellidos y nombres (tener en cuenta las tildes): _____

DNI N°: _____

Correo electrónico: _____

Nombre de la Maestría ()/Doctorado (): _____



2. Título de la tesis para obtener el grado académico de Maestro (x) / Doctor ()

Incidencia de factores de competitividad en la comercialización de truchas en el distrito de Molinopampa

3. Datos de Asesor

Apellidos y nombres: Polo Escobar Benjamín Roldan

DNI, Pasaporte, C.E N°: 08895412

ORCID: https://orcid.org/0000-0001-5056-9957

Datos de Co-Asesor

Apellidos y nombres: _____

DNI, Pasaporte, C.E N°: _____

ORCID: _____

4. Campo del conocimiento según Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos-OCDE, por favor ingresar al siguiente link

https://catalogos.concytec.gob.pe/vocabulario/ocde_ford.html

5.00.00--Ciencias Sociales 5.06.00--Ciencias Políticas

5.06.02 -- Administración Pública.

5. Originalidad del Trabajo

Con la presentación de esta ficha, el autor o autores señalan expresamente que la obra es original, ya que sus contenidos son producto de su directa contribución intelectual. Se reconoce también que todos los datos y las referencias a materiales ya publicados están debidamente identificados con su respectivo crédito e incluidos en las notas bibliográficas y en las citas que se destacan como tal.



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

6. Autorización de publicación

Los titulares de los derechos de autor otorgan a la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas (UNTRM), la autorización para la publicación del documento indicado en el punto 2, bajo la *Licencia creative commons* de tipo BY-NC: Licencia que permite distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial por lo que la Universidad deberá publicar la obra poniéndola en acceso libre en el repositorio institucional de la UNTRM y a su vez en el Registro Nacional de Trabajos de Investigación-RENATI, dejando constancia que el archivo digital que se está entregando, contiene la versión final del documento sustentado y aprobado por el Jurado Evaluador.

En caso de que el trabajo haya terminado en la obtención de patente, los titulares autorizan la publicación solamente del resumen o abstract de la patente, por un periodo de _____, al término de dicho periodo, se autoriza la publicación total del trabajo.

Chachapoyas, 10 de enero de 2024

AUTOR 1

AUTOR 2



ASESOR

CO-ASESOR

DEDICATORIA

A Dios, por darme vida y salud
para cumplir mis metas.

A mi esposa Berta por el apoyo
incondicional que me brindó en
todo momento.

Juan Manuel

AGRADECIMIENTO

A la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, a los docentes de la Maestría en Gestión Pública por brindarnos sus conocimientos y sabidurías para nuestra formación académica.

A mi esposa y mis hijos por brindarme siempre el apoyo emocional constante y la fortaleza para cumplir mis propósitos; asimismo, a todos aquellos que fueron partícipes de la presente investigación.

El autor

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO
RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**

**Ph.D. Jorge Maicelo Quintana
RECTOR**

**Dr. Oscar Andrés Gamarra Torres
VICERRECTOR ACADÉMICO**

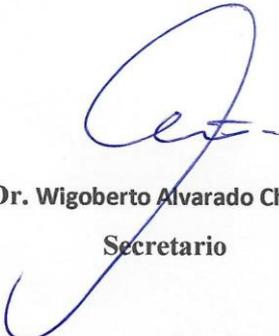
**Dra. María Nelly Luján Espinoza
VICERRECTORA DE INVESTIGACIÓN**

**Dr. Efraín Manuelito Castro Alayo
DIRECTOR (e) DE LA ESCUELA DE POSGRADO**

JURADO EVALUADOR



Dr. Alex Lenin Guivin Guadalupe.
Presidente



Dr. Wigoberto Alvarado Chuqui.
Secretario



Mg. Manuel Antonio Morante Dávila
Vocal

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS



UNTRM

Reglamento del Proceso de Graduación en la
Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional
Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas

ANEXO 3

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

Los suscritos, miembros del Jurado Evaluador del Proyecto de Tesis ()/Tesis (x) titulado:
"Incidencia de Factores de Competitividad en la Comerciali-
zación de truchas en el distrito de Molinopampa
_____, presentado por el Aspirante Juan Manuel Calampa Ramos
para obtener el Grado Académico de Maestro (X)/Doctor () en
Gestión Pública

de la Escuela de Posgrado de la UNTRM, hacemos constar que después de revisar la originalidad del Proyecto de Tesis ()/Tesis (X)/Tesis en formato de artículo científico () con el software de prevención de plagio **Turnitin**, verificamos:

- De acuerdo con el informe de originalidad (adjunto), el Proyecto de Tesis ()/Tesis (X)/Tesis en formato de artículo científico () tiene 19 % de similitud, que es menor al 25% permitido en la UNTRM.
- La persona responsable de someter el trabajo al software de prevención de plagio **Turnitin** fue:
Benjamín Roldan Polo Escobar, y pertenece al área (X) / oficina () / dependencia () de FACEA - Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

Chachapoyas, 01 de Diciembre del 2023




SECRETARIO


PRESIDENTE


VOCAL

OBSERVACIONES:

.....
.....

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO



UNTRM

Reglamento del Proceso de Graduación en la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas

ANEXO 5

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En el lugar Escuela de Posgrado UNTRM de la ciudad de Chachapoyas, el día 27 de diciembre del año 2023, siendo las 3:00 pm horas, el Aspirante Juan Manuel Calamea Ramos, defiende en sesión pública presencial la Tesis titulada: Incidencia de factores de competitividad en la Comercialización de truchas en el distrito de Molinopampa para obtener el Grado Académico de Maestro (X)/Doctor () en Gestión Pública a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas; ante el Jurado Evaluador, conformado por:

Presidente: Dr. Alex Lenin Guivin Guadalupe.
Secretario: Dr. Wisoberto Alvarado Chuqui.
Vocal: Mag. Manuel Antonio Morante Davila.

Procedió el aspirante a hacer la exposición de la Introducción, Material y método, Resultados, Discusión y Conclusiones, haciendo especial mención de sus aportaciones originales. Terminada la defensa de la Tesis, los miembros del Jurado Evaluador pasaron a exponer su opinión sobre la misma, formulando cuantas cuestiones y objeciones consideraron oportunas, las cuales fueron contestadas por el aspirante.

Tras la intervención de los miembros del Jurado Evaluador y las oportunas respuestas del aspirante, el Presidente abre un turno de intervenciones para los presentes en el acto de sustentación, para que formulen las cuestiones u objeciones que consideren pertinentes.

Seguidamente, a puerta cerrada, el Jurado Evaluador determinó la calificación global concedida a la sustentación de la Tesis, en términos de:

Aprobada (X)/Desaprobada () por Unanimidad (X)/Mayoría ().

Otorgada la calificación, el Secretario del Jurado Evaluador lee la presente Acta en esta misma sesión pública. A continuación se levanta la sesión.

Siendo las 4:33 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis.



SECRETARIO

PRESIDENTE

VOCAL

OBSERVACIONES:

.....
.....

ÍNDICE

Autorización de Publicación de la Tesis en el Repositorio Institucional de la UNTRM	ii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Autoridades de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza De Amazonas	vi
Jurado evaluador	vii
Constancia de originalidad de la tesis para la obtener el grado académico de maestro	viii
Acta de sustentación de tesis para obtener el grado académico de maestro	ix
Índice	x
Índice de tablas	xi
Índice de figuras	xii
Resumen	xiii
Abstract	xiv
I. INTRODUCCIÓN	15
II. MATERIAL Y MÉTODOS	23
Población, muestra y muestreo	23
Tipo y Diseño de la investigación	24
Método	26
Técnicas y procedimientos de recolección de datos	26
Análisis de Datos	27
III. RESULTADOS	29
IV. DISCUSIÓN	38
V. CONCLUSIONES	40
VI. RECOMENDACIONES	41
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	42
ANEXOS	45

Índice de tablas

Tabla 1. Población muestral de productores de trucha en el distrito de Molinopampa	24
Tabla 2. Relación de productores de trucha del distrito de Molinopampa.	24
Tabla 3. Denominación de la escala con sus respectivos valores	27
Tabla 4. Caracterización de las variables	27
Tabla 5. Promedio del comportamiento de los factores de competitividad	31
Tabla 6. Información tabla cruzada factores de competitividad * comercialización	34
Tabla 7. Correlación del Rho de Spearman	35

Índice de figuras

Figura 1. Caracterización de los productores de trucha-distrito de Molinopampa	29
Figura 2. Comportamiento porcentual de la comercialización- distrito de Molinopampa	30
Figura 3. Promedio del comportamiento de los factores de competitividad	31
Figura 4. Diagrama de dispersión	35
Figura 5. Propuesta de estrategias en la comercialización de truchas en el distrito de Molinopampa	36

Resumen

La capacidad de acceder a mercados locales e internacionales es crucial para la competitividad de los productores de truchas. Esto implica superar barreras comerciales, cumplir con los requisitos regulatorios y de calidad, establecer relaciones sólidas con los compradores y adaptarse a las preferencias cambiantes de los consumidores. El objetivo estuvo enfocado en determinar la incidencia de los factores de competitividad en la comercialización de los productores de trucha en el distrito de Molinopampa, región Amazonas. Se puede indicar que a partir de ello es importante resaltar que los factores de competitividad deben potenciarse a fin de que estos incidan en el sistema de comercialización de los productores de trucha. La presente indagación es de tipo cuantitativa, correlacional, transversal, analítica y propositiva; la muestra estuvo constituida por 10 piscicultores, la información se recolectó con un cuestionario con validez y una confiabilidad de 0.84. Se puede ver según la correlación estadística no paramétrica de Rho de Spearman una correlación de 0.211 demostrando una baja y positiva incidencia entre estas variables y que a partir de su nivel de significancia 0.045 nos permite aceptar la hipótesis alterna. Es importante resaltar que la competitividad en la industria de las truchas depende de factores como la calidad del producto, la innovación tecnológica, la infraestructura adecuada, el acceso a mercados, la sostenibilidad ambiental y el capital humano capacitado. La atención a estos factores es fundamental para garantizar el éxito y la sostenibilidad de los productores de truchas en un entorno competitivo.

Palabras claves: competitividad, factores de competitividad, comercialización.

Abstract

The ability to access local and international markets is crucial to the competitiveness of trout producers. This involves overcoming trade barriers, meeting quality and regulatory requirements, building strong relationships with buyers, and adapting to changing consumer preferences. The objective was focused on determining the incidence of competitiveness factors in the commercialization of trout producers in the Molinopampa district, Amazonas region. It can be indicated that from this it is important to highlight that the factors of competitiveness must be strengthened so that they affect the marketing system of trout producers. The present investigation is of a quantitative, correlational, transversal, analytical and purposeful type; the sample consisted of 10 fish farmers, the information was collected with a questionnaire with validity and a reliability of 0.84. According to the non-parametric statistical correlation of Spearman's Rho, a correlation of 0.211 can be seen, demonstrating a low and positive incidence between these variables and that from its significance level of 0.045 allows us to accept the alternative hypothesis. It is important to highlight that competitiveness in the trout industry depends on factors such as product quality, technological innovation, adequate infrastructure, access to markets, environmental sustainability, and trained human capital. Attention to these factors is essential to ensure the success and sustainability of trout farmers in a competitive environment.

Keywords: competitiveness, competitiveness factors, marketing.

I. INTRODUCCIÓN

La dinámica de las diferentes actividades en el comercio internacional facilita la transferencia de conocimientos y tecnología entre los países. Las empresas pueden aprender de las mejores prácticas y la experiencia de otras regiones, lo que promueve la innovación y el desarrollo en sus propios países. La globalización trae oportunidades impulsando el crecimiento económico tanto a nivel nacional como global. La apertura de mercados y la liberalización comercial fomentan la competencia, la innovación y la eficiencia, los mismos que generan un aumento en la producción, el empleo y los ingresos por ser parte de una cadena de valor.

En los últimos años a partir de la pandemia, el mercado y las estrategias de las empresas se enfocaron con fuerza en los gustos y preferencias de los consumidores. Los consumidores son la clave del éxito de cualquier empresa y es esencial comprender sus necesidades y deseos para poder ofrecerles productos y servicios que satisfagan sus expectativas, de esta manera el mercado y las empresas utilizan diversas estrategias para comprender dichas necesidades de los consumidores. Al hacerlo, pueden construir relaciones sólidas con los consumidores y lograr el éxito a largo plazo.

La promoción de eventos en base a trucha realizado por pequeños productores, puede fomentar el turismo y el desarrollo económico de las regiones rurales y remotas. Los turistas pueden estar interesados en experimentar los productos locales y las tradiciones culinarias de una zona, lo que puede generar ingresos adicionales para los productores y las comunidades.

