



**Universidad
Norbert Wiener**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y NEGOCIOS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS Y
COMPETITIVIDAD**

Tesis

**Estrategias de mejora de la calidad de vida laboral en base a la
venta y producción de truchas, Choclococha, Huancavelica, 2020**

**Para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración y
Negocios Internacionales**

AUTOR

Br. Quispe Garcia, Pablo Cesar

ORCID: 0000-0002-5909-0966

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN GENERAL DE LA UNIVERSIDAD

Economía, Empresa y Salud

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN ESPECÍFICA DE LA UNIVERSIDAD

Sistema de calidad

LIMA - PERÚ

2019

Miembros del Jurado

Presidente del Jurado

Dr. Luis Guillermo Sicheri Monteverde

Secretario

Mtro. Fernando Alexis Nolazco Labajos

Vocal

Mtro. Ernesto Piero Bazzetti De los Santos

Asesor temático

Mg. José Antonio Picoaga Linares

Dedicatoria

Dedicado a mis padres, hermanos y a mi novia por cada palabra de aliento y su apoyo incondicional. Y en especial al maravilloso bebé en camino que me impulsa a crecer cada vez más como profesional y como persona.

Agradecimiento

A Dios, por darme sabiduría y paciencia para enfrentar la vida, así como la fuerza para seguir de pie día a día.

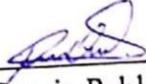
A mi alma mater la Universidad Norbert Wiener, asesores y profesores que forjaron en mi persona un gran profesional.

Declaración de autenticidad y responsabilidad

Yo, Quispe Garcia Pablo Cesar identificado con DNI Nro 73008307, domiciliado en Mz B2 Lrº Urb. Mariscal Cáceres – San Juan de Lurigancho egresado de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales he realizado la Tesis titulada “Estrategias de mejora de la calidad de vida laboral en base a la venta y producción de truchas, Choclococha, Huancavelica, 2020” para optar el título profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales para lo cual Declaro bajo juramento que:

1. El título de la Tesis ha sido creado por mi persona y no existe otro trabajo de investigación con igual denominación.
2. En la redacción del trabajo se ha considerado las citas y referencias con los respectivos autores.
3. Después de la revisión de la Tesis con el software Turnitin se declara 10% de coincidencias.
4. Para la recopilación de datos se ha solicitado la autorización respectiva a la empresa u organización, evidenciándose que la información presentada es real.
5. La propuesta presentada es original y propia del investigador no existiendo copia alguna.
6. En el caso de omisión, copia, plagio u otro hecho que perjudique a uno o varios autores es responsabilidad única de mi persona como investigador eximiendo de todo a la Universidad Privada Norbert Wiener y me someto a los procesos pertinentes originados por mi persona.

Firmado en Lima el 27 de Diciembre de 2019.


Quispe Garcia Pablo Cesar
DNI: 73008307

Presentación

El estudio titulado “Estrategias de mejora de la calidad de vida laboral en base a la venta y producción de truchas, Choclococha, Huancavelica, 2020” se elaboró siguiendo la estructura metodológica holística sustentada por la universidad Norbert Wiener, cuya presentación se divide en cuatro capítulos:

Capítulo I: Introducción, donde se redacta el planteamiento del problema, antecedentes, las teorías, las categorías apriorísticas y emergentes, justificación, formulación del problema y los objetivos.

Capítulo II: Método, donde se explica el enfoque, método, nivel, población, muestra, unidad de análisis, técnicas e instrumentos y procesamiento y análisis de datos en base al Excel, SPSS y Atlas ti.

Capítulo III: Resultados, donde se expone los resultados cuantitativos, el análisis cualitativo, el diagnóstico resultados mixto y la propuesta con una estructura viable.

Capítulo IV: Discusión, conclusiones, recomendaciones, referencias y anexos.

Asimismo, se da suma importancia a la propuesta, dado el carácter proyectivo de la investigación.

Espero que este estudio cubra las expectativas del jurado, el lector y los futuros investigadores.

Br. Quispe Garcia Pablo Cesar

Índice

	Pág.
Miembros del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de autenticidad y responsabilidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	x
Índice de cuadros	xi
Resumen	xii
Abstract	13
I. INTRODUCCIÓN	14
II. MÉTODO	34
2.1.- Enfoque, tipo y método	34
2.2.- Población, muestra y unidades informantes	34
2.3.- Categorías y sub categorías apriorísticas	34
2.4.- Técnicas e instrumentos de recolección de datos	34
2.5.- Proceso de recolección de datos	35
2.6.- Método de análisis de datos	35
III. RESULTADOS	36
3.1.- Categoría: Calidad de vida laboral	36
3.2.- Descripción de resultados cualitativo	43
3.3.- Propuesta	48
3.3.1.- Fundamentos de la propuesta	48
3.3.2.- Problemas	49
3.3.3.- Elección de la alternativa de solución	50
3.3.4.- Desarrollo de la propuesta	51

IV. DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	62
4.1.- Discusión	62
4.2.- Conclusiones	65
4.3.- Recomendaciones	66
REFERENCIAS	67
ANEXOS	73
Anexo 1: Matriz de la investigación	74
Anexo 2: Evidencias de la propuesta	75
Anexo 3: Instrumento cuantitativo	81
Anexo 4: Instrumento cualitativo	83
Anexo 5: Base de datos	84
Anexo 6: Transcripción de las entrevistas o informe del análisis documental	86
Anexo 7: Fichas de validación de los instrumentos cuantitativos	89
Anexo 8: Fichas de validación de la propuesta	92
Anexo 9: Evidencia de la visita a la empresa	94
Anexo 10: Matrices de trabajo	95

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1. Validación de expertos del instrumento cuantitativo	35
Tabla 2. Frecuencias y porcentajes de la sub categoría Bienestar laboral	36
Tabla 3. Descripción de la sub categoría situaciones y capacidades laborales	37
Tabla 4. Frecuencias y porcentajes de la sub categoría Desarrollo sostenible	39
Tabla 5. Pareto de la categoría calidad de vida laboral	41
Tabla 6. Actividades y justificación de la alternativa 1	51
Tabla 7. Actividades y cronograma de la alternativa 1	52
Tabla 8. Presupuesto de la alternativa 1	53
Tabla 9. Actividades y justificación de la alternativa 2	54
Tabla 10. Actividades y cronograma de la alternativa 2	55
Tabla 11. Presupuesto de la alternativa 2	56
Tabla 12. Actividades y justificación de la alternativa 3	58
Tabla 13. Actividades y cronograma de la alternativa 3	59
Tabla 14. Presupuesto de la alternativa 3	60

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1. Las estrategias competitivas propuestas por Porter	22
Figura 2. Las fuerzas competitivas propuestas por Porter	23
Figura 3. Propósitos de la asociatividad empresarial	29
Figura 4. Exportaciones nacionales de truchas por presentaciones entre 2008-17	31
Figura 5. Estrategias de salubridad laboral	32
Figura 6. Frecuencias y porcentajes de la sub categoría bienestar laboral	36
Figura 7. Descripción de la sub categoría situaciones y capacidades laborales	38
Figura 8. Frecuencias y porcentajes de la sub categoría Desarrollo sostenible	39
Figura 9. Pareto de la categoría Calidad de vida laboral	42
Figura 10. Análisis cualitativo de la sub categoría bienestar laboral	43
Figura 11. Análisis cualitativo de la sub categoría Situaciones y capacidades laborales	44
Figura 12. Análisis cualitativo de la sub categoría Desarrollo sostenible	45
Figura 13. Análisis mixto de la categoría Calidad de vida laboral	46

Índice de cuadros

	Pág.
Cuadro 1. Alternativas de solución	50

Resumen

El estudio holístico titulado “Estrategias de mejora de la calidad de vida laboral en base a la venta y producción de truchas, Choclococha, Huancavelica, 2020”; busca como objetivo proponer un plan efectivo relacionado con las estrategias de mejora de la calidad de vida laboral para la venta, comercialización y exportación directa de un producto natural y de calidad, como son las truchas de la laguna de la comunidad de Choclococha departamento de Huancavelica.

El estudio se basa en un paradigma holístico, de enfoque mixto, con interpretación de los resultados cuantitativos y análisis cualitativo, de tipo proyectiva fundamentada en una propuesta y poniendo en práctica el método deductivo e inductivo. La población lo conforman los pobladores, trabajadores y consumidores del producto en mención. La muestra cuantitativa son 40 personas, entre microempresarios, consumidores y clientes que serán encuestados. Así mismo, tres empresarios y colaboradores que fueron entrevistados. Los instrumentos principales para esta investigación fueron el cuestionario y la guía de entrevista. Los resultados determinaron que la producción de las piscigranjas no abastece al mercado de consumidores, que el cliente no conoce las propiedades y bondades de consumir truchas, y los socios de truchas no están asociados ni conocen las ventajas de una asociatividad.

La propuesta se fundamenta en una implementación efectiva sobre gestión empresarial para la mejora de la infraestructura de crianza de las truchas, la elaboración de campañas publicitarias presentando las propiedades y bondades del consumo de trucha en los medios de comunicación y el Internet; de igual manera, el desarrollo de una campaña de reflexión y sensibilización sobre la importancia de la asociatividad de criadores de truchas.

Palabras clave: Calidad de vida laboral, situación y capacidades laborales, bienestar laboral, desarrollo sostenible, exportación de truchas

Abstract

The holistic study entitled "Strategies for improving the quality of working life on the basis of the sale and production of trout, Choclococha, Huancavelica, 2020"; aims to propose an effective plan related to strategies to improve the quality of working life for the sale, marketing and direct export of a natural and quality product, such as trout in the Choclococha community Huancavelica department.

The study is based on a holistic paradigm, mixed-focus, with interpretation of quantitative results and qualitative analysis, of a projective type based on a proposal and implementing the deductive and inductive method. The population is made up of exporters and consumers of the product in mention. The quantitative sample is 40 people, among microentrepreneurs, consumers and customers who will be surveyed. Likewise, three entrepreneurs and collaborators who were interviewed. The main tools for this research were the questionnaire and interview guide. The results determined that the production of fish farms does not supply the consumer market, that the customer does not know the properties and goodness of trout consumption, and trout partners are not associated with or know the advantages of associativity.

The proposal is based on an effective implementation on business management for the improvement of trout breeding infrastructure, the development of advertising campaigns presenting the properties and goodness of trout consumption in the media communication and the Internet; likewise, the development of a campaign of reflection and awareness on the importance of the associativity of trout breeders.

Keywords: Quality of working life, situation and work skills, wellbeing, sustainable development, trout export.