Al apoyar a los pequeños productores, se puede contribuir a mejorar las condiciones de vida de las personas en estas regiones y promover prácticas más sostenibles. El comercio mundial puede abrir oportunidades para que los pequeños productores de zonas remotas se adapten a las nuevas tendencias y demandas del mercado. Por ejemplo, hay una creciente demanda de productos orgánicos, sostenibles y éticamente producidos. Los pequeños productores que adoptan prácticas respetuosas con el medio ambiente y socialmente responsables pueden encontrar nichos de mercado lucrativos.

A través del comercio internacional, los pequeños productores pueden acceder a canales de distribución más amplios. Plataformas en línea y redes de distribución global les permiten llegar a consumidores en diferentes partes del mundo, sin importar lo remota que sea su ubicación geográfica. De esta manera, es trascendental identificar las destrezas de los pequeños productores de zonas remotas que a menudo reflejan la cultura, las tradiciones y los saberes locales. La comercialización a nivel mundial, de los pequeños productores, como los productores de truchas pueden ayudar a promover y preservar la diversidad cultural, ofreciendo a los consumidores una experiencia única y enriquecedora. (Van der Heyden y Camacho, 2004).

Los factores de competitividad en el proceso de comercialización de truchas incluyen oportunidades de mercado para los pequeños productores, generando empleos e ingresos en comunidades; sin embargo, implica manejar dichos factores adecuadamente, de otro modo, podrían enfrentar dificultades en el mercado y la demanda o en el acceso al mercado y la innovación. Los productores de truchas deben ser capaces de gestionar estos factores para competir efectivamente en el mercado.

La calidad del producto es uno de los factores más importantes en la comercialización de truchas lo que permite su posicionamiento en el mercado. La calidad puede estar determinada por factores como el tamaño, el color, la frescura, el sabor y la textura del producto. La trucha de alta calidad es más atractiva para los consumidores y puede ser vendida a un precio más alto. Los productores de truchas deben ser capaces de diferenciarse de la competencia y desarrollar estrategias para competir efectivamente en el mercado. Los productores deben ser capaces de vender sus productos en el mercado adecuado, ya sea a nivel nacional o internacional. Esto puede implicar la necesidad de cumplir con normas y regulaciones específicas de los mercados. A partir de ello, las políticas públicas pueden desempeñar un papel fundamental en la creación de un entorno propicio para los pequeños productores de zonas remotas en el comercio mundial. Al abordar las barreras y desafíos específicos que enfrentan, se puede fomentar su participación exitosa y sostenible en el mercado global. (Kaplinsky y Morris, 2001).

Es interesante saber que en el ámbito limeño se han reconocido 667 lagunas y 12 ríos vitales con potencial en recursos hídricos. Estos recursos hídricos son importantes para la

economía y la sociedad de la región, ya que se utilizan para la agricultura, la pesca, la generación de energía hidroeléctrica, el turismo y otros fines.

Asimismo, la localidad de Molinopampa, escenario de la presente investigación caracterizado por tener una importante riqueza hídrica con agua de muy buena calidad a comparación de los demás pueblos de la región Amazonas, ha despertado el interés de un grupo de emprendedores que han iniciado interesantes proyectos de crianza y comercialización de truchas. Estos productores necesitan incorporar a su cadena productiva una serie de aspectos para mejorar la comercialización del producto.

Por lo tanto, se requiere una gestión integrada y participativa en el manejo de los recursos hídricos en la región, que involucre a los diferentes actores interesados, incluyendo a las comunidades locales, los agricultores, los pescadores, las empresas, los gobiernos locales y las organizaciones de la sociedad civil. Esta gestión debe basarse en un enfoque de cuenca hidrográfica, que considere el agua como un recurso integrado y adopte medidas para proteger la calidad y cantidad de agua disponible.

El Perú cuenta con un gran potencial en recursos hídricos, lo que representa una oportunidad importante para el desarrollo económico y social de las regiones. Sin embargo, también plantea desafíos en términos de gestión sostenible de los recursos hídricos, que requiere una acción coordinada y participativa de todos los actores interesados.

En la región Amazonas la producción de trucha se viene incrementando en los últimos años, esto debido a la creciente demanda de truchas de los mercados locales y regionales, promoviendo la constitución y formalización de piscigranjas principalmente de tipo convencional. Existe un gran interés de inversionistas locales, quienes vienen realizando estudios para incursionar en esta actividad a nivel comercial, mientras que hay productores de trucha que vienen mejorando su infraestructura para elevar el nivel de producción, entre ellos el distrito de Molinopampa, a partir de ello se planteó el siguiente problema ¿Cómo inciden los factores de competitividad en la comercialización de los productores de truchas en el distrito de Molinopampa, región Amazonas 2020?

En la vida de un producto influyen varios factores. A partir de ello se puede señalar que la vida de un producto comienza con su diseño. El éxito del producto en el mercado dependerá de lo bien que se haya producido, satisfaciendo las necesidades y deseos del consumidor. Las necesidades y deseos del consumidor pueden cambiar con el tiempo. Si un producto no satisface estas necesidades cambiantes, es posible que pierda su atractivo en el mercado; dentro de estas expectativas se esbozó el objetivo general que dice: determinar la incidencia de los factores de competitividad en la comercialización de los productores de trucha en el distrito de Molinopampa, región Amazonas 2020. Derivándose los objetivos específicos a. Realizar un diagnóstico situacional de los productores de trucha en el distrito de Molinopampa, región Amazonas. b. Evaluar el comportamiento de la comercialización en los productores de trucha del distrito de Molinopampa. c. Analizar el comportamiento de los factores de competitividad que más inciden en la mejora de la comercialización. d. Proponer estrategias genéricas que permitan dinamizar la comercialización de truchas en el distrito de Molinopampa. Cuya hipótesis. Los factores de competitividad inciden en la comercialización de los productores de trucha en el distrito de Molinopampa, región Amazonas.

De acuerdo a la justificación social resalta su importancia en la comercialización de truchas porque ayuda a identificar y demostrar los beneficios que la indagación puede tener para la sociedad en general. La comercialización de truchas puede tener importantes implicaciones económicas, ambientales y sociales, su incidencia puede ayudar a promover la inversión en los productores de trucha y a asegurar que los resultados de la presente indagación sean relevantes y aplicables en la práctica, en el que los beneficiados serían los productores del distrito de Molinopampa. Asimismo, se necesita saber la incidencia de la competitividad de los productores para mejorar la comercialización, para lo cual se debe capacitar al personal, quienes deben estar en armonía con los cambios e innovaciones tecnológicas, para confrontar las problemáticas y viabilizar las buenas prácticas en esta actividad. El actual estudio tiene su fundamentación en teorías y conceptos previamente establecidos, lo que ayuda a garantizar que la indagación sea rigurosa y relevante para el área de conocimiento en la que se lleva a cabo. En lo metodológico se afirma que el uso de métodos servirá para reconocer las diferentes habilidades y destrezas de los productores, además servirá para que las autoridades una vez identificado los problemas puedan focalizar intervenciones pertinentes.

Dentro de las expectativas de la indagación se resalta los siguientes antecedentes:

Según Guerrero (2022) en su indagación referida a la producción y comercialización de trucha arcoíris (*oncorhynchus mykiss*) en la provincia de Imbabura. La integridad de mercados existentes en la región Imbabura - Ecuador, comercializa principalmente mariscos procedentes de la costa del país. El estudio expone la viabilidad con respecto a la producción de truchas. En la parte técnica se concluyó que el primordial recurso que es el agua se encuentra en condiciones inmejorables para su uso en la crianza de truchas por su adecuado PH y la pureza de la misma al no contener sustancias dañinas para las especies de peces de agua dulce. El análisis técnico y económico se enfocó en cubrir la demanda efectiva producto del estudio de mercadeo, cuyo resultado de demanda en sus inicios fue de 400 kg. Para el efecto se necesita sembrar 8000 alevines, preparándolas para la cosecha por cuatro meses y cuando tengan un peso de 300 grs. deberán ser llevados al proceso de ahumado. Las políticas de desarrollo reflejan que los factores de competitividad, permite que las empresas y los negocios se desarrollen de manera sostenible y en línea con los objetivos y metas bien planificadas.

Pérez (2021) en su indagación orientada a la producción y comercialización de trucha, para cubrir la demanda del producto en la provincia de Imbabura, del cantón Antonio Ante, Ambato-Ecuador. Presenta una caracterización del ámbito de intervención y de sus diferentes eslabones del ente industrial (incubación, alevinaje, juvenil, engorde, cosecha y comercialización) Esta indagación experimenta plantear una cadena productiva de trucha donde todos los industriales conozcan cada uno de sus eslabones para su correcta manufactura, con el fin de brindar un producto de alta calidad mejorando la salud nutricional de las individuos y conduciendo a una buena comercialización para así avivar el consumo interno en las familias del cantón añadiendo la pesca deportiva en los fragmentos de la ciudad con una buena atención al cliente.

García & Rodríguez (2021) en “Identificación de los factores que impactan en las pymes que se dedican a la comercialización de pescado en los mercados de Paloquemao y Las Flores en Bogotá” se propusieron el objetivo de identificar qué factores afectan la rentabilidad y comercialización de las PYMES dedicadas a la venta de pescado en los mercados de Paloquemao y Las Flores en Bogotá. En cuanto a la metodología realizada, se aplicaron entrevistas en las plazas de Paloquemao y Las Flores en la ciudad de Bogotá a un total de 47 pymes comercializadoras de pescado, las cuales permitieron conocer las

fortalezas y dificultades del sector de la mano de quienes se dedican a la comercialización de pescado en estas poblaciones. Además, se bosquejaron estrategias de desarrollo teniendo en cuenta la matriz de desarrollos de Ansoff (1957) y el resultado de las entrevistas realizadas.

Terán (2020) en su investigación sobre el estudio mercantil en la comercialización de la trucha en la granja piscícola del Municipio del Atrato-Yuto, Chocó, tuvo como propósito poner en claro la conducción administrativa y los costos de manipulación, componentes que ayudan el perfeccionamiento de la explotación piscícola. La indagación tuvo un enfoque cuantitativo y aplicó el método deductivo, estadístico y analítico, con una muestra de 370 productores de trucha. Priorizó la entrevista y encuesta, dando como resultado dentro de su indagación que la rentabilidad tendría una estimación sobre los 6.5%. En conclusión, para una transformación óptima, se hace necesario tener una rentabilidad en el corto tiempo con una buena planificación y una buena proyección en el manejo de los costos de producción.

Según Gonzales y Martínez (2018) en su trabajo de indagación “Propuesta para optimizar la competitividad de los pequeños productores del Valle Viejo de Olmos” El prototipo innovador es el paradigma interpretativo en una evaluación mixta, contemplando estudios de casos, que incide en la percepción del entorno de los actores implicados en el argumento de sondeo. Siendo fundamental el análisis de la información y la propuesta. El resultado es a partir de un compromiso vinculado a entes privados, público y académico, sustentado en sus 25 propuestas de operaciones esbozadas en el desarrollo de la sociedad con resultados muy favorables a la mejora de la competencia de la asociación.

Alarcón (2021) esta indagación se enfocó en contrastar la viabilidad económica y comercial del enlatado artesanal del filete de trucha, con el fin de fomentar el crecimiento y la diversificación de la industria acuícola en la región. A pesar de que el cultivo de trucha representa el 54.6% de la acuicultura en la región, existe una falta de aprovechamiento de este recurso en la industria de la transformación debido a la ausencia de productos envasados derivados de este pescado. El tesista utilizó estudios de mercado y segmentación de una consultora, así como estadísticas de CPI y APEIM del 2019, para analizar el mercado de enlatados de pescado y calcular la demanda del proyecto mediante un método lógico-matemático de segmentación. La demanda se expresó en términos de hogares de Lima, segmentados como "despreocupados" y clientes con mayor capacidad

adquisitiva. En conclusión, mantener el costo de la trucha estable contribuirá a mantener una estructura de costos estable y garantizar la rentabilidad del proyecto.

Cosio (2019) en su trabajo de indagación “Proyección estratégica y su contingencia en la competitividad de producción de truchas en la sociedad de piscicultores, bahía rural de Chucuito, en la región Puno”, El presente trabajo tiene relación con un enfoque cuantitativo, expresivo y relacional. El esbozo de la misma es no experimental, transversal. La intervención estuvo identificada a 40 pequeñas empresas, dedicadas al mercadeo de truchas, se manejó un muestreo no probabilístico de tipo intencional, se manejó un cuestionario, permisible alcanzando un valor según el Alpha de Cronbach de 0.981 para una de las variables: planeamiento estratégico y para la competitividad 0.986; valor confiable y admisible. Se finiquitó que coexiste una relación significativa entre las dos variables, con un factor de correlación de Rho de Spearman $r=0.816$, identificada con una correlación positiva alta, y con un nivel de significancia de 0.000 menor que el nivel esperado ($p < 0.05$), con el cual se determina el rechazo a la hipótesis nula, admitiéndose la hipótesis alterna.

Según Quispe (2019) en su indagación “Preeminencia de la competitividad de los productores de Trucha Arcoíris, San Mateo y Chicla”. El objetivo primordial es plantear un piloto de asociatividad para optimizar su capacidad productiva. El trabajo es descriptivo y propositivo que investiga el procedimiento integrativo en concordancia a sus necesidades. Parte de las características de los truchicultores para posteriormente formular las labores que consientan alcanzar el objetivo esbozado. La investigación es importante por la similitud con determinadas características de nuestro proyecto: se identifica con el sector rural y el mercado local.

Tamayo y Vila (2018) en su investigación “Preeminencias competitivas en la producción de las piscigranjas de truchas de la provincia de canta en los años 2015-2018”. Tiene una orientación cualitativa, con un esbozo exploratorio, a partir de un estudio de caso; se eligió la muestra de dos tipos, el primero de las piscigranjas de trucha de la provincia de canta y el segundo de expertos en acuicultura. La indagación estuvo basada en las entrevistas y la observación. Estableciendo que la cadena de valor es un componente significativo sobre todo para la trucha arco iris, la cual tiene un expectante y promisorio mercado mundial, pero asimismo hay que tener en cuenta la mediación de las entidades

públicas ya que son trascendentales generadoras del desarrollo del sector. En conclusión, existen componentes para optimizar el ejercicio de las tecnologías de producción de la crianza de trucha. Las cuales tienen que ver con el perfeccionamiento y apoyo de los distintos sectores públicos – privado.

II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Población, muestra y muestreo

2.1.1. Población

Está constituido por la totalidad de los piscicultores de truchas del distrito de Molinopampa, provincia de Chachapoyas, que en nuestro caso es de 10 productores que tienen la intención de asociarse previa coordinación y propuesta.

Los discernimientos de inclusión y exclusión en la delimitación del ámbito de intervención se dan a continuación.

Inclusión:

- Se considera a las personas de sexo: femenino y masculino.
- La presente investigación considera al distrito de Molinopampa como Sede Central e involucra a sus demás sectores.
- Se tendrá en cuenta a los productores con edades que estén oscilando entre 18 y 65 años de edad.
- Que tenga criterio de apoyar la investigación

Exclusión:

- No formará parte de la población objetiva las personas mayores de 65 años de edad ni menores de 18 años.
- No se tomará en cuenta a las personas que no estén involucradas en la comercialización de truchas.
- Que presente características no deseadas
- Que no hayan tenido vigencia en los últimos meses (semestre)

Para lo cual se ha venido teniendo coordinaciones con los productores piscícolas que ha permitido acceder a la información con el registro de los principales productores teniendo en cuenta el acceso geográfico.

2.1.2. Población muestra

El presente trabajo presenta una particularidad de tener una muestra pequeña, siendo un caso especial denominada población muestral, la misma que está constituida por la totalidad de los productores de trucha (10) del distrito de Molinopampa, cuyo criterio de selección fue el muestreo no probabilístico y por conveniencia.

Tabla 1

Población muestral de productores de trucha en el distrito de Molinopampa.

Distrito de Molinopampa	Productores
Casmal	1
Cuillamal	1
Huascazala	1
Molinopampa	7
TOTAL	10

Nota: Elaboración propia, a partir del diagnóstico situacional noviembre- 2020.

Tabla 2

Relación de productores de trucha del distrito de Molinopampa.

Nro.	Apellidos y Nombres	Lugar de residencia
1	OLIVA ARCE, Adrián	Molinopampa
2	HUAMAN SERVÁN, Jobo Leonardo	Molinopampa
3	OLIVA VALLE, Mario	Molinopampa
4	MELENDEZ INGA, Celso	Anexo Casmal
5	CENTRO DE PRODUCCIÓN DE ALEVINOS- GOBIERNO REGIONAL AMAZONAS	Molinopampa
6	MELENDEZ VIN, Richard	Anexo Huscazala
7	SERVAN CHECAN, Roberto	Molinopampa
8	MAS RIMACHI, Hernán	Molinopampa-PRONAMACH
9	TUESTA SILVA, Salvador	Cuillamal
10	HUAMAN LOPEZ, Celso Víctor	Molinopampa

Nota: Elaboración propia, a partir del diagnóstico situacional - noviembre 2020.

2.1.3. Muestreo

En esta indagación se utiliza el muestreo no probabilístico y por conveniencia.

2.2. Tipo y Diseño de la investigación

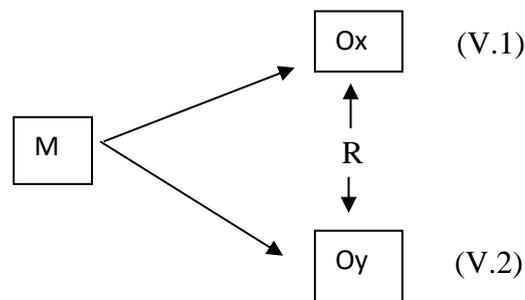
Dentro de la caracterización de la indagación es básica "La investigación básica es un tipo de investigación que busca expandir el conocimiento teórico en un área específica sin una aplicación práctica inmediata" Hernández, et al., (2010). el tipo es cuantitativo, la cual está caracterizada como no experimental, de corte transversal puesto que esta apreciación se sustenta en lo dispuesto por Hernández, Fernández y Baptista (2010)

“...Este estudio se enfoca en recopilar antecedentes en un momento específico, con el objetivo de describir variables y analizar su relación e incidencia en ese momento. Es como tomar una fotografía de un evento en tiempo real, lo que permite obtener una comprensión detallada y precisa de lo que está sucediendo en ese momento” (p.151)

El esbozo de la indagación corresponde al diseño "No Experimental", el mismo que se describe por recolectar identificaciones en un solo momento, en un tiempo único; su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

Asimismo, es una investigación correlacional, ya que “...la investigación correlacional es un tipo de investigación que examina la relación entre dos o más variables sin manipularlas, con el objetivo de determinar si existe una asociación estadística entre ellas.” como lo explican Hernández, Fernández y Baptista (2010). Para ello se realizará un diagnóstico de la relación existente entre las dos variables (V1 y V2).

La indagación está establecida en un juicio constante que requiere la representación, la comparación, la explicación, la relación que existe con el proceso y el resultado. Esto permitirá identificar como inciden los factores de competitividad en la comercialización de los productores de truchas. Se utilizará el siguiente diseño:



- Leyenda:** M : Muestra
O₁ : Variable 1: Es la variable independiente
O₂ : Variable 2: Es la variable dependiente
R : Es la Relación entre las variables de estudio

2.2.1. Variables de estudio

Variable 1: Factores de Competitividad.

Variable 2: Comercialización.

2.2.2. Tabla 3 Operacionalización de variables

Se puede visibilizar en el Anexo A1

2.3. Métodos de la indagación

Con la sistematización de las fichas, se podrá organizar la compilación de la indagación teórica que permitirá explicar científicamente la exploración, para ello se estará realizando una revisión bibliográfica y la aplicación de una encuesta.

2.4. Técnicas y procedimientos de la recolección de datos.

Con respecto al trabajo de campo y para viabilizar los objetivos previstos en la investigación se utilizarán técnicas. Para ello se tendrá en cuenta lo siguiente:

- **Análisis normativo.** Está constituido por el estudio e interpretación de las normas del sector Producción - MIDAGRI
- **La percepción de las actividades:** permitirá tener un discernimiento de lo investigado, por lo que se realizará ejerciendo la objetividad, con el designio de contar con una indagación estimable.
- **Ficha bibliográfica:** Permitirá la recopilación de datos de libros, revistas, boletines, Internet, periódicos, informes memoria, relacionados con la temática de la investigación.

El instrumento priorizado para la intervención de campo será un cuestionario dirigido a los productores y demás actores del sector truchícola, el cual permitirá contar con información relevante que ayudará resaltar los trascendentales factores de competitividad en la comercialización de trucha con miras a alcanzar en un futuro no muy lejano los requisitos de los mercados internacionales. La técnica llamada encuesta estructurada mediante interrogantes contiene un cuestionario de 33 preguntas, cuyas respuestas se sujetarán a una medición con la escala de Likert para saber el grado de frecuencia o repetición representa frente a un elemento. En seguida la denominación de la escala con sus respectivos valores:

Tabla 3*Denominación de la escala con sus respectivos valores*

Denominación	Escala
Nunca	1
Casi nunca	2
A veces	3
Casi siempre	4
Siempre	5

- **Fotografías.** - Se utilizarán equipos fotográficos para evidenciar las actividades de trabajo con los productores de trucha.

Tabla 4. Caracterización de las variables.

Variables	Técnica	Instrumento
(V1): Factores de competitividad	Encuesta	Cuestionario
(V2): Comercialización de trucha	Encuesta	Cuestionario

Nota: Elaboración propia, a partir del diagnóstico situacional y estrategias a emplear.

- **Encuesta:** es una herramienta que se utiliza para medir y evaluar diferentes aspectos, como el tiempo y la eficacia, a través de métodos de cálculo específicos (Vara, 2012)
- **Cuestionario:** es un conjunto de preguntas que se utiliza para recopilar información sobre diferentes variables y realizar cálculos relacionados a partir de las respuestas obtenidas (Fernández, Hernández & Baptista, 2010).
- **Registro de actividades:** las primordiales diligencias se registrarán como relevancia de la indagación.

2.5. Análisis de datos

En el proceso del tratamiento de los antecedentes en las variables propuestas se revisará y validará su inserción para ser automatizadas bajo el entorno del Excel, luego también se utilizará el software SPSS 26, que permita el análisis de la correlación a partir del estadístico Rho Spearman; asimismo, según la robustez de la información se buscará la generación de cuadros estadísticos, gráficos por componentes o nubes que permitan identificar las características del objetivo de la investigación. El instrumento tendrá su confirmación en alianza con los discernimientos de los expertos. A fin de brindar una mayor confiabilidad se utilizará el estadístico “Alfa de Cronbach”, realizando la

consistencia pertinente de los ítems; luego, el instrumento de trabajo de campo (encuesta) se aplicará a 5 colaboradores conformando la muestra piloto de los productores de trucha del distrito de Molinopampa.

2.6. Aspectos éticos

Respetar estos principios garantiza que la investigación se realice de manera ética y responsable, promoviendo la confianza, el respeto y la integridad en el proceso de generación de conocimiento.

III. RESULTADOS

OE1: Diagnóstico de los productores de trucha en el distrito de Molinopampa, región Amazonas.

Figura 1

Caracterización de los productores de trucha - distrito de Molinopampa.



País	Perú
Departamento	Amazonas
Provincia	Chachapoyas
Población	2740 habitantes
Densidad	8.0 Hab./km ²
Superficie del distrito de Molinopampa	34,400 hectáreas
	344,00 km ²
Altitud del distrito de Molinopampa	2 407 metros de altitud

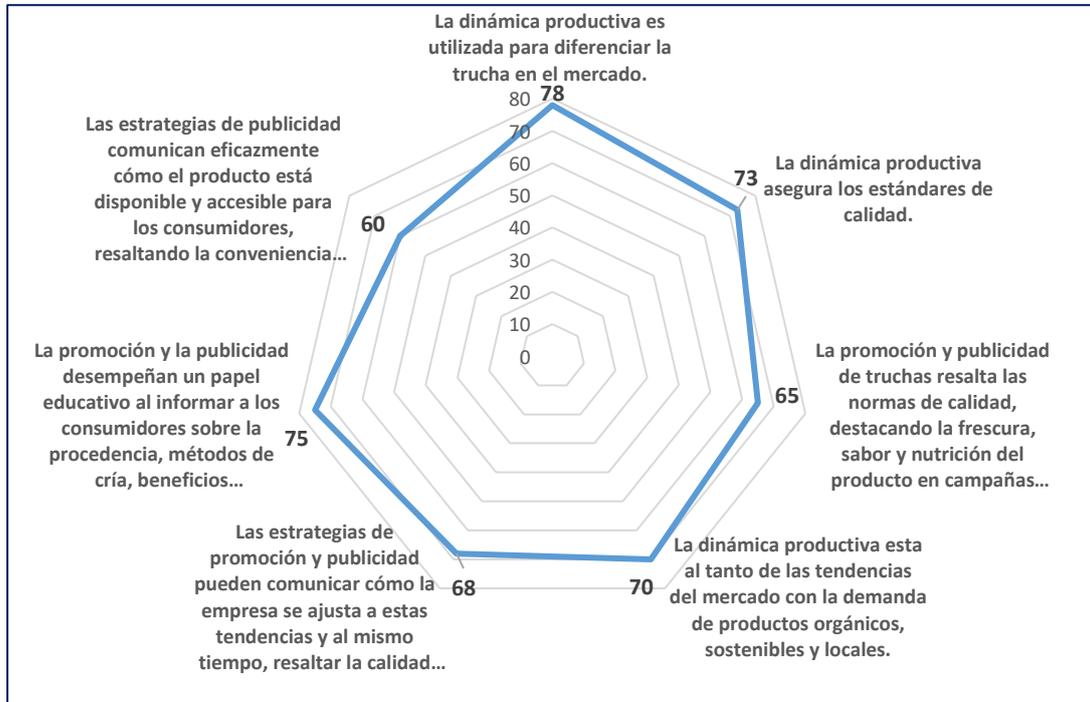


El Diagnóstico permite analizar las principales experiencias de la situación de los 10 productores de trucha en Molinopampa que dentro de sus perspectivas viabilizan su producción - comercialización de trucha a nivel distrital y que son los principales proveedores de este producto en la provincia de Chachapoyas. De esta manera, se analiza que muchos de ellos se encuentran en proceso de mejora de las principales condiciones que exige este rubro; asimismo se ha podido identificar la intencionalidad de los productores en la mejora de sus procesos de producción (6 000 Kg. mensuales en promedio) y su asociatividad que les permitan compartir recursos, conocimientos y tecnología en una zona con gran potencial y posibilidad de desarrollo.