I. INTRODUCCIÓN

En los últimos años la exportación de salmónidos y sus derivados se ha ido incrementando de acuerdo a las necesidades del consumo de la población mundial. En ese sentido, el crecimiento poblacional en el presente siglo ha alterado en gran medida la pirámide alimenticia y su creciente demanda internacional ha permitido el surgimiento de organizaciones empresariales que exportan especies marinas, fluviales y lacustres a diferentes partes del mundo.

La exportación de truchas ha aumentado en el último lustro. En el contexto europeo, Honkanen y Olsen (2014) mostraron que las preferencias de adquisición de Truchas iban desde el sistema tradicional de venta comercializado en mercados públicos como supermercados. En numerosos países de Asia, específicamente en el lejano oriente el consumo se direcciona hacia las Truchas pan size que son evisceradas y fileteadas. Asimismo, en el mercado estadounidense lo que prevalece es el color de la carne blanquecina mientras que en algunos países europeos prefieren la similitud al Salmon. Sin lugar a dudas, regiones acuiculturales como el noreste europeo y la zona escandinava son referentes precisos de la crianza de estas especies ictiológicas que compiten en cuanto a su consumo en gran medida con el bacalao y otras similares (Kupsala, Jokinen, y Vinnari, 2013).

En cuanto a la crianza y exportación de Truchas en el ámbito nacional, ha sido evidente un notorio crecimiento de US\$ 26 millones (Trademap, 2017), lo cual corresponde a una tasa media anual de 30,9%. De esta manera, es pertinente mencionar que el 53% de las ventas al mercado internacional se realizan de forma congeladas (piezas fileteadas, evisceradas y sin cabeza) a destinos como Canadá, Japón y la lejana Rusia; mientras que un porcentaje determinado de Truchas frescas se envía al mercado estadounidense, puesto que su preferencia de consumo ha aumentado a pesar que existe granjas de crianza en numerosos Estados de la nación americana.

La crianza de truchas en el Perú, según Yapuchura (2016) tiene a la región Puno como el centro neurálgico base de producción de estas especies ictiológicas que representa el 83% del mismo que es completado con otras regiones andinas. Sin embargo, el número de especies es insuficiente para cubrir la demanda nacional y por ende la internacional. De esta manera, en los tres últimos años la predisposición de ofrecer el modelo pan size ha sido significativo, puesto

que los criadores chilenos han dejado de producir este modelo debido a las preferencias comerciales por otras especies ictiológicas como los denominados salmones del Atlántico y Truchas de mayor volumen. Así, el mercado ha quedado expectante con una demanda no cubierta que podría ser aprovechado por los criadores de Truchas nacionales (Valdez y Vargas, 2015).

Es importante tomar en consideración lo que informaron Trademap (2017) y Manthey-Karl, Ostermeyer, Altinelataman, Çelik, y Oehlenschläger (2014) al referirse al consumo de Truchas y especies similares para los próximos cinco años. La entidad y los estudiosos refirieron que los emergentes mercados globales han incluido en su consumo diario alimentos de origen ictiológico y que hayan sido criados en granjas predispuestas con una dieta proteínica rica que se evidencie en la alimentación cotidiana de las personas. Así, países como Canadá y Estados Unidos eximen de pago de aranceles por la importación de estos productos alimenticios, en realidades como Rusia el pago es mínimo que no excede el 4% y en el caso del mercado japonés las preferencias arancelarias se evidencian con el acuerdo de libre comercio firmado con el país del sol naciente. En el caso de la Unión Europea se puede mencionar que el impuesto es del 12% de importación puesto que muchos de sus integrantes son productores de esta especie ictiológica, pero es importante destacar que el acuerdo de libre comercio firmado con los europeos permite a nuestro país que la trucha puede ingresar de forma libre de aranceles en sus versiones de venta.

La demanda por consumir trucha a nivel mundial, según la FAO (2018) ha permitido que países como Irán, Turquía, Noruega exporten este producto a diferentes mercados y sean vistos con recelo por los principales productores como Japón, Rusia, China, Estados Unidos. Sin embargo, en la realidad nacional la exportación de este recurso ictiológico se encuentra en un proceso moderado de crecimiento debido a factores internos como la ausencia de asociatividad de los criadores y el desconocimiento por parte de los consumidores del potencial vitamínico de este producto y no únicamente como un alimento gastronómico estacionario. Según Mariano (2015) las exportaciones nacionales han sido auspiciosas en los últimos años y ha permitido la adecuación de una tasa promedio anual de 23,5 % y con un índice de exportación de 41 mil toneladas en ese año, siendo un avance paulatino para la economía nacional.

En cuanto a las futuras exportaciones de Trucha, el investigador Ancassi (2016) menciona que la solidez empresarial es el primer reto que los criadores deben asumir como indispensable para competir con exportadores experimentados en este rubro. La ausencia de una asociatividad es vital para mejorar los índices de exportación a mercados con acuerdos de libre comercio. Asimismo, la asociación incluye las condiciones laborales y de infraestructura de los productos ictiológicos que se cría para la venta interna y externa. La predisposición de una gestión comercial mirando hacia el mundo global y no únicamente al mercado interno es un propósito organizacional que debe ser percibido por la mayoría de criadores. Así, la conducción gerencial de las piscigranjas y el cumplimiento de las condiciones laborales con los colaboradores de su organización están anexadas hacia objetivos de calidad de productos y servicios.

La calidad de vida laboral según el Ministerio de la Producción (2019) es un proceso paulatino de mejora de acuerdo a los estándares establecidos por el Estado Peruano y en base al respeto de los derechos humanos laborales. Sin embargo, en el caso de las piscigranjas en la mayoría de regiones del interior del país la legislación laboral es inexistente o se ciñe a lo que determine el dueño de las granjas ictiológicas de Truchas. Las condiciones de trabajo son rudimentarias con una infraestructura tradicional que no se renueva y atina a criar un número determinado que no logra abastecer el consumo en temporadas altas de predilección alimenticia.

Por ello, la exportación de Truchas es una oportuna para acrecentar la presencia comercial nacional en el mundo global, pero sin las condiciones de trabajo pertinentes ni con una asociación formal de criadores es inviable pensar que la exportación de este recurso ictiológico tienda a subir y muy por el contrario las importaciones asiáticas y norteamericanas terminaran por monopolizar el mercado nacional en perjuicio de los criadores nacionales en los próximos años.

En cuanto a los antecedentes internacionales, la investigación realizada por Ankamah-Yeboah, Jacobsen, Olsen, Nielsen, y Nielsen (2019) en el contexto europeo tuvo como objetivo examinar el efecto de la información sobre las preferencias del consumidor para el pescado de cultivo en el ámbito de la Unión Europea, así como los principios de producción de acuicultura orgánica en criadores experimentales. El estudio fue mixto puesto que se utilizó el enfoque

cualitativo como cuantitativo, Así, se utilizó un experimento de elección para examinar a los consumidores alemanes, sus preferencias por la trucha arcoíris de cultivo. Los participantes se dividieron en grupos separados, cada uno recibiendo diferentes niveles de información sobre la producción de acuicultura orgánica respectiva. Asimismo, es pertinente mencionar que en los resultados muestran que la mayoría de los consumidores presentan resultados positivos en relación con los productos ictiológicos y las preferencias por pescado etiquetado orgánico como las truchas, se traduce en una disposición adicional promedio para pagar un precio concertado.

La segunda investigación correspondió a Álvarez y Ward (2019) en California donde pudieron realizar un estudio general de los criaderos artesanales del respectivo Estado. De esta manera, tuvieron como propósito examinar la presencia de depredadores no nativos y su interferencia con los esfuerzos de conservación de las especies ictiológicas como el Salmon y la Trucha en las organizaciones empresariales de California. En ese sentido, la investigación abordó un enfoque cualitativo puesto que se realizó un análisis documentario y diversas entrevistas a los productores sobre esta problemática empresarial. Entre los resultados que se obtuvieron del estudio se evidenció la necesidad imperiosa de realizar la modificación de las prácticas de cría para minimizar la depredación existente de estas especies y que se puede mejorar la supervivencia de los peces de conservación en criadero y potencialmente reducir la abundancia de depredadoras no nativos que pueden afectar la productividad de las truchas.

Los investigadores Snow, Shoup, Porta, y Patterson (2019) realizaron su estudio en el Estado estadounidense de Oklahoma tuvo como objetivo principal examinar los efectos de la alimentación por forraje en las piscigranjas del Estado mencionado. En ese sentido, la investigación experimental no solo abarcó el interés por los nutrientes alimenticios del forraje consumido por los peces en cautiverio, sino que se direccionó hacia la trucha arco iris almacenada en el lago Carl Etling, de Oklahoma. La encuesta de realizada durante la temporada de truchas del año anterior determinó que la presión de pesca era baja, lo que dejó a la mayoría de truchas almacenadas en el lago hasta que su máximo térmico fue excedido a inicios del verano septentrional. Los resultados evidenciaron las consecuencias no deseadas de la implementación adicional en los embalses y la importancia de evaluar la captura de las especies por parte de los criadores de estas granjas de almacenamiento para asegurar que la especie almacenada reciba suficiente alimentación y hábitat natural estable para igualar las tasas de almacenamiento y

evitar impactos negativos en la comunidad de peces no solo en el forraje y su relación con otras especies ictiológicas en cautiverio.

Asimismo, el estudio fue realizado por Luo, Madenjian, Diana, Kornis, y Bronte (2019) en el Estado estadounidense de Michigan pudo tomar en consideración la preocupación por analizar los componentes nutricionales de las Truchas que han cambiado constantemente, y se han caracterizado por la disminución tanto en la cantidad como en la calidad de su composición. De esta manera, la investigación correlacional experimental realizada en tres criaderos del Lago Michigan mostró que la alimentación proporcionada a los peces y el entorno cambiante de su hábitat tienden a influir en su textura y sabor que es perceptible por los consumidores. Los resultados evidenciaron que uno de los criaderos denominado Lake Trout mostró una mayor flexibilidad de la dieta en 2018 en comparación con 2016. En el otro criadero conocido seguía siendo el componente de dieta predominante durante 2017 a pesar de la reducción de la biomasa en todo el Lago Michigan. Sin embargo, esta evidencia adicional de la plasticidad de la dieta sugiere que en el primer criadero puede ser resistente a los cambios actuales y futuros en la base de forraje.