OE2: Comportamiento de la comercialización en los productores de trucha del distrito de Molinopampa de la provincia de Chachapoyas.

Figura 2

Comportamiento porcentual de la comercialización – distrito de Molinopampa



Nota: Elaboración propia a partir del diagnóstico situacional

Análisis: La dinámica productiva, la promoción y la publicidad están estrechamente interconectadas en la comercialización de trucha. A continuación, se describen algunas formas en las que estas áreas están vinculadas y cómo influyen en el comportamiento de la comercialización. La exploración de las experiencias de los productores de trucha en el distrito de Molinopampa muestra una percepción del 65% con una limitada promoción y publicidad de truchas en la que resalte el sabor y nutrición de las mismas. Dentro de estas percepciones se resalta que un 60% de los usuarios indica que la promoción y la publicidad juegan un papel educativo en la sociedad sobre los beneficios del producto para ello es necesario darle un mejor enfoque. Un 70 % indica que la dinámica productiva esta dentro de las líneas del mercado con productos orgánicos y con producción local con lo cual permiten fomentar un desarrollo dinámico en los productores de este distrito.

OE3: Análisis del comportamiento de los factores de competitividad incidentes en la comercialización de los productores de truchas en el distrito de Molinopampa, región Amazonas 2020.

Tabla 5

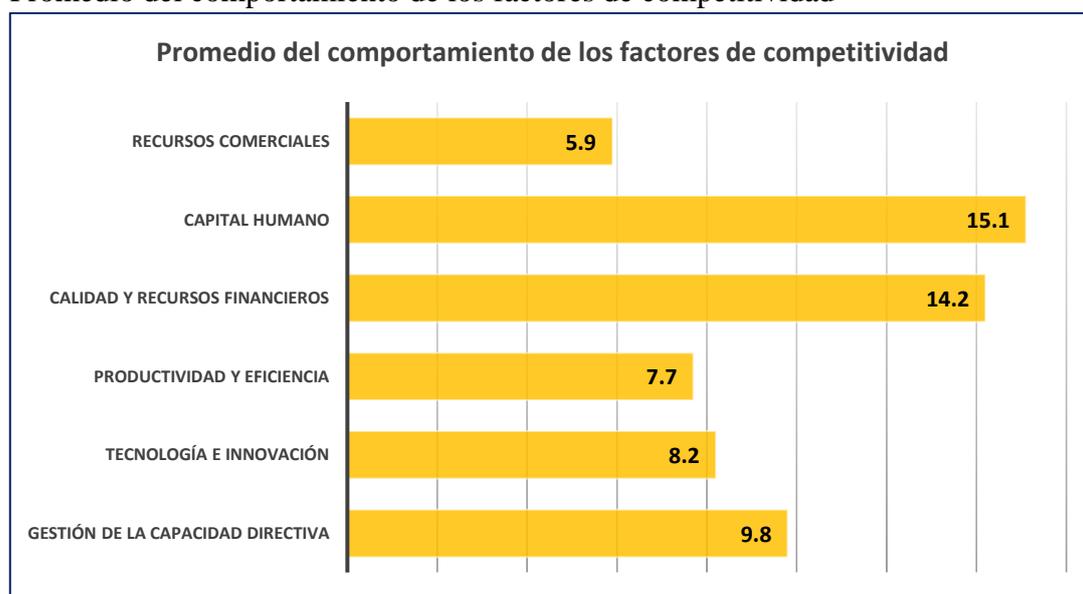
Promedio del comportamiento de los factores de competitividad

Dimensiones factores de competitividad	N	Mínimo	Máximo	Media
Gestión de la Capacidad directiva	10	7	12	9.80
Tecnología e innovación	10	7	9	8.20
Productividad y Eficiencia	10	7	9	7.70
Calidad y recursos financieros	10	13	16	14.20
Capital humano	10	14	16	15.10
Recursos Comerciales	10	4	8	5.90

Nota: Elaboración propia a partir del diagnóstico situacional

Figura 3

Promedio del comportamiento de los factores de competitividad



Nota: Elaboración propia a partir del diagnóstico situacional

Análisis: se debe resaltar que el capital humano 15.1% y la calidad y recursos financieros 14.2% resaltan su importancia dentro de una actividad tan importante como es la producción de trucha, otro aspecto importante es la gestión de la capacidad directiva 9.8% y la tecnología e innovación en cada uno de los procesos de intervención que serán determinantes en el desarrollo y mejora de la calidad de vida de los productores de trucha del distrito de Molinopampa.

Para ahondar en el análisis voy a nombrar, en seguida, los indicadores que corresponden a la dimensión Capital humano que representa el más alto porcentaje y los indicadores relacionados con Recursos Comerciales que en la Fig. 3 se observa con un menor porcentaje frente a las demás dimensiones cuando se analiza el promedio de comportamiento de los factores de competitividad.

Dimensión: Capital Humano

1. Con la habilidad técnica que Ud. tiene, le permite desarrollar en forma eficaz sus actividades productivas.
 2. Con la experiencia que Ud. Cuenta en crianza de trucha, cree que es suficiente para generar una actividad productiva y rentable.
 3. Tienes Ud. una especialización técnica en el área de piscicultura, que le permita desempeñar con efectividad el proceso de producción de trucha.
 4. Ud. Se considera competitivo y eficiente frente a otros piscicultores, logrando la aceptación del consumidor en el mercado
 5. Los talleres de capacitación que Ud. ha realizado intervienen en forma directa en el proceso de producción de la piscicultura.
 6. Ud. Cuenta con asesoría técnica del estado
- Esta dimensión exige que los productores de trucha cuenten con habilidades técnicas, experiencia, especialización en la producción y comercialización de truchas, sean competitivos y eficientes, participen en talleres de capacitación y tengan asesoría técnica para obtener resultados productivos y rentables. Esta es la dimensión que los productores destacan su importancia por lo que en la Fig. 3 se observa que alcanza un 15.1 %.

Dimensión: Recursos Comerciales

1. Ud. Cree que el producto “Trucha” está posicionado en la mente del consumidor
2. Ud. Considera que el producto “Trucha” es preferido por los consumidores en el mercado.
3. Ud. Realiza estudios de mercado, con el propósito de conocer las necesidades y demandas.

Esta dimensión requiere que el productor logre posicionar el producto trucha en el mercado y consiga la preferencia de los consumidores, asimismo realice estudios de

mercado para conocer las necesidades y demandas de los clientes. Estos aspectos no lo ven con mucha importancia los productores, este es el motivo por el que en la Fig. 3 observamos que alcanza apenas un 5.9%; esto se debe quizás porque solamente están llegando al mercado local; destacarán la importancia de estos indicadores cuando intenten extenderse a mercados mucho más competitivos.

OG: Determinación de la incidencia de los factores de competitividad en la comercialización de los productores de trucha en el distrito de Molinopampa, región Amazonas.

Tabla 6

Información tabla cruzada factores de competitividad * comercialización

		Comercialización		Total
		Buena	Regular	
Factores de Competitividad	Buena	Recuento	0	1
		% del total	0.0%	10.0%
	Regular	Recuento	3	6
		% del total	30.0%	60.0%
Total		Recuento	3	7
		% del total	30.0%	70.0%

Nota: Elaboración propia a partir del diagnóstico situacional

Análisis: a partir de la tabla 3 se puede apreciar que la información sobre la Comercialización respecto a los factores de competitividad se puede indicar que dicha comercialización que se viene realizando en el distrito de Molinopampa solo el 30% es buena respecto a los factores de competitividad y el 70% se refleja como regular. Sin embargo, visto este panorama se puede indicar que en los productores de trucha del distrito de Molinopampa existen expectativas de inversión para la mejora de su producción y comercialización que con el tiempo permitiría incidir en la reducción de la pobreza. A partir de ello, existe la necesidad de forjar esta actividad como un modelo de negocio dentro del sector rural buscando su articulación con los diferentes actores como, instituciones públicas y privadas, empresas, proveedores y productores.

Hipótesis

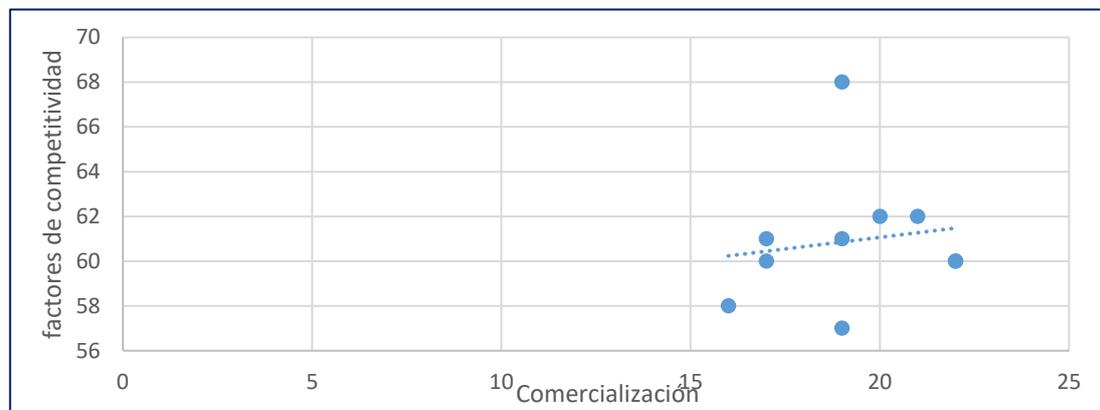
H1: Los factores de competitividad inciden en la comercialización de los productores de trucha en el distrito de Molinopampa, región Amazonas.

Ho: Los factores de competitividad no inciden en la comercialización de los productores de trucha en el distrito de Molinopampa, región Amazonas.

Tabla 7
Correlación de Rho de Spearman

		Factores de competitividad	Comercialización
Rho de Spearman	Factores de competitividad	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	0.045
		N	10
	Comercialización	Coefficiente de correlación	0.211
		Sig. (bilateral)	0.045
		N	10

Figura 4
Diagrama de dispersión



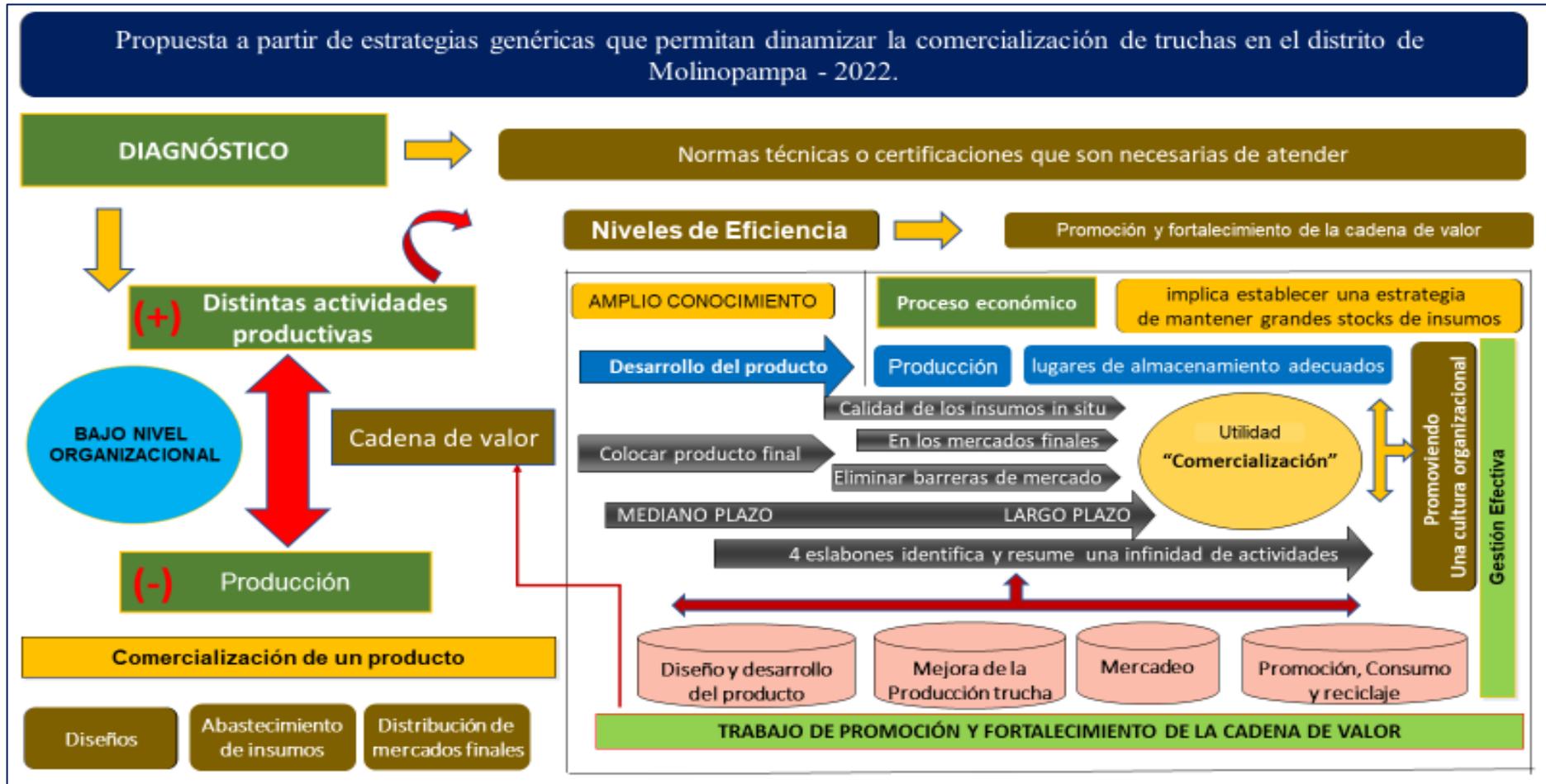
Toma de decisiones

La incidencia de los factores de competitividad en la comercialización de los productores de trucha en uno de los distritos más prósperos de la provincia de Chachapoyas- Amazonas se observa mediante el estadístico no paramétrico de Spearman con un indicar de 0.211, demostrando una baja y positiva incidencia entre estas variables y que a partir de su nivel de significancia 0.045 nos permite aceptar la hipótesis alterna. A partir de ello es importante resaltar que los factores de competitividad deben potenciarse a fin de que estos incidan en el sistema de comercialización de los productores de trucha.

OE4. Proponer estrategias genéricas que permitan dinamizar la comercialización de truchas en el distrito de Molinopampa.

Figura 5

Propuesta de estrategias en la mercantilización de truchas en el distrito de Molinopampa.



Caracterización de la propuesta:

Una dinámica en la comercialización de truchas

Objetivo de la propuesta

Promover un comercio sostenible de truchas para mejorar el desarrollo económico de los productores y garantizar la calidad y la seguridad de los productos.

Objetivos específicos

- Analizar la minimización de la contaminación y la preservación de los ecosistemas acuáticos.
- Demostrar las prácticas de acuicultura que sean ambientalmente sostenibles, con el uso eficiente de los recursos hídricos,
- Evaluar la adopción de estándares de certificación reconocidos internacionalmente para garantizar la sostenibilidad de la producción de truchas.

Principales acciones de intervención

Mejorar la calidad y la seguridad de los productos:

- La propuesta puede enfocarse en establecer estándares de calidad y seguridad alimentaria para la producción y el procesamiento de las truchas.
- Propiciar las regulaciones sanitarias claras.
- Buscar la implementación de sistemas de trazabilidad para monitorear y rastrear los productos a lo largo de la cadena de suministro, así como programas de capacitación para garantizar el cumplimiento de los estándares.

Iniciativa de promover el acceso a mercados nacionales e internacionales

La propuesta puede apoyar la participación de los productores de truchas en mercados nacionales e internacionales, facilitando el acceso a través de la eliminación de barreras comerciales, la promoción de la marca y la imagen de las truchas, y la creación de redes de distribución y comercialización. Esto puede incluir la participación en ferias y exposiciones internacionales, misiones comerciales y la promoción de las truchas como un producto distintivo y de alta calidad.

Impulso a la investigación y el desarrollo:

La propuesta puede apoyar la investigación y el desarrollo en el sector de la trucha, con el objetivo de mejorar la productividad, la calidad y su diversificación.

IV. DISCUSIÓN

El propósito central del presente trabajo es determinar la incidencia de los factores de competitividad en la comercialización de los piscicultores de trucha en el ámbito de Molinopampa, región Amazonas; y con relación a este propósito se ha podido evidenciar a partir de la correlación estadística no paramétrica de Spearman una correlación de 0.211 demostrando una baja y positiva incidencia entre estas variables y que a partir de su nivel de significancia 0.045 nos permite aceptar la hipótesis alterna. H1: Los factores de competitividad inciden en la comercialización de los productores de trucha en el distrito de Molinopampa, región Amazonas.

Ante este planteamiento, es importante resaltar que los factores de competitividad deben potenciarse a fin de que estos incidan positivamente en el sistema de comercialización de los productores de trucha. Según esta perspectiva se puede validar la presente indagación con lo expuesto por Lescano (2016) En su investigación sobre el Análisis financiero y su incidencia en la producción y comercialización de trucha en el que se reflejan factores de competitividad determinantes que favorecen la comercialización. En el trabajo de Lescano se puede observar cómo la calidad, el capital humano capacitado son factores que destacan. Asimismo, se puede ver que estos mismos factores son relevantes en nuestro trabajo y que para lograr una transformación alta, los factores de competitividad tienen directa incidencia en los procesos y resultados de comercialización.

Asimismo, se puede valorar o cotejar el presente trabajo con la investigación de Gonzales y Martínez (2018). Este autor en su trabajo titulado “Propuesta para optimizar la competitividad de los pequeños productores del Valle Viejo de Olmos” resalta el perfeccionamiento de la información recopilada, del procesamiento y análisis para finalmente brindar una proposición como planteamos también en nuestro trabajo. Dentro del discernimiento que realizan los autores resaltan el compromiso vinculado con las instituciones y el nuevo sistema de comercialización que debe incluir la financiación de estudios sobre la nutrición y la salud de las truchas, la mejora de las prácticas de cultivo y la diversificación de productos a base de trucha. La inversión en investigación puede ayudar a los productores a innovar, mejorar su competitividad y encontrar nuevas oportunidades de mercado en la mejora de la competencia de la asociación.

Según Cosio (2019) En sus investigaciones, “Proyección estratégica y su contingencia en la competitividad de producción de truchas en la sociedad de piscicultores, bahía rural de

Chucuito, en la región Puno”. Nuestro trabajo tiene relación con el planteado por Cosio cuando busca la correlación de variables y por su carácter no experimental y transversal y sobre todo porque pone en observancia la variable competitividad, asimismo, busca explicar el mercadeo o la comercialización de truchas. Al observar el comportamiento correlacional de las variables manifiesta que el nivel de correlación entre las variables en el trabajo de Cosio en cuanto a competitividad, especialmente, es de 0.986 que resulta ser un valor confiable y admisible y que teniendo en cuenta el estadístico de Rho Spearman es de 0.816 que implica una relación positiva alta, frente a nuestro trabajo que alcanza un nivel de relación de 0.211 que implica una correlación baja donde se tiene que reforzar determinados indicadores y dimensiones para ir mejorando en la variable para beneficio de los productores de trucha de Molinopampa.

Por otro lado, hablando de cadena productiva, se puede respaldar y fundamentar, según teorías establecidas, que la relevancia de la cadena productiva se concreta en los diversos terminales que se buscan para acceder a mercados locales. Esto implica superar barreras comerciales, establecer alianzas estratégicas y penetrar en nuevos segmentos de mercado (Meyer-Stamer y Wältring, 2007)

Luego, el comercio internacional puede ser una herramienta para el desarrollo económico local en zonas remotas. Al proporcionar oportunidades de mercado para los pequeños productores, se pueden generar empleos e ingresos en comunidades que de otro modo podrían enfrentar dificultades económicas (SDC, 2007).

Finalmente, se puede manifestar que los productores buscan que los organismos del estado faciliten, suministrar los servicios de apoyo técnico, productivo y empresarial, financiamiento, e información especializada, entre otros. En todo proceso de intervención con el mercado es importante tener una cultura organizacional e identificar las cadenas de intervención y que se deben recoger la más desarrolladas con actores - productores capacitados. Los servicios tecnológicos son una pieza fundamental en la generación de la capacidad de ofrecer productos y servicios de calidad, con valor agregado, diferenciación y competitividad en precio.

V. CONCLUSIONES

Del trabajo de investigación podemos llegar a las siguientes conclusiones:

- Que, se logró comprobar la hipótesis alterna (H1) al observar que los factores de competitividad inciden en la comercialización de los productores de trucha en el distrito de Molinopampa.
- Que, al mirar la incidencia de los factores de competitividad con respecto a la comercialización haciendo uso de la tabla cruzada y desde una perspectiva de carácter cualitativo podemos ver que apenas un 30 % (3 de 10 productores) se califica como bueno el trabajo que realizan sobre la comercialización con respecto a los factores de competitividad.
- Que, teniendo como base el estadístico de Rho de Spearman para observar el nivel de correlación entre los factores de competitividad y la comercialización obtenemos una baja pero positiva incidencia entre estas dos variables alcanzando un 0.211 de nivel de relación. Por otro lado, vemos que el nivel de significancia es de 0.045, cifra que nos permite aceptar la hipótesis alterna. Además, en el diagrama de dispersión que presentamos en la tabla 8, podemos ver que los puntos están separados de la línea diagonal punteada, lo que implica que necesitamos trabajar con los productores muchos indicadores y dimensiones de las variables y tendremos los puntos más unidos.
- Que, cuando realizamos el análisis del comportamiento de los factores de competitividad que más inciden en la mejora de la comercialización encontramos que el 15.1 sostiene que el capital humano es el más importante, asimismo la calidad y recursos financieros que alcanza un 14.2% seguido por la gestión de la capacidad directiva que alcanza un 9.8%.
- Que, los productores de trucha del distrito de Molinopampa venden sus productos a nivel local y regional, lo hacen en una sola presentación, no están organizados entre otras falencias, por ello, es necesario hacerles llegar unas propuestas que les servirán para avanzar en el camino, como el de establecer estándares de calidad, tener presente los criterios de seguridad alimentaria y el de implementar sistemas de trazabilidad para citar algunas propuestas.

VI. RECOMENDACIONES

A los productores de trucha de Molinopampa promover la colaboración con los actores sociales relevantes para impulsar estrategias de desarrollo que beneficien tanto a la sociedad como al sistema de comercialización. Esto puede lograrse a través de la implementación de proyectos productivos que fomenten una intervención directa y efectiva en el sector.

A los productores de trucha de Molinopampa no solo deberían socializar las políticas de estado, sino también considerar los factores de competitividad en su estrategia empresarial. Esto implica fomentar la innovación, mejorar la calidad y eficiencia de sus procesos, adoptar tecnologías adecuadas y otros elementos que les permitan competir en el mercado y mantenerse a largo plazo. Es importante que estos factores se aborden con una perspectiva social, considerando cómo pueden contribuir al desarrollo sostenible y la inclusión social en la región.