Del mismo modo, la investigación de Brumm, Jonas, Prichard, Watson, y Pangle (2018) en el mismo contexto estadounidense que el anterior estudio tuvo como propósito evaluar el efecto de la cobertura del suelo sobre la composición de la dieta y las métricas de condición de Trucha arcoíris juvenil en los afluentes del lago Michigan. Así, la investigación fue de tipo mixta puesto que abordó no solo el análisis de muestras ictiológicas sino entrevistas dirigidas. Se realizó los procedimientos estadísticos multivariados para puntuar cuantitativamente sitios a lo largo de ejes que maximizan la variación en la cobertura del suelo y composición de la dieta. Posteriormente, se utilizaron las correlaciones de rango de Spearman para evaluar para la importancia de las correlaciones establecidas y se utilizó el Atlas Ti para el análisis de las entrevistas realizadas. Los resultados de la investigación indicaron que la cobertura de la tierra tuvo una influencia en las composiciones dietéticas del arco iris juvenil Trucha. Además, se discutió las posibles formas en que los peces pueden mitigar el efecto de los cambios en la cobertura del suelo a medida que se transmiten a través de la corriente redes alimenticias; sin embargo, la magnitud de la mitigación probablemente varía entre las diferentes especies de peces.

En cuanto a los antecedentes nacionales, el estudio realizado por Barriga-Sánchez, Churacutipa, y Salas (2019) en Puno, abordaron la preocupación de utilizar los derivados de las Truchas no solo como alimentación nutricional, sino que se elaboró el ensilado biológico constituido por residuos crudos de trucha arco iris, melaza y koji para el aprovechamiento del producto ictiológico. En relación con las pruebas experimentales se realizaron en dos etapas que sirvieron en el caso de la primera para verificar la importancia de la temperatura y el tiempo óptimo para la producción. Luego, de hallar una preparación pertinente de ensilado que no necesite fermentación y cocción de residuos ni desarrollo incubatorio del proceso. Así, se pudo elaborar ensilados usando el koji de papa, cebada y arroz, cultivados a clima adecuado y óptimo. Los resultados del estudio permitieron que el ensilado sea percibido como una alternativa conveniente para utilizar los residuos ictiológicos de las piscigranjas y convertirlo en ensilado para que sirva de alimento porcino y caprino. Esta actividad tendrá a disminuir la contaminación orgánica del ambiente y dotará de alimentación saludable a los exponentes de la industria ganadera.

La investigación Pari y Mamani (2019) realizado en el contexto puneño mediante el estudio del consumo de carachi como especie ictiológica criada en piscigranjas como alternativa sustituta de la Trucha. La investigación fue de tipo cuantitativa aplicada y abarcó un número de 385 encuestados de manera aleatoria simples en los principales mercados puneños, con el propósito de determinar el consumo de carachi y analizar la tendencia del consumo per cápita en la región mencionada. Los resultados de esta investigación mostraron que el consumo de esta especie ictiológica es una vez por mes a nivel personal y los factores de este ínfimo resultado se direccionan no solo al precio sino al desconocimiento de sus propiedades alimenticias y a las pocas piscigranjas dedicadas a la crianza de los mismos en la región de Puno.

La siguiente investigación correspondió a Jiménez, Llerena y Salva (2019) en el contexto puneño puesto que esta región es la produce mayor cantidad de Truchas a nivel nacional. El objetivo del presente estudio fue utilizar la carne de Trucha arcoíris de la región mencionada para elaborar un producto de conserva novedosa que incluya evaluaciones de calidad del mismo, el proceso de congelamiento y la homogeneizada con otros componentes. Por ello, se utilizó para la preparación respectiva la carne mecánicamente recuperada (CMR), fileteada y colocada en envases de lata que fueron esterilizados. En cuanto al proceso de resultados de esta propuesta

empresarial se llevó a cabo la prueba de aceptación sensorial que arrojó un índice pertinente y aceptado como viable. Así, la conserva se transforma en un producto saludable e inocuo y de calidad aceptable en relación con el contenido de nutrientes que contiene y preserva en el producto transformado.

Es importante hacer mención al estudio de Kleeberg (2019) quien realizó un análisis exhaustivo de la problemática de la acuicultura nacional y tuvo como propósito examinar el abastecimiento de alimentos en la acuicultura. En ese sentido, la investigación muestra experiencias descriptivas y cualitativas que han puesto de relieve la preocupación por comprometer a las autoridades gubernamentales el apoyo a la mejora de las condiciones de la acuicultura en nuestro país. Las conclusiones del presente estudio se direccionaron hacia qué forma podría acabar la indiferencia del desarrollo de esta actividad económica y plantear estrategias adecuadas que le permitan su sostenibilidad evidenciable con altos índices productividad y competitividad local e internacional.

Asimismo, el siguiente estudio correspondió a Quispe (2019) realizado en la ciudad de Tacna que tuvo como objetivo principal identificar y determinar mediante una matriz de evaluación ambiental, los diversos impactos ambientales que son generados por el cultivo extensivo de la trucha en la región mencionada. Fue una investigación transversal no experimental realizada en la Laguna Suches. Se analizaron pruebas biológicas y se aplicó una encuesta estructurada a varias personas que realizan actividades cercanas al lago tacneño. Los resultados de la presente investigación mostraron un impacto negativo leve como actividad económica puesto que el entorno, el uso de agua no fueron direccionados con fines ahorrativos y de preservación. Asimismo, presentó un impacto muy positivo en el ámbito socio económico debido a que permitió la generación efectiva de empleo entre la población local, específicamente en las zonas alejadas a las capitales de provincia.

El mercado externo, global o internacional es el punto referencial de los planteamientos teóricos, debido que es percibido como el escenario pertinente para los negocios y actividades comerciales de los diversos países del orbe. En ese sentido, la perspectiva comercial se acrecienta e invita a la participación de las organizaciones empresariales dispuestas a

modernizar e interactuar el valor de sus productos regidos por la ley de oferta y la demanda, la creciente competitividad y capacidad efectiva de gestión organizacional.

Las primeras propuestas teóricas nos permiten afianzar el sentido de las ventajas empresariales. Así, las ventajas absolutas y comparativas de Adam Smith y David Ricardo son referentes concretos del libre comercio como tendencia exportadora incipiente. En el caso de la propuesta de Smith que se denominó absoluta, se abordó según Gonzales (2011) desde la posición de cada país productor y a la especialización conveniente de los recursos hacia una ventaja concreta de producir productos determinados e importar aquellos que muestren una desventaja o sea percibido como menos eficiente. De esta manera, este proceso acarreará en el aumento de la producción mundial. El intercambio comercial genera alta rentabilidad y una mejora de la economía de los países que han especializado sus bienes exportables. Asimismo, la productividad y la eficiencia de la misma se direccionan hacia la calidad que se vuelve referente característico del bien exportable hacia los demás países. La propuesta de Smith presenta limitaciones en que todos los países muestran una diversidad variada y no todos pueden mostrar una ventaja productiva. Así, esta propuesta teórica solo tiende a explicar una parte del comercio mundial y suele estar anexada a las ventajas comparativas de David Ricardo.

La propuesta de Ricardo se ahonda en que el comercio entre países acarrea en ventajas comparativas debido a la valoración del bien intercambiable por la utilidad del mismo. Así, este bien en la perspectiva de Brue y Grant (2009) suele incrementar su valor de acuerdo a su relevancia en tiempos de escasez y el trabajo emplazado para conseguirlo. Por ello, el valor de su intercambio se enlazará con la temporalidad laboral para realizarlo incluyendo la materia prima y el capital adecuado para su elaboración. Esta propuesta es indispensable en la determinación de las causas originadas de los cambios valorativos de intercambios comerciales en un tiempo histórico concreto. A diferencia de la propuesta de Smith, esta se direcciona hacia un libre comercio que pretende enarbolar la eficiencia comercial como referente de las ganancias y utilidades obtenidas, esto se puede relacionar en la producción realizada por cada país y hacer la comparación con otras naciones con propósitos de interacción y apoyo mutuo en materia comercial. Es preciso acotar que el trabajo es considerado el factor productivo elemental y la búsqueda de la productividad dependerá de las condiciones propias del contexto laboral puesto que el comercio e intercambio de productos beneficia la economía de un país. Esta propuesta

teórica según Sajriawati, Amir, Elviana, y Kadir (2019) es la más aproximada a la actualidad, la mayoría de países del mundo exporta productos que muestran una productividad interesante e importan aquellos bienes que no poseen o involucra mayor costo producirlo que importarlo, así como no son eficientes en su constitución,

La propuesta teórica de las ventajas competitivas en el mercado exterior de comercio lo sustentó Michael Porter (1996) quien la define como la plataforma característica del desempeño sobre el promedio determinado de una actividad comercial es la ventaja sostenible y viable. Así, este investigador sustentó que la estrategia competitiva toma acciones acometidas o de defensa en una actividad determinada para lograr con éxito la rentabilidad sobre lo invertido. En ese sentido, Porter (1996) planteó tres estrategias competitivas que se puede visualizar en la siguiente figura:

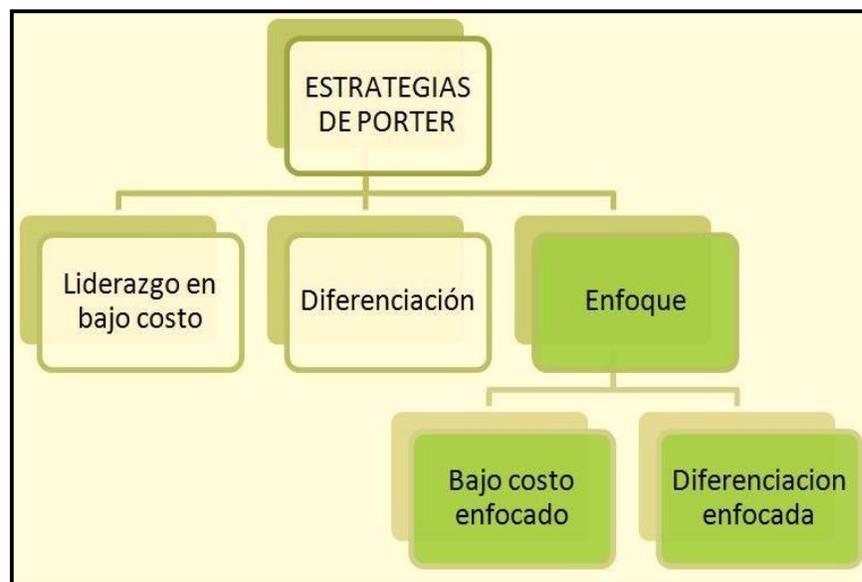


Figura 1. Las estrategias competitivas propuestas por Porter. Fuente. Adaptado de Porter (1996).