Dado el gran potencial de Molinopampa en la crianza y producción de trucha, es fundamental que los productores se organicen y se involucren dentro de los lineamientos de política y de intervención del estado para obtener mejores apoyos y recursos. Al trabajar juntos y de manera organizada, podrán aprovechar al máximo su potencial y mejorar su calidad de vida. Además, es importante destacar que el desarrollo de la industria de la trucha en el distrito de Molinopampa puede tener un impacto significativo en la economía local y en la creación de empleos. Por lo tanto, se recomienda a los productores de trucha priorizar la organización y la colaboración para maximizar su potencial y lograr un impacto positivo en su comunidad.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alarcón, J. (2021). Estudio de prefactibilidad de la producción y comercialización de conserva de filete de trucha en salmuera en Lima metropolitana aplicando herramientas de calidad. Tesis de maestría, PUCP.
- Bessa (2016). Análisis económico de la producción de truchas (*Oncorhynchus mykiss*) a nivel nacional. Beneficio de orden económico obtenido por una empresa en Lima-Perú.
- Barreto, A. (2018). Gestión Empresarial y competitividad empresarial de las mypes textiles del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, 2018. Tesis, Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/19391/Barreto_CAV.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cabascango (2017). Producción y comercialización de trucha ahumada, provincia de Imbabura, del cantón Antonio Ante, Ambato-Ecuador.
- Calderón, Centeno y Reyes, (2017). *Enfoque de valor compartido de la empresa ESC a partir de la implementación de las prácticas que buscan generar un impacto en el desarrollo de la Asociación de Acuicultores Arcoíris*.
- Cosio (2019). Planeamiento estratégico y su incidencia en la competitividad de producción de truchas en la asociación de piscicultores en la bahía de la comunidad rural de Chucuito, en la región Puno
- Fernández (2016). Producción y rentabilidad económica de truchas (*Oncorhynchus mykiss*) "Arco iris" en etapa juvenil. Granja de truchas "Ocopa". Distrito de Anchonga, Provincia de Angaraes, departamento de Huancavelica
- Flores, L. D. (2013). En su tesis "Propuesta de asociatividad para el desarrollo económico y social de los productores de café del distrito de Kañaris-Ferreñafe" (Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú).
- Gracia, Y. & Rodríguez, J. C. (2021). Análisis de los factores que impactan en las pymes que se dedican a la comercialización de pescado en los mercados de Paloquemao y Las Flores en Bogotá. Bogotá: Teses como requisito para optar el título de Master en Administración de Empresas - MBA, Colegio de Estudios Superiores de Administración.
- Gonzales y Martínez (2018). Propuesta para Mejorar la Competitividad de los Pequeños Productores del Valle Viejo de Olmos

- Guerrero Angamarca, Cristian X. (2022). Producción y comercialización de trucha arcoíris (*oncorhynchus mykiss*) en la provincia de Imbabura
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación* (Quinta ed.). México: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. DE C.V.
- Kaplan, R. y Norton, D. (2000). Cuadro de Mando Integral. 2da Edición. Gestión 2000. Barcelona. España.1997.
- Kaplinsky y Morris, (2001). Barreras de entrada a partir de un análisis en las cadenas de valor.
- MINAGRI (2016). Boletín Estadístico de Producción. Recuperado de: <http://www.minagri.gob.pe/portal/download/pdf/herramientas/boletines/prod-agricolapecuaria-avicola/2016/boletin-produccion-comercializacion-avicola-marzo2016.pdf>
- Meyer-Stamer y Wältring (2007). Cadenas de valor. Proyecto Comercio Y Pobreza En América Latina / COPLA – PERU
- Moreno, A.; Medina, B. & Tibaduiza, K. (2018). *Posibilidades de exportación de la trucha arcoíris producida en Colombia a Alemania*. (Tesis de Licenciatura) Colombia: Universitaria Agustiniiana.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura. (2016). El estado mundial de la pesca y la acuicultura. Recuperado de: <http://www.fao.org/3/a-i5798s.pdf>
- Pérez Cadena, Jaime Oswaldo (2021). La cadena productiva del cultivo de trucha arcoíris y su consumo interno, en el cantón Otavalo.
- Procompite (2016). *Pauta Metodológica para la elaboración de planes de negocio de trucha andina en el marco de la Ley Procompite*. Dirección General de Inversión Pública del Ministerio de Economía y Finanzas. Lima - Perú.
- [PRODUCE] Ministerio de la Producción (2016). Anuario estadístico pesquero y acuícola 2015. Ministerio de la Producción. Perú. 196p.
- Quispe Cisneros, Rubí Delia (2019). Asociatividad para el Mejoramiento de la Competitividad de los Productores de Trucha Arcoíris (*Oncorhynchus mykiss*) en San Mateo y Chicla.
- [RNIA] Red Nacional de Información Acuícola (2017). Perú: cosecha de recursos hidrobiológicos de la actividad de acuicultura según departamento y especie, 2006-2017 (tm). Recuperado de: http://rnia.produce.gob.pe/images/cosecha_por_region_2006_2017.pdf

- Roque E. (2015). Determinación de costos de producción y rentabilidad de los Criaderos de Trucha (*Oncorhynchus mykiss*) en jaulas flotantes del distrito de Capachica-Puno. Tesis presentada para optar el título profesional de Ingeniero Agroindustrial. Universidad Nacional del Altiplano-Puno.
- SDC (2007). la cadena a través de la cual se desplaza el producto. Integración de los pequeños productores de trucha con los mercados externos: ¿una meta lejana?
- Tamayo y Vila (2018). Ventajas competitivas en el proceso de producción de las piscigranjas de truchas de la provincia de canta en el periodo de 2015-2018.
- Terán, L. (2019). Estado actual de la piscicultura en el municipio del Atrato-Yuto, Chocó; perspectivas para un agronegocio rentable y sostenible. Caldas: Trabajo de grado para optar el título de especialista en Gerencia Agropecuaria. Corporación Universitaria Lasallista.
- Vara, A. (2012). 7 pasos para una tesis exitosa. Recuperado de: www.aristidesvara.net
- Van der Heyden y Camacho (2004). Actores directos en las cadenas de valor. Recuperado de: https://cies.org.pe/sites/default/files/investigaciones/integracion-de-los-peuqenos-productores-de-trucha-en-los-mercados-externos_2.pdf

ANEXOS

Anexo A1. Operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	(Ítems)	Técnica	Instrumento	Escala medición
V1: Competitividad	Gestión de la Capacidad directiva	Ud. Como productor de truchas tiene las metas claras de su negocio.	1	Entrevista	Cuestionario	Escala tipo Likert
		Ud. Como productor de truchas tiene la perspectiva de liderar una organización.	2			
		Ud. En el último año, ha pertenecido a alguna asociación para la producción de trucha.	3			
	Tecnología e innovación	El ambiente es apropiado para producción de trucha	4	Encuesta		
		Cuentan con materiales adecuados para la producción selección y comercialización de trucha.	5			
		Se emplean equipos o tecnologías para mejorar la producción y comercialización de la trucha.	6			
	Productividad y Eficiencia	Cree Usted que tiene una adecuada producción de trucha, para el abastecimiento del mercado local	7			
		Genera utilidades usted como productor de truchas para mantener el capital de su empresa	8			
		Los costos de los procesos de producción durante el año se justifican con sus ingresos económicos.	9			
	Calidad y recursos financieros	Cree Usted que sus costos de producción son adecuados	10			
		Ud. Como productor de trucha ¿cree que los resultados que se obtienen en el proceso de producción son eficientes?	11			
		Su producción de trucha es permanente durante el año	12			
		Ud. Como productor de trucha, cree que la dinámica en la calidad de producción se desarrolla de manera óptima	13			
		Ud. Promueve un control interno en el proceso productivo y económico, para contribuir en la mejora de su negocio.	14			
		Ud. En los últimos años ha tenido acceso a los programas sociales.	15			
	Capital humano	Con la habilidad técnica que Ud. tiene, le permite desarrollar en forma eficaz sus actividades productivas.	16			
		Con la experiencia que Ud. Cuenta en crianza de trucha, cree que es suficiente para generar una actividad productiva y rentable.	17			

Variables	Dimensiones	Indicadores	(Ítems)	Técnica	Instrumento	Escala medición				
		Tienes Ud. una especialización técnica en el área de piscicultura, que le permita desempeñar con efectividad el proceso de producción de trucha.	18							
		Ud. Se considera competitivo y eficiente frente a otros piscicultores, logrando la aceptación del consumidor en el mercado	19							
		Los talleres de capacitación que Ud. ha realizado intervienen en forma directa en el proceso de producción de la piscicultura.	20							
		Ud. Cuenta con asesoría técnica del estado.	21							
	Recursos comerciales	Ud. Cree que el producto “Trucha” está posicionado en la mente del consumidor	22							
		Ud. Considera que el producto “Trucha” es preferido por los consumidores en el mercado.	23							
		Ud. Realiza estudios de mercado, con el propósito de conocer las necesidades y demandas.	24							
	V2: Comercialización	Dinámica productiva	Usted cree que la comercialización de su producto “Trucha” en diferentes presentaciones le daría mayores ganancias.				25	Entrevista	Cuestionario	Escala tipo Likert,
			Usted tiene expectativas de nuevas para promocionar la comercialización de Trucha como: fileteada, ahumada, otros.				26			
			La Asociación en el último año cumplió con los objetivos propuestos en la mejora de la producción y comercialización.				27			
Ud. Cree que la diferenciación con otros productos la comercialización de trucha es la más apropiada en la dieta alimenticia			28							
Promoción y publicidad		El precio de venta de su producto “Trucha”, frente a los competidores ofrece una mayor demanda.	29	Encuesta						
		El canal de venta de su producto “Trucha” está ubicado estratégicamente en un lugar adecuado.	30							
		Ud. Como productor de trucha, cree que es adecuado el proceso de distribución para la venta mayorista y minorista.	31							
		Ud. Cree que el precio de venta de la trucha justifica el costo de producción.	32							
		Usted cree que promover la comercialización de la trucha a través de ferias gastronómicas, la publicidad radial y televisiva le otorgaría mayores ganancias.	33							

Anexo A2

Encuesta sobre la competitividad y comercialización

Cuestionario dirigido a los productores de trucha del distrito de Molinopampa

I. DATOS GENERALES

1.1. Género:

- a. Femenino () b. Masculino ()

1.2. Edad:

- a) Menos de 25 años ()
 b) De 26 a 35 años ()
 c) De 36 a 45 años ()
 d) De 46 a más ()

1.3. Grupo Ocupacional

- a) Profesional ()
 b) Técnico ()
 c) Secundaria ()
 d) Primaria ()

Nro	Factores de competitividad	Escala- Likert				
		1	2	3	4	5
	Gestión de la Capacidad directiva					
1	Ud. como productor de truchas tiene sus metas claras en cuanto a su negocio.					
2	Ud. como productor tiene la perspectiva de liderar una organización dedicada a la comercialización de trucha.					
3	En el último año, Ud. ha pertenecido a alguna organización para la producción de trucha.					
4	Ud. cree que la falta de una organización de productores de trucha sería una limitante para obtener mejores ganancias					
	Tecnología e innovación					
5	El ambiente donde se produce (cría) la trucha ofrece las condiciones mínimas para su producción.					
6	Cuentan con materiales adecuados para la producción, selección y comercialización de trucha.					
7	Se emplean equipos y tecnología para mejorar la producción y comercialización de la trucha.					
	Productividad y Eficiencia					
8	Cree Usted que tiene la suficiente producción para el abastecimiento del mercado local.					
9	Las ventas de trucha le generan utilidad para mantener el capital de su empresa.					

Nro	Factores de competitividad	Escala- Likert				
		1	2	3	4	5
10	Los costos del proceso de producción durante el año se justifican con la venta del producto.					
	Calidad y recursos financieros					
11	Cree Usted que sus costos de producción le permiten obtener ganancias					
12	Ud. como productor cree que los procesos de producción de trucha son realizados dentro de los estándares de calidad					
13	La producción de trucha es permanente durante el año					
14	Ud. como productor cree que la dinámica en la calidad de producción de trucha, se desarrolla de manera eficiente.					
15	Ud. Promueve un control interno en el proceso productivo y económico, para contribuir en la mejora de su negocio.					
16	Ud. En los últimos años ha sido beneficiado con algún programa social, que le ayudaron a mejorar su producción					
	Capital humano					
17	Con los conocimientos técnicos que Usted tiene, le permite desarrollar en forma eficaz sus actividades productivas.					
18	A partir de su experiencia en la comercialización de trucha, cree que es una actividad rentable.					
19	Ud. participa en capacitaciones, charlas técnicas u otros eventos en el área de piscicultura, que le permita desempeñar con efectividad el proceso de producción de trucha.					
20	Ud. Se considera competitivo y eficiente frente a otros piscicultores, logrando la aceptación del consumidor en el mercado					
21	Usted ha participado en talleres de capacitación especializada que le permiten mejorar la comercialización de trucha.					
22	Ud. Cuenta con asesoría técnica del estado.					
	Recursos Comerciales					
23	Utiliza estrategias de marketing que le permiten posicionar el producto trucha en la mente del consumidor.					
24	Ud. Considera si la preferencia del producto “Trucha” en este último año se ha incrementado su preferencia en la dieta de los consumidores.					
25	Ud. Realiza estudios de mercado, con el propósito de conocer las necesidades y demandas.					
	Comercialización					
	Dinámica productiva					
26	Usted cree que la comercialización de su producto “Trucha” en diferentes presentaciones le daría mayores ganancias.					

Nro	Factores de competitividad	Escala- Likert				
		1	2	3	4	5
27	Usted tiene expectativas nuevas para promocionar la comercialización de Trucha como: fileteada, ahumada, otros.					
28	La Asociación viene cumpliendo con los objetivos propuestos en la mejora de la producción y comercialización.					
29	Ud. Cree que los consumidores consideran que el consumo de la trucha es la más apropiada en la dieta alimenticia frente a otros productos.					
	Promoción y publicidad					
30	El precio de venta de su producto “Trucha”, frente a los competidores ofrece una mayor demanda.					
31	El lugar de venta de su producto “Trucha” se encuentra ubicado estratégicamente en un lugar adecuado.					
32	Ud. Como productor de trucha, cree que es adecuado el proceso de distribución para la venta mayorista y minorista.					
33	Utiliza estrategias de marketing que promueva una mejora en el precio y venta de trucha.					
34	Usted cree que promover la comercialización de la trucha a través de ferias gastronómicas, la publicidad radial y televisiva le otorgaría mayores ganancias.					

Denominación	Escala
Nunca	1
Casi nunca	2
A veces	3
Casi siempre	4
Siempre	5

ANEXO A3

FICHA TÉCNICA

I. NOMBRE

Cuestionario sobre el diagnóstico de la Incidencia de Factores de Competitividad en la Comercialización de Truchas en el distrito de Molinopampa.

II. AUTOR

Bach. Juan Manuel Calampa Ramos.

III. OBJETIVO

Determinar la incidencia de los factores de competitividad en la comercialización de los productores de trucha en el distrito de Molinopampa, región Amazonas 2020.

IV. USUARIOS

Está constituido por la totalidad de los productores dedicados a la crianza de trucha del distrito de Molinopampa, provincia de Chachapoyas, que en nuestro caso es de 10 productores de trucha que tienen la intención de asociarse previa coordinación y propuesta.

V. MODO DE APLICACIÓN

El presente instrumento está estructurado en base a 33 ítems, que responde a ocho dimensiones: Gestión de la Capacidad directiva, Tecnología e innovación, Productividad y Eficiencia, Calidad y recursos financieros, Capital humano, Recursos comerciales, Innovación y Promoción y publicidad; Las mismas que está organizadas de la siguiente manera:

Dimensión: Gestión de la Capacidad directiva

7. Ud. Como productor de truchas tiene las metas claras de su negocio.
8. Ud. Como productor de truchas tiene la perspectiva de liderar una organización.
9. Ud. En el último año, ha pertenecido a alguna asociación para la producción de trucha.

Dimensión: Tecnología e innovación

10. El ambiente es apropiado para producción de trucha

11. Cuentan con materiales adecuados para la producción selección y comercialización de trucha.
12. Se emplean equipos o tecnologías para mejorar la producción y comercialización de la trucha.

Dimensión: Productividad y Eficiencia

13. Cree Usted que tiene una adecuada producción de trucha, para el abastecimiento del mercado local
14. Genera utilidades usted como productor de truchas para mantener el capital de su empresa
15. Los costos de los procesos de producción durante el año se justifican con sus ingresos económicos.

Dimensión: Calidad y recursos financieros

16. Cree Usted que sus costos de producción son adecuados
17. Ud. Como productor de trucha cree que los resultados que se obtienen en el proceso de producción son eficientes.
18. Me puede indicar que su producción de trucha es permanente durante el año.
19. Ud. Como productor de trucha, cree que la dinámica en la calidad de producción se desarrolla de manera óptima
20. Ud. Promueve un control interno en el proceso productivo y económico, para contribuir en la mejora de su negocio.
21. Ud. En los últimos años ha tenido acceso a los programas sociales.

Dimensión: Capital humano

22. Con la habilidad técnica que Ud. tiene, le permite desarrollar en forma eficaz sus actividades productivas.
23. Con la experiencia que Ud. Cuenta en crianza de trucha, cree que es suficiente para generar una actividad productiva y rentable.
24. Tienes Ud. una especialización técnica en el área de piscicultura, que le permita desempeñar con efectividad el proceso de producción de trucha.
25. Ud. Se considera competitivo y eficiente frente a otros piscicultores, logrando la aceptación del consumidor en el mercado
26. Los talleres de capacitación que Ud. ha realizado intervienen en forma directa en el proceso de producción de la piscicultura.

21. Ud. Cuenta con asesoría técnica del estado.

Dimensión: Recursos comerciales

4. Ud. Cree que el producto “Trucha” está posicionado en la mente del consumidor
5. Ud. Considera que el producto “Trucha” es preferido por los consumidores en el mercado.
6. Ud. Realiza estudios de mercado, con el propósito de conocer las necesidades y demandas.

Dimensión: Innovación

25. Usted cree que la comercialización de su producto “Trucha” en diferentes presentaciones le daría mayores ganancias.
26. Usted tiene expectativas de nuevas para promocionar la comercialización de Trucha como: fileteada, ahumada, otros.
27. La Asociación en el último año cumplió con los objetivos propuestos en la mejora de la producción y comercialización.
28. Ud. Cree que la diferenciación con otros productos la comercialización de trucha es la más apropiada en la dieta alimenticia

Dimensión: Promoción y publicidad

29. El precio de venta de su producto “Trucha”, frente a los competidores ofrece una mayor demanda.
30. El canal de venta de su producto “Trucha” está ubicado estratégicamente en un lugar adecuado.
31. Ud. Como productor de trucha, cree que es adecuado el proceso de distribución para la venta mayorista y minorista.
32. Ud. Cree que el precio de venta de la trucha justifica el costo de producción.
33. Usted cree que promover la comercialización de la trucha a través de ferias gastronómicas, la publicidad radial y televisiva le otorgaría mayores ganancias.

VI. ESCALA

6.1 Escala general:

Escala	Puntaje	Rango	Condición
Deficiente	(1)	(01-24)	Deficiente
Regular	(2)	(25-48)	Regular
Buena	(3)	(49-72)	Bueno
Eficiente	(4)	(73-96)	Eficiente

6.2 Escala parcial:

DIMENSIÓN	ESCALA	RANGO	CONDICIÓN
Gestión de la Capacidad directiva	Deficiente	1 - 4	Deficiente
	Regular	5 - 8	Regular
	Buena	9 - 12	Bueno
	Eficiente	13 - 16	Eficiente

DIMENSIÓN	ESCALA	RANGO	CONDICIÓN
Tecnología e innovación	Deficiente	1 - 4	Deficiente
	Regular	5 - 8	Regular
	Buena	9 - 12	Bueno
	Eficiente	13 - 16	Eficiente

DIMENSIÓN	ESCALA	RANGO	CONDICIÓN
Productividad y Eficiencia	Deficiente	1 - 4	Deficiente
	Regular	5 - 8	Regular
	Buena	9 - 12	Bueno
	Eficiente	13 - 16	Eficiente

DIMENSIÓN	ESCALA	RANGO	CONDICIÓN
Capital humano	Deficiente	1 - 6	Deficiente
	Regular	7 - 17	Regular
	Buena	13 - 18	Bueno
	Eficiente	19 - 24	Eficiente

DIMENSIÓN	ESCALA	RANGO	CONDICIÓN
Recursos comerciales	Deficiente	1 - 6	Deficiente
	Regular	7 - 17	Regular
	Buena	13 - 18	Bueno
	Eficiente	19 - 24	Eficiente

DIMENSIÓN	ESCALA	RANGO	CONDICIÓN
Innovación	Deficiente	1 - 6	Deficiente
	Regular	7 - 17	Regular
	Buena	13 - 18	Bueno
	Eficiente	19 - 24	Eficiente

DIMENSIÓN	ESCALA	RANGO	CONDICIÓN
Promoción y publicidad	Deficiente	1 - 6	Deficiente
	Regular	7 - 17	Regular
	Buena	13 - 18	Bueno
	Eficiente	19 - 24	Eficiente

ANEXO 04
INFORME DE EXPERTO N° 01

FICHA DE VALIDACIÓN ENCUESTA: COMPETITIVIDAD Y COMERCIALIZACIÓN
FACTORES DE COMPETITIVIDAD EN LA COMERCIALIZACION DE TRUCHAS EN EL DISTRITO DE
MOLINOPAMPA

N°	Indicadores / Ítem	Coherencia		Pertinencia		Relevancia	
		Si	No	Si	No	Si	No
1	Ud. Como productor de truchas tiene sus metas claras de su negocio.	X		X		X	
2	Ud. Como productor de trucha tiene la perspectiva de liderar una organización.	X		X		X	
3	Ud. En el último año, ha pertenecido a alguna asociación para la producción de trucha	X		X		X	
4	El ambiente es apropiado para la producción de trucha.	X		X		X	
5	Cuentan con materiales adecuados para la producción, selección y comercialización de trucha.	X		X		X	
6	Se emplean equipos, tecnologías, para mejorar la producción y comercialización de la trucha.	X		X		X	
7	Cree Usted que tiene una adecuada producción para el abastecimiento del mercado local	X		X		X	
8	Ud. Como productor de trucha, sus ventas le generan utilidad para mantener el capital de su empresa	X		X		X	
9	Los costos de proceso de producción durante el año, justifica sus ingresos económicos.	X		X		X	
10	Cree Usted que sus costos de producción son adecuados	X		X		X	
11	Cree Usted que sus costos de producción son adecuados	X		X		X	
12	Ud. Como productor de trucha cree que los resultados que se obtiene en el proceso de producción son eficientes.	X		X		X	
13	Me puede indicar que si la producción de trucha es permanente durante el año	X		X		X	
14	Ud. Como productor de trucha, cree que la dinámica en la calidad de producción se desarrolla de manera óptima.	X		X		X	
15	Ud. Promueve un control interno en el proceso productivo y económico, para contribuir en la mejora de su negocio.	X		X		X	
16	Ud. En los últimos años usted ha tenido acceso a los programas sociales	X		X		X	
14	Con la habilidad técnica que Ud. Tiene, le permite desarrollar en forma eficaz sus actividades productivas.	X		X		X	
15	Con la experiencia que Ud. Cuenta en crianza de trucha, cree que es suficiente para generar una actividad productiva y rentable.	X		X		X	
16	Tienes Ud. una especialización técnica en el área de piscicultura, que le permita desempeñar con efectividad el proceso de producción de trucha.	X		X		X	
17	Ud. Se considera competitivo y eficiente frente a otros piscicultores, logrando la aceptación del consumidor en el mercado	X		X		X	
18	Los talleres de capacitación que Ud. ha realizado intervienen en forma directa en el proceso de producción de la piscicultura.	X		X		X	
19	Ud. Cuenta con asesoría técnica del estado.						

OBSERVACIONES:

DATOS DEL EXPERTO

Nombre y Apellidos: CARLOS ALBERTO HINOJOSA SALAZAR	DNI: 33958820
Título y grado académico: DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN	
Centro de labores: UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS	

Chachapoyas, agosto 2022.


Firma

FICHA DE VALIDACIÓN ENCUESTA: COMERCIALIZACIÓN

FACTORES DE COMPETITIVIDAD EN LA COMERCIALIZACION DE TRUCHAS EN EL DISTRITO DE MOLINOPAMPA

N°	Indicadores / Ítem	Coherencia		Pertinencia		Relevancia	
		Si	No	Si	No	Si	No
1	Ud. Cree que el producto "Trucha" está posicionado en la mente del consumidor	X		X		X	
2	Ud. Considera que el producto "Trucha" es preferido por los consumidores en el mercado.	X		X		X	
3	Ud. Realiza estudios de mercado, con el propósito de conocer las necesidades y demandas.	X		X		X	
4	Usted cree que la comercialización de su producto "Trucha" en diferentes presentaciones le daría mayores ganancias.	X		X		X	
5	Usted tiene expectativas nuevas para promocionar la comercialización de Trucha como: fileteada, ahumada, otros.	X		X		X	
6	La Asociación en el último año cumplió con los objetivos propuestos en la mejora de la producción y comercialización.	X		X		X	
7	Ud. Cree que la diferenciación con otros productos la comercialización de trucha es la más apropiada en la dieta alimenticia	X		X		X	
8	El precio de venta de su producto "Trucha", frente a los competidores ofrece una mayor demanda.	X		X		X	
9	El canal de venta de su producto "Trucha" está ubicado estratégicamente en un lugar adecuado.	X		X		X	
10	Ud. Como productor de trucha, cree que es adecuado el proceso de distribución para la venta mayorista y minorista.	X		X		X	
11	Ud. Cree que el precio de venta de la trucha justifica el costo de producción.	X		X		X	
12	Usted cree que promover la comercialización de la trucha a través de ferias gastronómicas, la publicidad radial y televisiva le otorgaría mayores ganancias.	X		X		X	

OBSERVACIONES:

--	--

DATOS DEL EXPERTO

Nombre y Apellidos: CARLOS ALBERTO HINOJOSA SALAZAR	DNI: 33958820
Título y grado académico: DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN	
Centro de labores: UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS	

Chachapoyas, agosto 2022.


Firma

Validación del Instrumento de las variables de estudio

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Quien Suscribe: CARLOS ALBERTO HINOJOSA SALAZAR, identificado con DNI: 33958820, de Grado Académico: DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN.