La primera estrategia propone que una organización se constituye como el productor de menor costo en su ámbito comercial logrando rentabilidad que consolida su ventaja competitiva sobre los demás. La siguiente estrategia pretende alcanzar la hegemonía productiva mediante la calidad de sus productos elaborados que son valorados por los compradores en cuanto a su utilidad, su imperiosa necesidad y su exclusividad todo en base a un precio determinado que es

superior a otros bienes por factores asociados a su producción. La última estrategia aborda la presencia de la competencia comercial y ajusta su productividad con el propósito de lograr la excelencia en un segmento de actividad económica.

Para Porter (1996) estas tres estrategias se evidencian en el proceso de competencia productiva y en base a esto surgen las reglas de la misma que apuntan hacia las fuerzas competitivas. Así se expone:

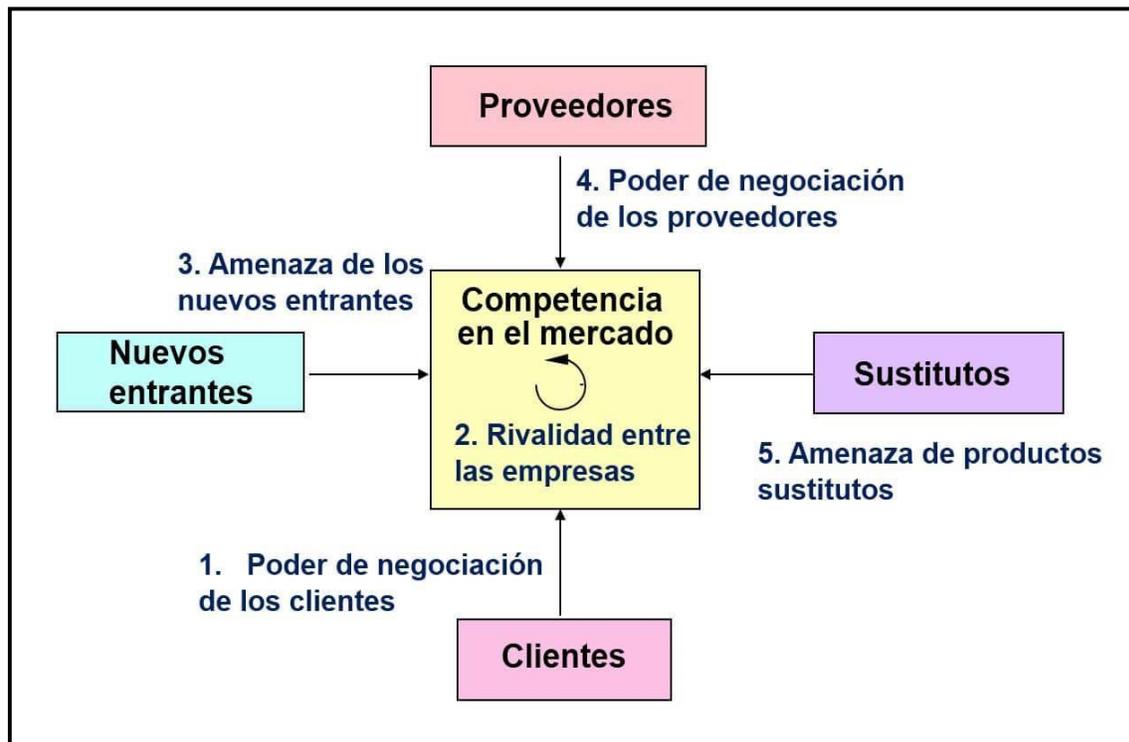


Figura 2. Las fuerzas competitivas propuestas por Porter. Fuente: Tomado de Porter (1996)

Entre fines del pasado siglo y los primeros años del presente han surgido propuestas relacionadas con la anterior. Así, el estudioso Zambrano (1995) manifestó que las situaciones y escenarios adecuados para el intercambio comercial entre los diversos países del orbe son fundamentales en la mejora económica de sus productos, debido en gran medida que la puesta efectividad se predispone al flujo constante de los bienes producidos a través de los límites fronterizos de los países. Es indispensable que el escenario mercantil sea óptimo y no un ambiente indispuesto para tal fin. En ese sentido, esta propuesta concentró su interés en las

condiciones favorables para exportar e importar productos por medio de las autoridades por estos puntos de ingreso y salida de los países es muy antiguo, los productos se han vuelto imprescindibles en los últimos tiempos, y las condiciones que debe realizarse el tránsito comercial tiene que ser aceptable y con las garantías mínimas de seguridad que los bienes producidos salen del país de origen a otro para ser adquirido y del mismo modo los que ingresan de otras naciones lleguen al consumidor de manera pertinente y con un valor comercial adecuado al poder de su adquisición monetaria y no surjan dificultades que deterioren el intercambio de productos.

Es importante tomar en consideración la propuesta sustentada por Mercado (2000) quien se avocó en la presencia del mercado externo como ámbito efectivo de comercial total. De esta manera, para este investigador es indispensable que la mayoría de países emergentes puedan aprovechar de forma razonada, equitativa y sostenible sin miramientos extremistas sus propios recursos y dedicarse a una producción efectiva de los mismos que presenten ventajas adquisitivas para el consumidor del interior como del exterior del país. En ese sentido, para Mercado (2000) es importante la predisposición de la situación contextualizada de las naciones del mundo en perspectiva con la exportación comercial de bienes producidos en condiciones favorables. Por ello, los beneficios del trabajo productivo y su división de acuerdo a la naturaleza de los bienes demandados para su consumo acarrearán ganancias sustantivas con ingresos rentables que se podrá distribuir de manera efectiva entre todos los consumidores de los diversos países del orbe mundial.

Del mismo modo, Steinberg (2004) en relación con el mercado internacional sustentó que este escenario es el referente pertinente de lo que representa exportar un producto y volverlo atractivo a sus viables interesados en el exterior. Este estudioso abordó la relevancia de que cada nación tiende a producir aquellos bienes que puedan acarrear y obtener una primacía comercial en su intercambio con sus vecinos colindantes y alejados, debido que el bien será beneficioso para ambas partes en la medida que aprovechen su utilidad en menoscabo de sus disconformidades. De esta forma, el usufructo de los recursos silvestres, la inconsistente fuerza de trabajo y la presencia de un capital efectivo constituyen el complemento básico en la tendencia característica del comercio exterior.

Es preciso mencionar que las investigaciones en el campo social de Thorp (2007) y de Bulmer-Thomas (1994) son significativos, ambos autores coinciden en el estudio socio histórico de los intercambios comerciales con énfasis en Latinoamérica por parte de la primera. Sin embargo, sus conclusiones son valederas en los recursos propios que poseen los países en general sin distinción alguna en relación por su hegemonía política. Para el estudioso británico la presencia de la lotería de bienes naturales económicos ha traído desarrollo económico y conflictos fratricidas por la ambición de sus vecinos por dichos recursos. De esta manera, los países han sido beneficiados por el medio al poseer la materia indispensable para la exportación de productos y son las naciones que proponen los acuerdos comerciales entre los países al poseer el producto y sus vecinos se adecuan a las demandas de su consumo al volverse indispensables en sus actividades diarias. Sin embargo, la ambición comercial y el usufructo de los recursos pueden desencadenar en situaciones de boicot y enfrentamiento bélico por el monopolio centralizado del recurso vital como sucedió en el pasado contemporáneo histórico de los pueblos de América Latina, África y el continente asiático

En función al plan de exportación de los productos elaborados, las diversas propuestas teóricas se direccionan hacia la mejora del intercambio comercial y las condiciones de los acuerdos políticos que benefician dichas transacciones. En ese sentido, es indispensable la formulación de una guía efectiva que permita la accesibilidad de exportación de lo producido hacia realidades que necesitan el bien elaborado para su consumo. De esta manera, lo sustentado por Lerma y Márquez (2010), sustentaron la necesidad imperiosa de adecuar una planificación estratégica de exportación mediante una secuencia documental que predisponga a los empresarios y emprendedores la ruta viable a dirigirse en relación a su voluntad y esfuerzo laboral por mejorar la exportación de los bienes, así como el desarrollo de estrategias de competencia mercantil relacionada con su producto representativo hacia el exterior con el propósito de lograr el intercambio comercial auspicioso, conveniente y con mucha confianza por mejorar a futuro.

Con respecto a la categoría problema *Calidad de vida laboral*, la complejidad de su conceptualización según Kuramoto (2008) se engloba debido a la presencia de múltiples indicadores que se encuentran implicados en su configuración como el entorno de trabajo, el salario y salud ocupacional, la motivación por trabajar, satisfacción e identidad laboral, el

bienestar y tranquilidad de los empleados en su actividad de trabajo cotidiano. En ese sentido, Lasner, Brinker, Nielsen, y Rad (2017) son enfáticos al sustentar que la calidad debe percibirse de forma positiva no solo por los trabajadores sino por los directivos y para lograr dicho accionar es indispensable que el clima laboral sea adecuado sin visos de conflicto o cimentado en pugnas intestinas entre trabajadores o hacia los directivos. Así, la calidad de vida laboral constituye el eje pertinente de acción del proceso de intercambio comercial y de producción de bienes siendo el modelo más significativo la conciliación de la vida personal y familiar con la identidad laboral sea la función que cumpla en la organización empresarial.

Desde el advenimiento de la era industrial la preocupación por las condiciones efectivas de trabajo por parte de empleados y directivos se ha direccionado no solo en las mejoras económicas o el reconocimiento de sus derechos laborales. De esta manera, desde la perspectiva de Miller y Robison (2014) los empresarios habían obtenido ganancias mediante la actividad laboral de varias personas trabajadoras y estaban moralmente comprometidos a asumir sus responsabilidades, no sólo frente a la nación, sino al bienestar personal y grupal de sus empleados. Sin lugar a dudas, esto guarda estrecha relación con la satisfacción por trabajar y la valoración del esfuerzo como estímulo primordial hacia el mejoramiento de las condiciones de trabajo que impulse a producir con un compromiso y fidelidad institucional en beneficio de la organización (Shoup y Lane, 2015).

En el caso de los criadores de truchas, las condiciones de trabajo son regulares, puesto que muchos de los negocios carecen de formalismo ni asociatividad de empresarios del rubro. Esto habría que añadirle que los acuerdos laborales entre empleado y criador dependen del segundo en base a las condiciones que propone sin tomar en consideración en la mayoría de los casos la legislación laboral y los derechos constitucionales adquiridos. En ese sentido, un ambiente laboral turbio y solo regido por la voluntad del empleador traerá resultados poco convincentes en productividad. La mayoría de piscigranjas son negocios tradicionales cuyos empleados según Apaza (2019) carecen de capacitación técnica y solo realizan actividades de mantenimiento que incluye la alimentación de los peces o acciones de limpieza del entorno sin intervenir en la gestión empresarial o en la toma de decisiones organizacionales. Por lo tanto, entender el aspecto socio cultural de los criadores de Truchas es una inmensa responsabilidad de los encargados de gestionar las piscigranjas, puesto que abarca el estudio y comprensión

entre el existente del trabajador con la empresa, sus diferentes ámbitos como el familiar, emocional, social que incluye sus expectativas, retos, aspiraciones, emociones y actitudes hacia la mejora productiva organizacional, tal como se puede visualizar en la siguiente figura:

Así, el bienestar laboral, para Pascual y Lancelotti (2006) quedo establecido en una relación directa entre la satisfacción individual del empleado con su trabajo realizado, que se verán reflejados en los resultados económicos organizacionales, la satisfacción de los compradores o clientes y las diversas características internas sobre la gestión empresarial. Es interesante remarcar que las condiciones de trabajo en una organización no solo dependerán de la voluntad de los directivos sino de la efectiva comunicación que este realice con sus empleados que encierre ofrecimientos de prestaciones especiales como un sueldo equitativo ganancial y la predisposición de un seguro médico laboral que tienda a mejorar la calidad de vida del trabajador. Así, no solo obtendrá fidelización o identidad institucional sino colaboradores comprometidos a la mejora de sus funciones, motivados y con un óptimo sentido de la lealtad a la empresa que será similar a su entorno familiar todo en beneficio de la productividad organizacional de cualquier rubro en general. Es un reto para los criadores de Trucha predisponer las condiciones de trabajo pertinente a pesar de la realidad problemática descrita, sin condiciones efectivas será inviable que su producción aumente y pueda competir en el mercado internacional (Osorio, Wills y Muñoz, 2013).

Asimismo, es imprescindible abordar la importancia de la recopilación de los requerimientos empresariales que se circunscriben al conocimiento de los principales cambios a realizar en la gestión empresarial. Estas variaciones pueden abarcar las actividades laborales, ordenamientos y políticas establecidas a la configuración de una nueva plataforma comunicativa que puede ser virtual, de acuerdo a las necesidades organizacionales (Matute, Barrón, Morán, Murillo, y Rivera, 2008). De este modo, el propósito principal de estos cambios solicitados es ayudar de manera consciente a la empresa desde la función que realiza cada trabajador en alcanzar sus metas al menor costo y con una eficiencia significativa.

Por lo tanto, los requerimientos organizacionales pueden mostrar secuelas interesantes y sorprendentes en la predisposición de oportunidades de mejora para llevar a la empresa a un nivel de eficiencia expectante. Los requerimientos deben elaborarse en base al estudio

situacional de la empresa y en el caso de los criadores de Truchas deben direccionarse en conjunto entre trabajadores y directivos, reto empresarial que debe ser tomado en consideración en un futuro próximo.

La capacitación laboral es la actividad indispensable en la gestión empresarial, debido en gran medida que permite el desarrollo funcional y profesional de los trabajadores. Así, Fuentes (2014) sustenta que la capacitación es un esfuerzo continuo delineado para optimizar las capacidades laborales de los trabajadores y su desempeño institucional desde la actividad que realiza en la organización. Sin embargo, dicha actividad de mejora debe partir de la decisión empresarial, puesto que son los empleados el motor efectivo de producción y no puede ser considerado un hecho aislado ni ser beneficiado solo un sector en perjuicio de lo demás.

La implementación de las capacidades laborales debe partir de una coordinación efectiva organizacional que planifica, se ejecuta y se evalúa. Tiene como objetivo principal la motivación del recurso humano que son los empleados para que se sienta en un ambiente adecuado al cumplimiento de sus funciones laborales en el que pueda desarrollar no solo su creatividad, sino su predisposición productiva institucional. En ese sentido, Chiavenato (2009) es preciso al afirmar que la capacitación constituye el eje primordial de un esfuerzo continuo, con el propósito de mejora de las competencias laborales de los empleados y, por ende, el desempeño en la empresa. Es un proceso fundamental de la gestión del personal en una institución. En el caso de los criadores de truchas, la capacitación debe ser impartida por especialistas y académicos del ámbito universitario y en ese rubro no solo incluye profesionales sino emprendedores. Sin capacitación continua es poco probable que la organización pretenda alcanzar una productividad aceptable en un periodo determinado, la capacitación permite la innovación y la puesta en práctica de propuestas de mejora empresarial a mediano y largo plazo.

En cuanto a la asociatividad empresarial, que tiende a agrupar a todas las empresas sin exclusión a su ordenamiento sean pequeñas o grandes constituye un factor importante hacia la mejora de las exportaciones de productos. A nivel global, para Ovando (2013) la asociatividad es fundamental de acuerdo a la venta y distribución de productos ofertados, siendo una práctica común y exitosa entre organizaciones de diversos rubros, transformando a países de menor

extensión en grandes economías comerciales como Singapur o Brunei que promueven el conocimiento institucional, su relación entre la producción y la tecnología sostenible, la participación en la toma de decisión e interrelación asertiva empática entre directivos y trabajadores con una visión global de negocios.

Por ello, es fundamental desde la perspectiva de Berger (2015) que la asociatividad es un mecanismo de cooperación organizacional, en donde cada integrante empresarial pone de manifiesto su participación mediante su autonomía gerencial e independencia en sus decisiones grupales. Así, su agrupamiento entre sus pares empresariales es voluntario en un esfuerzo conjunto para el logro de objetivos organizacionales comunes, que pueden ser coyunturales o temporales, tales como la compra de materia prima a bajo costo o exonerado de tasas tributarias; así como poder competir con otros empresarios del mercado internacional. La asociatividad empodera al sector empresarial hacia la generación de una relación más estable con los clientes fidelizados y con sus potenciales consumidores. Sus principales propósitos de acuerdo a Gonzales (2015) son los siguientes:



Figura 3. Propósitos de la asociatividad empresarial. Elaboración propia.

La solidez organizacional en conjunto trae beneficios importantes en el proceso de exportación de sus productos. Del mismo modo, Córdoba (2015) manifiesta que la asociatividad recoge la forma más sofisticada y avanzada de la denominada integración empresarial con fines pragmáticos, definido como el proceso de cooperación entre organizaciones orientadas al logro de ventajas gananciales que no podrían ser alcanzadas si desearían incursionar de manera individual. En ese sentido, los criadores de Truchas al no promover una asociatividad efectiva muestran irregularidad gerencial y sus productos exportables no podrán competir con organizaciones asociadas que unidas muestran fortaleza y cohesión para negociar y exportar sus productos. Asimismo, la asociatividad les permitirá tener una presencia formal en el mundo de los negocios internacionales y un aval efectivo por parte del Estado en sus transacciones comerciales.

En cuanto al desarrollo sostenible, este se encuentra direccionado a la explotación moderada del recurso y respeto irrestricto del derecho ambiental, y del contexto natural de la población en donde se realiza la actividad económica respectiva (Brack, 2012). De esta manera, la crianza y posterior venta de las Truchas debe generar una productividad significativa que se evidencie en mejoras sustantivas de los productores del rubro. A nivel mundial, el consumo de recursos ictiológicos ha aumentado y los proveedores pueden abastecer a un número determinado de mercados, puesto que surgen nuevas variantes de los derivados de los peces en venta que hace a los criadores innovar y priorizar otras presentaciones.

Según Map (2017) las importaciones de truchas alcanzaron la cifra de US\$ 888 Millones, lo cual significó una expansión interesante de 6,6% con respecto al año anterior, siendo los países de Estados Unidos, Japón y Canadá los principales abastecedores del mercado mundial. En ese sentido, la presentación de las truchas enteras congeladas ha constituido la más solicitada y vendida por encima de los filetes frescos.

En el mercado nacional, el abastecimiento de Truchas es regular puesto que Puno es la región con más crianza y productividad de este recurso ictiológico. Otras regiones andinas producen Truchas en piscigranjas tradicionales en condiciones poco favorables para una intensificación productiva para competir con otros países del mundo. En ese sentido, el consumo de estos ejemplares por parte de la población local ha implicado que el número de Truchas de

los establecimientos no cubra las demandas nacionales, puesto que algunos criadores de manera individualizada o apoyados en organizaciones afines a las exportaciones realizan el intercambio comercial respectivo.

La producción de truchas según Alfnes, Chen, y Rickertsen (2018) involucra no solo al empresariado responsable de desarrollar estrategias de gestión comercial para cubrir las demandas evidentes de consumo no solo a nivel local sino percibiendo el mundo global como un nuevo mercado exportador. Para el Ministerio de la Producción (2019) las exportaciones de este producto ictiológico han sido moderadas con un ligero descenso en 2014 por factores coyunturales que no se han vuelto a repetir en los años posteriores. A continuación, se podrá visualizar en la siguiente figura las exportaciones de truchas:

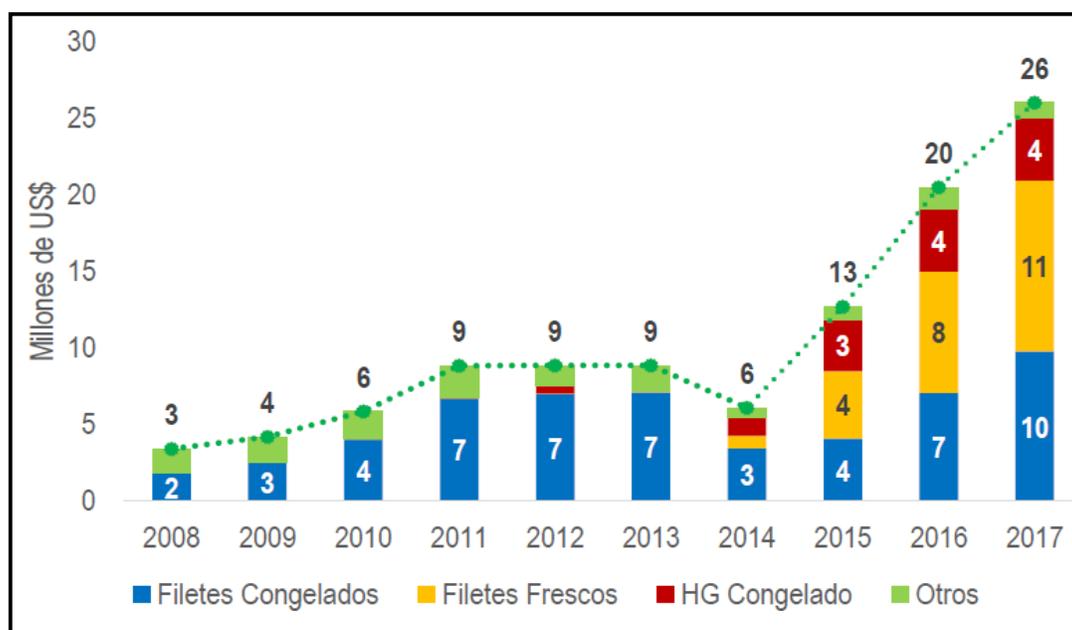


Figura 4. Exportaciones nacionales de truchas por presentaciones entre 2008-17. Fuente. Ministerio de la Producción (2019)