Mediante el presente de constancia, que los instrumentos para la recolección de datos (cuestionarios) del trabajo "FACTORES DE COMPETITIVIDAD EN LA COMERCIALIZACION DE TRUCHAS EN EL DISTRITO DE MOLINOPAMPA", presentado por el Doc. JUAN MANUEL CALAMPA RAMOS. Ha sido analizado con respecto a su Coherencia, Pertinencia, Independencia e Impacto, cumpliendo satisfactoriamente con el propósito para el cual ha sido diseñado y reúne los requisitos necesarios para ser valido y por ende, cumple con los objetivos que se plantea en la investigación.

Por tal razón, se extiende la siguiente Constancia en señal de APROBACIÓN del Instrumento de estudio.

Chachapoyas, 02 de agosto 2022



Nombre: CARLOS ALBERTO HINOJOSA SALAZAR
DNI: 33958820

INFORME DE EXPERTO N° 02

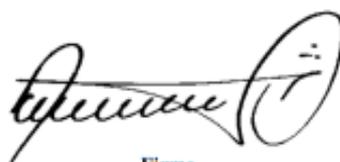
FICHA DE VALIDACIÓN ENCUESTA: COMPETITIVIDAD Y COMERCIALIZACIÓN FACTORES DE COMPETITIVIDAD EN LA COMERCIALIZACION DE TRUCHAS EN EL DISTRITO DE MOLINOPAMPA

N°	Indicadores / Ítem	Coherencia		Pertinencia		Relevancia	
		Si	No	Si	No	Si	No
1	Cree Usted que su área cumple con la programación efectuada para el ejercicio presupuestal vigente	X		X		X	
2	Usted utilizo estrategias implementadas por la jefatura de mi área laboral	X		X		X	
3	Usted cree, que en su área de trabajo están comprometidos con alcanzar los objetivos formulados por la jefatura	X		X		X	
4	La organización planifica bien sus actividades	X		X		X	
5	El área cumple con sus metas programas	X		X		X	
6	Seguimos un orden para alcanzar los objetivos	X		X		X	
7	Considera Usted, que se vienen cumpliendo con los reglamentos de la Institución	X		X		X	
8	Considera Usted, que la metodología establecida en su área facilita la realización de sus labores	X		X		X	
9	Considera Usted, que el presupuesto operativo asignado a su dependencia se utiliza adecuadamente	X		X		X	
10	La organización cumple las normas estrictamente	X		X		X	
11	Me informan con anticipación los trabajos a realizar	X		X		X	
12	Mis actividades están correctamente definidas	X		X		X	
13	Usted cree, que se cumplen con los estándares de control de calidad en la Institución	X		X		X	
14	Considera Usted, que la evaluación del desempeño laboral ayuda a conocer las debilidades y fortalezas del personal	X		X		X	
15	Considera usted, Las medidas correctivas están bien implementadas en mi área y ayudan a prevenir futuros errores	X		X		X	
16	La organización realiza capacitaciones constantes para tener más información	X		X		X	
14	Toman medidas correctivas cuando no cumpla las normas	X		X		X	
18	Evalúan mi trabajo según lo planeado	X		X		X	

OBSERVACIONES:

DATOS DEL EXPERTO	
Nombre y Apellidos: RIVER CHAVEZ SANTOS	DNI: 33432973
Título y grado académico: DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN	
Centro de labores: UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS	

Chachapoyas, 04 agosto 2022.



Firma

FICHA DE VALIDACIÓN

FICHA DE VALIDACIÓN ENCUESTA: COMERCIALIZACIÓN

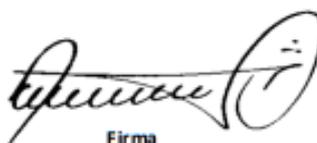
FACTORES DE COMPETITIVIDAD EN LA COMERCIALIZACION DE TRUCHAS EN EL DISTRITO DE MOLINOPAMPA

N°	Indicadores / Ítem	Coherencia		Pertinencia		Relevancia	
		Si	No	Si	No	Si	No
1	Usted considera que el personal en su área cumple con las actividades programadas	X		X		X	
2	Cree Usted que sus compañeros de trabajo que laboran en su área se sienten motivados	X		X		X	
3	Usted cree que la Institución le ha permitido tomar iniciativa propia en el desarrollo de sus funciones	X		X		X	
4	Realizo mis actividades por mi mismo, evitando darme copia de mis compañeros	X		X		X	
5	La forma de sentirme dentro de la empresa repercute a mis hechos laborales	X		X		X	
6	Entrego mis trabajos con el formato adecuado e información completa	X		X		X	
7	Considera Usted, que los criterios de evaluación de la Institución ayudan a mejorar el desempeño laboral	X		X		X	
8	Usted, se siente satisfecho(a) con la calidad de servicio que brinda, tanto al personal de la Institución como a los usuarios externos	X		X		X	
9	Usted considera que el trabajo que realiza cumple con los lineamientos de la organización	X		X		X	
10	Usted considera que el trabajo realizado amerita ser reconocido	X		X		X	
11	Me motiva saber que puedo crecer profesionalmente dentro de la empresa	X		X		X	
12	Siento orgullo de trabajar en una empresa de alta reputación	X		X		X	
13	Considera Usted, importante su contribución en el cumplimiento de los objetivos Institucionales	X		X		X	
14	Cree Usted, que su área logra alcanzar el cumplimiento de metas y objetivos propuestos	X		X		X	
15	Considera Usted, que el resultado de sus funciones es positivo	X		X		X	
16	Considera Usted, que el resultado de sus funciones es satisfactorio	X		X		X	
17	Me gusta pertenecer a los diversos grupos y organizaciones	X		X		X	
18	Ayudo a mis compañeros con temas de mi conocimiento	X		X		X	

OBSERVACIONES:

DATOS DEL EXPERTO	
Nombre y Apellidos: RIVER CHAVEZ SANTOS	DNI: 33432973
Título y grado académico: DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN	
Centro de labores: UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS	

Chachapoyas, 04 agosto 2022.


 Firma

Validación del Instrumento de las variables de estudio

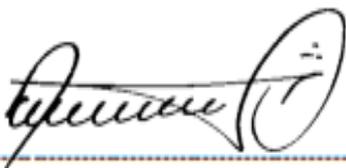
CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Quien Suscribe: RIVER CHAVEZ SANTOS, identificado con DNI: 33432973, de Grado Académico: DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN.

Mediante el presente de constancia, que los instrumentos para la recolección de datos (cuestionarios) del trabajo "FACTORES DE COMPETITIVIDAD EN LA COMERCIALIZACION DE TRUCHAS EN EL DISTRITO DE MOLINOPAMPA", presentado por el Doc. JUAN MANUEL CALAMPA RAMOS. Ha sido analizado con respecto a su Coherencia, Pertinencia, Independencia e Impacto, cumpliendo satisfactoriamente con el propósito para el cual ha sido diseñado y reúne los requisitos necesarios para ser valido y por ende, cumple con los objetivos que se plantea en la investigación.

Por tal razón, se extiende la siguiente Constancia en señal de APROBACIÓN del Instrumento de estudio.

Chachapoyas, 04 de agosto 2022



Nombre: RIVER CHAVEZ SANTOS
DNI: 33432973

INFORME DE EXPERTO N° 03

FICHA DE VALIDACIÓN ENCUESTA: COMPETITIVIDAD Y COMERCIALIZACIÓN FACTORES DE COMPETITIVIDAD EN LA COMERCIALIZACION DE TRUCHAS EN EL DISTRITO DE MOLINOPAMPA

N°	Indicadores / Ítem	Coherencia		Pertinencia		Relevancia	
		Si	No	Si	No	Si	No
1	Cree Usted que su área cumple con la programación efectuada para el ejercicio presupuestal vigente	X		X		X	
2	Usted utilizo estrategias implementadas por la jefatura de mi área laboral	X		X		X	
3	Usted cree, que en su área de trabajo están comprometidos con alcanzar los objetivos formulados por la jefatura	X		X		X	
4	La organización planifica bien sus actividades	X		X		X	
5	El área cumple con sus metas programas	X		X		X	
6	Seguimos un orden para alcanzar los objetivos	X		X		X	
7	Considera Usted, que se vienen cumpliendo con los reglamentos de la Institución	X		X		X	
8	Considera Usted, que la metodología establecida en su área facilita la realización de sus labores	X		X		X	
9	Considera Usted, que el presupuesto operativo asignado a su dependencia se utiliza adecuadamente	X		X		X	
10	La organización cumple las normas estrictamente	X		X		X	
11	Me informan con anticipación los trabajos a realizar	X		X		X	
12	Mis actividades están correctamente definidas	X		X		X	
13	Usted cree, que se cumplen con los estándares de control de calidad en la Institución	X		X		X	
14	Considera Usted, que la evaluación del desempeño laboral ayuda a conocer las debilidades y fortalezas del personal	X		X		X	
15	Considera usted, Las medidas correctivas están bien implementadas en mi área y ayudan a prevenir futuros errores	X		X		X	
16	La organización realiza capacitaciones constantes para tener más información	X		X		X	
14	Toman medidas correctivas cuando no cumpla las normas	X		X		X	
18	Evalúan mi trabajo según lo planeado	X		X		X	

OBSERVACIONES:

--

DATOS DEL EXPERTO

Nombre y Apellidos: ALEX JAVIER SÁNCHEZ PANTALEÓN	DNI: 47080698
Título y grado académico: DOCTOR EN GESTIÓN PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD	
Centro de labores: UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS	

Chachapoyas, 05 agosto 2022.



Firma

FICHA DE VALIDACIÓN ENCUESTA: COMERCIALIZACIÓN

FACTORES DE COMPETITIVIDAD EN LA COMERCIALIZACION DE TRUCHAS EN EL DISTRITO DE MOLINOPAMPA

N°	Indicadores / Ítem	Coherencia		Pertinencia		Relevancia	
		Si	No	Si	No	Si	No
1	Usted considera que el personal en su área cumple con las actividades programadas	X		X		X	
2	Cree Usted que sus compañeros de trabajo que laboran en su área se sienten motivados	X		X		X	
3	Usted cree que la Institución le ha permitido tomar iniciativa propia en el desarrollo de sus funciones	X		X		X	
4	Realizo mis actividades por mi mismo, evitando darme copia de mis compañeros	X		X		X	
5	La forma de sentirme dentro de la empresa repercute a mis hechos laborales	X		X		X	
6	Entrego mis trabajos con el formato adecuado e información completa	X		X		X	
7	Considera Usted, que los criterios de evaluación de la Institución ayudan a mejorar el desempeño laboral	X		X		X	
8	Usted, se siente satisfecho(a) con la calidad de servicio que brinda, tanto al personal de la Institución como a los usuarios externos	X		X		X	
9	Usted considera que el trabajo que realiza cumple con los lineamientos de la organización	X		X		X	
10	Usted considera que el trabajo realizado amerita ser reconocido	X		X		X	
11	Me motiva saber que puedo crecer profesionalmente dentro de la empresa	X		X		X	
12	Siento orgullo de trabajar en una empresa de alta reputación	X		X		X	
13	Considera Usted, importante su contribución en el cumplimiento de los objetivos Institucionales	X		X		X	
14	Cree Usted, que su área logra alcanzar el cumplimiento de metas y objetivos propuestos	X		X		X	
15	Considera Usted, que el resultado de sus funciones es positivo	X		X		X	
16	Considera Usted, que el resultado de sus funciones es satisfactorio	X		X		X	
17	Me gusta pertenecer a los diversos grupos y organizaciones	X		X		X	
18	Ayudo a mis compañeros con temas de mi conocimiento	X		X		X	

OBSERVACIONES:

--	--

DATOS DEL EXPERTO

Nombre y Apellidos: ALEX JAVIER SÁNCHEZ PANTALEÓN	DNI: 47080698
Título y grado académico: DOCTOR EN GESTIÓN PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD	
Centro de labores: UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS	

Chachapoyas, 05 agosto 2022.



Firma

Validación del Instrumento de las variables de estudio

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Quien Suscribe: ALEX JAVIER SÁNCHEZ PANTALEÓN, identificado con DNI: 47080698, de Grado Académico: DOCTOR EN GESTIÓN PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD.

Mediante el presente dejo constancia, que los instrumentos para la recolección de datos (cuestionarios) del trabajo "FACTORES DE COMPETITIVIDAD EN LA COMERCIALIZACION DE TRUCHAS EN EL DISTRITO DE MOLINOPAMPA", presentado por el Doc. JUAN MANUEL CALAMPA RAMOS. Ha sido analizado con respecto a su Coherencia, Pertinencia, Independencia e Impacto, cumpliendo satisfactoriamente con el propósito para el cual ha sido diseñado y reúne los requisitos necesarios para ser válido y por ende, cumple con los objetivos que se plantea en la investigación.

Por tal razón, se extiende la siguiente Constancia en señal de APROBACIÓN del Instrumento de estudio.

Chachapoyas, 05 de agosto 2022



Nombre: ALEX JAVIER SÁNCHEZ PANTALEÓN
DNI: 47080698

Anexo 5
fotografías del trabajo de campo