La cuestión de la especialización de las presentaciones de acuerdo a Barbecho y Jara (2019) guarda estrecha relación con la salubridad de preparación y las condiciones de trabajo de las piscigranjas locales. Así, el consumo del producto exportable como son las Truchas muestra preferencias por las congeladas enteras, siendo esta presentación un criterio importante para los posteriores envíos de productos a los mercados que soliciten la demanda. Sin lugar a

dudas, el fileteado y la venta al menudeo siguen siendo preferenciales y de consumo inmediato. Por ello, es importante que la implementación laboral de los empleados sea predispuesta en la presentación de preferencias de consumo de los clientes y se especialicen en actividades que otorguen las ventajas competitivas de exportación del producto.

Asimismo, es pertinente mencionar que la salubridad laboral según Vivas (2015) debe estar presente durante todo este proceso empresarial puesto que la actividad realizada por los trabajadores tiene como finalidad mantener el más alto nivel de bienestar integral de los trabajadores, en todos los ámbitos y prevenir todo deterioro de la salud por las condiciones laborales en las que se desenvuelve a diario. Las estrategias para el logro de esta actividad se pueden visualizar en la siguiente figura:

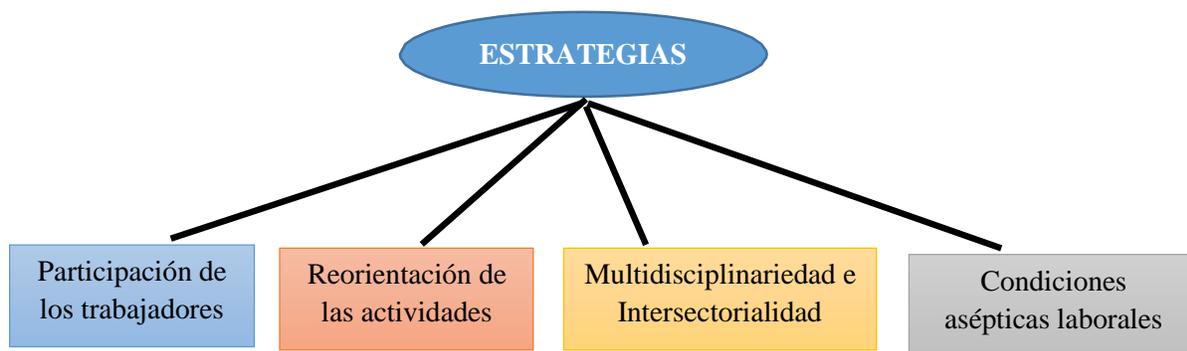


Figura 5. Estrategias de salubridad laboral. Fuente. Adaptado de Somer (2014)

Así, las estrategias tienden a relacionarse en la medida que busca no solo el bienestar de los trabajadores, sino que fomenta las condiciones asépticas del centro laboral, que en el caso del proceso de evisceración de las Truchas debe poseer un alto nivel de higiene y un protocolo de salubridad de los productos en su empacamiento hacia el exterior. La calidad del producto debe pasar los estándares establecidos para que no sea percibido como inestable, de dudosa procedencia o dañino para la salud humana. Las condiciones de salubridad son el referente de la búsqueda de un producto de calidad en el afán por competir con sus pares del mercado global y lograr la aceptabilidad de sus potenciales consumidores.

La presente investigación se llevará a cabo en base a una metodología holística de tipo proyectiva, donde aborda la calidad de vida laboral en los establecimientos de producción y crianza de las truchas para el consumo interno y la exportación directa al mercado internacional, el cual permitirá ayudar a los criadores y a los trabajadores para la mejora de las condiciones de trabajo. Como el estudio es de tipo proyectiva se espera que las propuestas formuladas en la investigación permita aplicarlas a mediano plazo para así confirmar su beneficio en favor de las actividades exportadoras.

De la misma manera, se justifica en la reflexión concientizadora de extender el número de exportaciones hacia lugares alejados emergentes y que su aumento proceda mediante las prácticas laborales pertinentes, así como el fomento de la asociatividad empresarial de los directivos criadores de Truchas para poder incursionar sin problema alguno en el mercado exterior. Asimismo, la investigación pretende servir de modelo en posteriores estudios futuros relacionados con las exportaciones de productos naturales ictiológicos o afines a diferentes lugares del orbe mundial que consuman la mencionada especie exportable.

Frente a la problemática descrita se plantea el siguiente problema de investigación: ¿De qué manera se puede mejorar la calidad de vida laboral en base a la venta y producción de truchas en Choclococha, Huancavelica, 2020?

La investigación buscó proponer un plan efectivo relacionado con las estrategias de mejora de la calidad de vida laboral para la venta, exportación directa de un producto natural y de calidad, como son las truchas, al mercado internacional con la finalidad de obtener un crecimiento económico sostenible en la comunidad de Choclococha, Huancavelica, 2020.

Los objetivos específicos comprendieron los siguientes:

Diagnosticar la viabilidad de las estrategias de mejora de la calidad de vida laboral, mediante un diagnóstico y análisis de las condiciones de trabajo en relación al producto exportable natural.

Diseñar una propuesta viable que permita mostrar las propiedades y beneficios al consumir la trucha

Determinar los beneficios de la asociatividad entre acuicultores

II. MÉTODO

2.1 Enfoque, tipo y método

El estudio se direcciona al enfoque cualitativo cuya finalidad es analizar el mundo subjetivo de las personas o fenómenos particulares, para llegar al conocimiento de la realidad desde la perspectiva de la unidad de análisis. Asimismo, el sintagma es holístico, dado que se considera indispensable todos los elementos probatorios para la descripción y diagnóstico de la realidad (Carhuanchó, Nolazco, Sicheri, Guerrero y Casana, 2019). Hurtado, 2010).

Con respecto al tipo, es de carácter proyectivo, puesto que el objetivo general de este estudio se basa en una propuesta factible, previo diagnóstico profundo (Carhuanchó, *et al*, 2019). Los métodos utilizados son el deductivo e inductivo (Bernal, 2010).

2.2 Población, muestra y unidades informantes

La población es el total de los sujetos integrantes de un espacio determinado de estudio. La muestra es el sub conjunto de la misma (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Las unidades informantes en este caso, son consumidores y productores relacionados al trabajo de piscigranjas en Choclococha, Huancavelica. Se encuestaron a 40 personas y se entrevistaron a 3 productores y colaboradores de la piscigranja.

2.3 Categorías y sub categorías apriorísticas

En relación a la categoría problema en estudio es: Calidad de vida laboral. Así mismo, las sub categorías apriorísticas son: bienestar laboral, condiciones y capacidades laborales y desarrollo sostenible. Como categoría emergente se consideró exportación de truchas.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Como técnicas se consideró el uso de la encuesta y la entrevista. Estas técnicas de recojo de información son efectivas en cuanto a brindar datos precisos y objetivos (encuesta) y amplios y subjetivos (entrevista); no son las únicas técnicas, pero si las más importantes (Behar, 2008).

Con respecto a los instrumentos, se utilizó un cuestionario para la evaluación cuantitativa, basado en 15 ítems que respondían a las subcategorías en estudio. Para la evaluación cualitativa, se utilizó la guía de entrevista, conformada por ocho preguntas abiertas

dirigidas a los empresarios y colaboradores, bajo la misma direccionalidad de evaluar las subcategorías apriorísticas.

Se evaluó el instrumento a través del juicio de expertos, expresados en la siguiente tabla:

Tabla 1

Validación de expertos del instrumento cuantitativo

Nro.	Nombre del experto	Cargo/ocupación	Grado	Criterio de evaluación
1	Cecilia Brenneisen	Directora de la escuela de negocios y competitividad	Magister	Aceptable
2	Pietro Pablo Dondero	Docente	Doctor	Aceptable
3	Hugo Ricardo Prado	Docente	Doctor	Aceptable

Con respecto a la confiabilidad, aplicada la prueba piloto se determinó una confiabilidad alta a un nivel de 0,80 según la Prueba de Alfa de Cronbach.

2.5 Proceso de recolección de datos

Luego de evaluar los instrumentos, se solicita un permiso para evaluar en el espacio determinado de estudio, en este caso las piscigranjas de Choclococha en Huancavelica. El investigador se dirigió hasta ese lugar y aplicó las encuestas y entrevistas respectivas en el mes de octubre del 2019. Luego todo este dato se procesa al programa Excel y se transcribió en el programa Word.

2.6 Método de análisis de datos

Para el análisis de datos se utilizó el Excel para obtener las medidas de frecuencias expresadas en tablas y figuras de las subcategorías. Asimismo, el Pareto que refleja los puntos críticos problemáticos. Con respecto al análisis cualitativo, se utilizó el Atlas ti 8 para triangular la información representadas en códigos y redes.

III. RESULTADOS

3.1. Categoría Calidad de vida laboral

Tabla 2

Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub categoría Bienestar laboral.

Ítems	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. ¿Estima que la inversión en la creación de la piscigranja es recuperada en un año?	0	0,00%	1	2,50%	12	30,00%	7	17,50%	20	50,00%
2. ¿Es rentable la venta de truchas?	0	0,00%	3	7,50%	22	55,00%	10	25,00%	15	37,50%
3. ¿Han recibido alguna charla o capacitación por parte del estado peruano, con respecto al trabajo de la venta y exportación de truchas?	4	10,00%	11	27,50%	16	40,00%	5	12,50%	4	10,00%
4. ¿Instituciones del estado acuden frecuentemente a estas piscigranjas a reunirse con los acuicultores?	0	0,00%	5	12,50%	29	72,50%	3	7,50%	2	5,00%

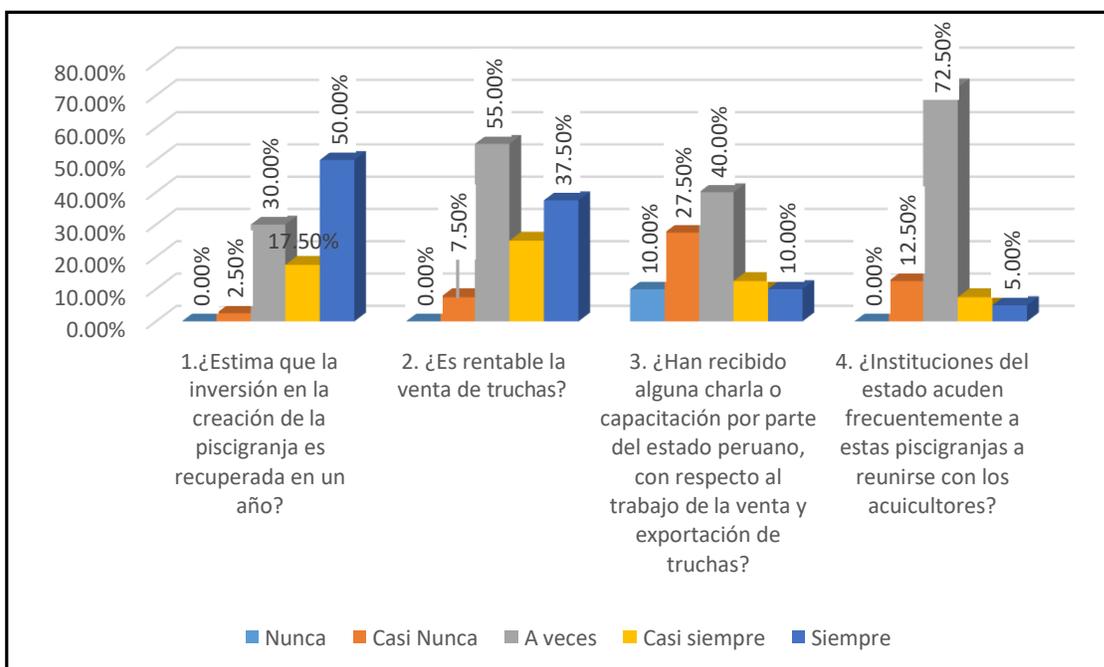


Figura 6. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub categoría bienestar laboral.

En la tabla 2 y la figura 6, dadas las encuestas, preguntas y respuestas que se pueden interpretar de esta sub categoría que, con respecto a la pregunta 1: ¿Estima que la inversión en la creación

de la piscigranja es recuperada en un año?, un importante 50% indican que, si se recupera la inversión, es decir empresarios pueden arriesgar en invertir en este tipo de negocio. La pregunta 2: ¿Es rentable la venta de truchas? Se manifestó un importante 37% que siempre y un 25% que casi siempre es rentable la venta de truchas; por eso es un negocio a considerar importante en la zona. Con respecto a la pregunta 3: ¿Han recibido alguna charla o capacitación por parte del estado peruano, con respecto al trabajo de la venta y exportación de truchas?; un considerable 40% indican que a veces reciben capacitaciones y charlas; y un preocupante 10% indican que nunca recibieron ese tipo de orientaciones técnicas por parte del Estado. Finalmente, en relación a la pregunta 4: ¿Instituciones del estado acuden frecuentemente a estas piscigranjas a reunirse con los acuicultores?, el 72,5% de los encuestados manifiestan que a veces el Estado interviene en apoyo técnico y de otra índole en las piscigranjas.

El bienestar laboral se concentra en situaciones de mejora de los trabajadores, programas sociales, ofrecimientos de prestaciones, modificación de las condiciones de trabajo para el mejoramiento de la calidad de vida laboral (Barley y Kunda, 1992).

Tabla 3

Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub categoría situaciones y capacidades laborales

Ítems	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
5. ¿Se le presentó problemas al iniciarse como exportador de truchas?	0	0,00%	0	0,00%	35	87,50%	3	7,50%	4	10,00%
6. ¿Considera que la inadecuada preparación y su poca instrucción de las personas que se dedican a este negocio de truchas sea impedimento para incrementar las exportaciones?	5	12,50%	10	25,00%	15	37,50%	10	25,00%	10	25,00%
7. ¿Es fundamental conocer el ciclo y las etapas de crianza de trucha?	11	27,50%	4	10,00%	5	12,50%	5	12,50%	20	50,00%
8. ¿El cliente conoce las propiedades y bondades de consumir trucha?	11	27,50%	20	50,00%	4	10,00%	3	7,50%	2	5,00%
9. ¿Está bien consolidada la asociatividad entre acuicultores?	0	0,00%	10	25,00%	29	72,50%	1	2,50%	0	0,00%

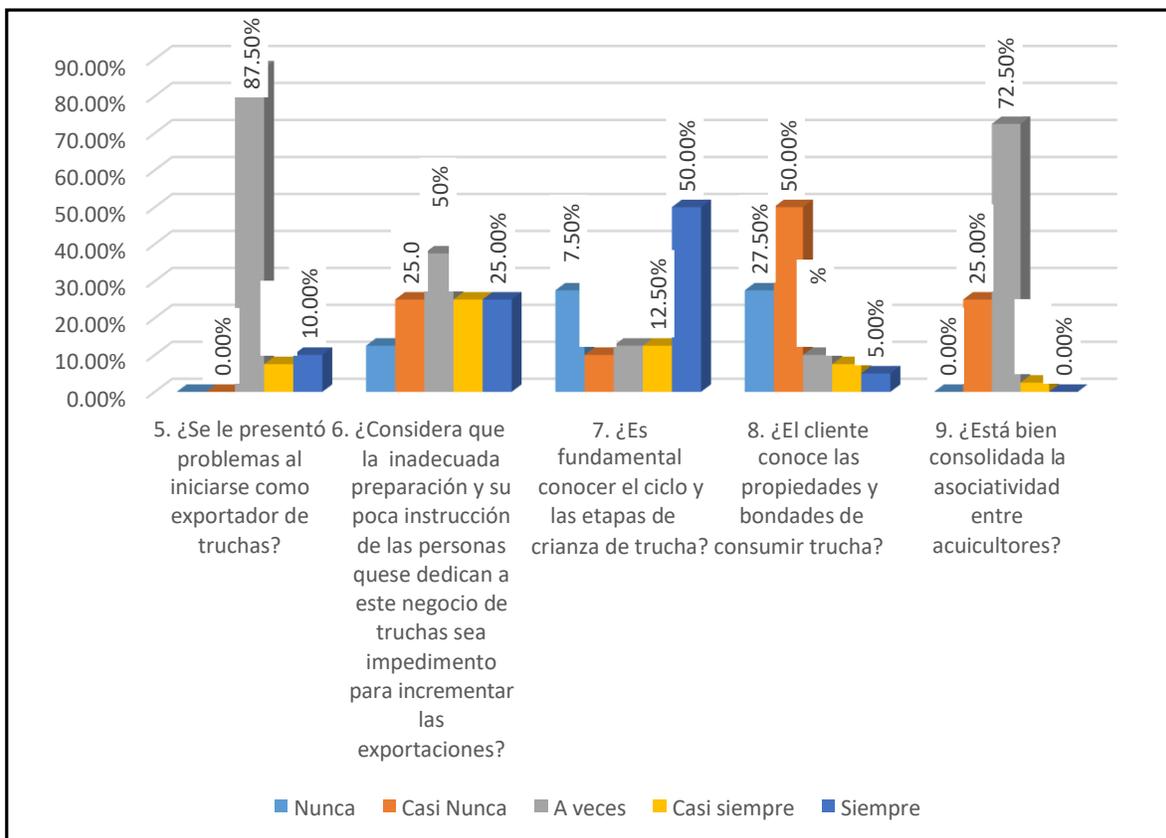


Figura 7. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub categoría situaciones y capacidades laborales.

En la tabla 3 y la figura 7, efectuadas las encuestas, con respecto a la pregunta 5: ¿Se le presentó problemas al iniciarse como exportador de truchas?, un considerable 87,5% indicaron que a veces se presentaban problemas en la actividad del comercio de truchas, así como ningún encuestado afirmó problema alguno. Asimismo, con relación a la pregunta 6: Considera que la inadecuada preparación y su poca instrucción de las personas que se dedican a este negocio de truchas sea impedimento para incrementar las exportaciones?; un 25% indica que casi nunca, pero un 25% también indica que casi siempre o siempre es un impedimento dicha situación; este contraste de información se debe quizás a la confianza en la experiencia en este tipo de menesteres. La pregunta 7: ¿Es fundamental conocer el ciclo y las etapas de crianza de trucha?, los encuestados manifestaron en un 50% que si es importante conocer y tener experiencia en la crianza de truchas. Con relación a la pregunta 8: ¿El cliente conoce las propiedades y bondades de consumir trucha?, el 27% indica que nunca y el 50% indican que casi nunca el cliente conoce

las propiedades y ventajas del consumo de truchas. Finalmente, con respecto a la pregunta 9: ¿Está bien consolidada la asociatividad entre acuicultores?, un preocupante 25% indica que casi nunca y un 72,5% de los encuestados manifestaron que a veces está bien organizada la asociatividad de trabajadores en este rubro.

Tabla 4

Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub categoría Desarrollo sostenible.

Ítems	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
10. ¿Considera usted importante la cantidad de truchas en cada piscigranja teniendo en cuenta su capacidad?	0	0,00%	6	15,00%	7	17,50%	17	42,50%	10	25,00%
11. ¿Actualmente, la producción de su piscigranja abastece a todo el mercado?	10	25,00%	5	12,50%	12	30,00%	12	30,00%	1	2,50%
12. ¿No hay problemas en utilizar productos químicos en la piscigranja?	10	25,00%	3	7,50%	5	12,50%	10	25,00%	10	25,00%
13. ¿Es primordial contar con un profesional en zootecnia en el criadero?	1	2,50%	13	32,50%	21	52,50%	4	10,00%	1	2,50%
14. ¿Desarrolla usted seguimiento de diagnóstico de enfermedades en las truchas?	2	5,00%	6	15,00%	12	30,00%	11	27,50%	9	22,50%
15. ¿Realiza mantenimientos a la piscigranja cada determinado tiempo?	1	2,50%	8	20,00%	28	70,00%	2	5,00%	1	2,50%

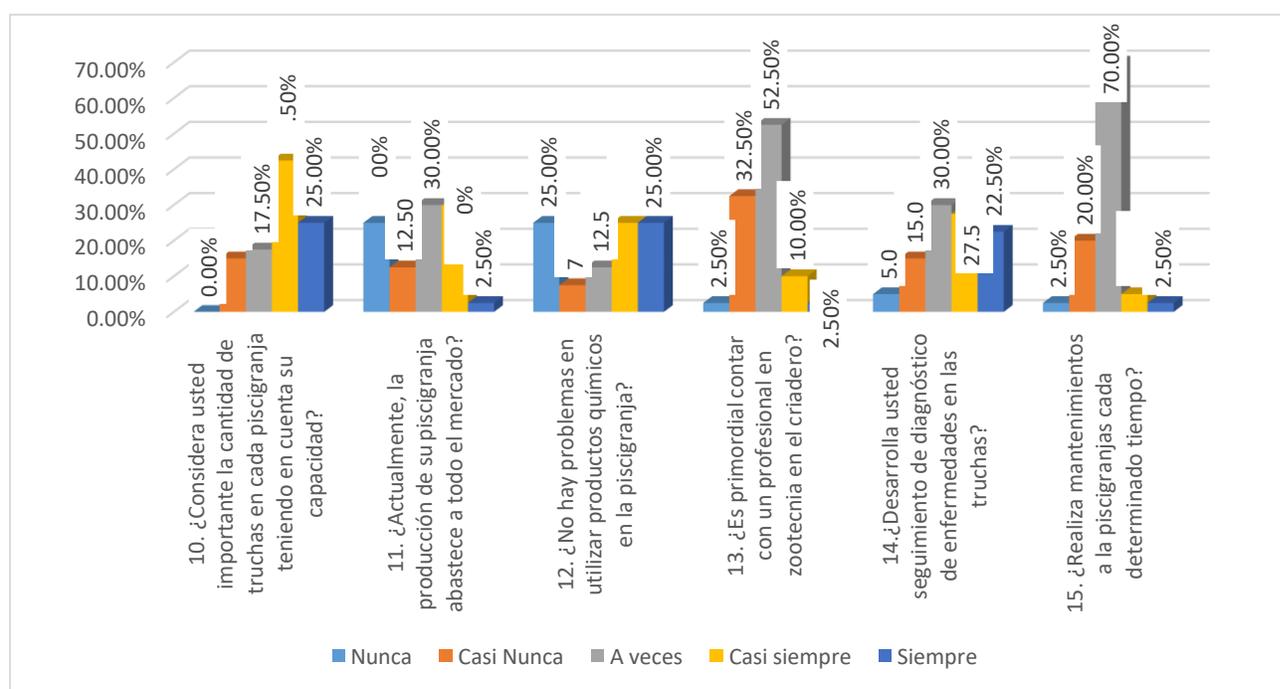


Figura 8. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub categoría Desarrollo sostenible.

En la tabla 4 y figura 8 realizadas las encuestas se obtuvo la siguiente información: La pregunta 10: ¿Considera usted importante la cantidad de truchas en cada piscigranja teniendo en cuenta su capacidad? Un importante 42,5% indica que casi siempre y un 25% indica que siempre es importante verificar la capacidad de la piscigranja. Con respecto a la pregunta 11: ¿Actualmente, la producción de su piscigranja abastece a todo el mercado?, un 25% de los encuestados indican que nunca abastece; otro 30% indican que a veces o casi siempre abastece la producción de truchas al exigente mercado del lugar. Con respecto a la pregunta 12: ¿No hay problemas en utilizar productos químicos en la piscigranja? Un 25% indican que nunca hay problemas, pero tan igual como un 25% que manifiestan que casi siempre y siempre existen problemas al usar productos químicos en la piscigranja. Con relación a la pregunta 13: Es primordial contar con un profesional en zootecnia en el criadero?, un 52,5% indican que a veces es importante la presencia de un profesional, pero muchos de ellos se confían en su experiencia; la pregunta 14: ¿Desarrolla usted seguimiento de diagnóstico de enfermedades en las truchas?, se respalda en que 30% y un 27,5% indican que a veces y casi siempre respectivamente, es necesario un diagnóstico de las dificultades y enfermedades de las truchas. Finalmente, con respecto a la pregunta 15: ¿Realiza mantenimientos a la piscigranja cada determinado tiempo?, un considerable 70% indican que a veces se realizan dichas acciones de mantenimiento y cuidado de las piscigranjas.

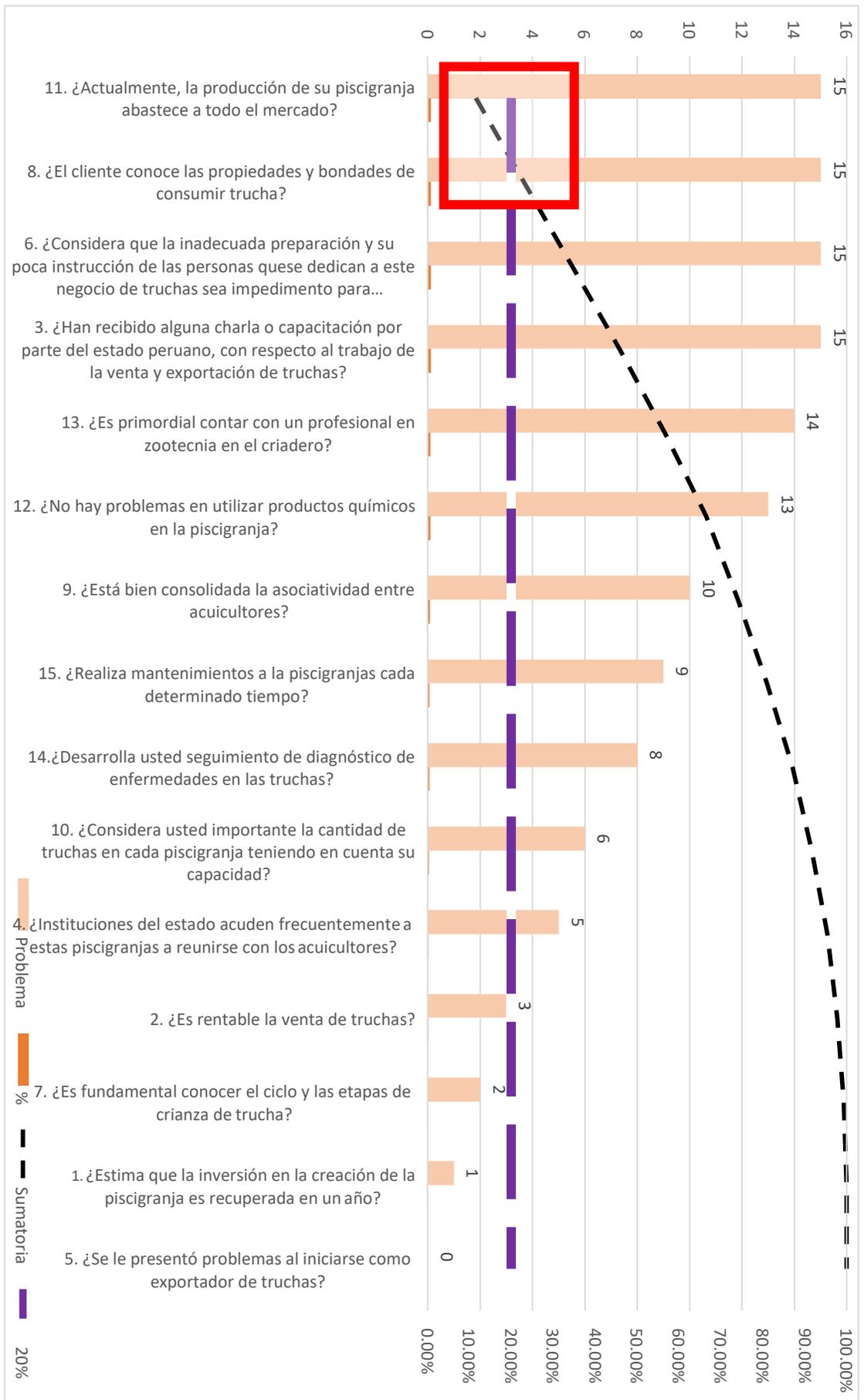
Tabla 5

Pareto de la categoría calidad de vida laboral.

Ítems	Puntaje	%	Acumulativo	20.00%
11. ¿Actualmente, la producción de su piscigranja abastece a todo el mercado?	15	11,45%	11,45%	20%
8. ¿El cliente conoce las propiedades y bondades de consumir trucha?	15	11,45%	22,90%	20%
6. ¿Considera que la inadecuada preparación y su poca instrucción de las personas que se dedican a este negocio de truchas sea impedimento para incrementar las exportaciones?	15	11,45%	34,35%	20%
3. ¿Han recibido alguna charla o capacitación por parte del estado peruano, con respecto al trabajo de la venta y exportación de truchas?	15	11,45%	45,80%	20%
13. ¿Es primordial contar con un profesional en zootecnia en el criadero?	14	10,69%	56,49%	20%
12. ¿No hay problemas en utilizar productos químicos en la piscigranja?	13	9,92%	66,41%	20%
9. ¿Está bien consolidada la asociatividad entre acuicultores?	10	7,63%	74,05%	20%
15. ¿Realiza mantenimientos a las piscigranjas cada determinado tiempo?	9	6,87%	80,92%	20%
14. ¿Desarrolla usted seguimiento de diagnóstico de enfermedades en las truchas?	8	6,11%	87,02%	20%
10. ¿Considera usted importante la cantidad de truchas en cada piscigranja teniendo en cuenta su capacidad?	6	4,58%	91,60%	20%
4. ¿Instituciones del estado acuden frecuentemente a estas piscigranjas a reunirse con los acuicultores?	5	3,82%	95,42%	20%
2. ¿Es rentable la venta de truchas?	3	2,29%	97,71%	20%
7. ¿Es fundamental conocer el ciclo y las etapas de crianza de trucha?	2	1,53%	99,24%	20%
1.-¿Estima que la inversión en la creación de la piscigranja es recuperada en un año?	1	0,76%	100,00%	20%
5. ¿Se le presentó problemas al iniciarse como exportador de truchas?	0	0,00%	100,00%	20%

En la tabla 5, con respecto a las preguntas críticas de la encuesta, se considera la pregunta 11: ¿Actualmente, la producción de su piscigranja abastece a todo el mercado? Determinándose según el análisis de Pareto un 11,45% de punto crítico en base al 20%; determinándose que la producción de truchas en las diversas piscigranjas no abastece el mercado local; y es necesario el mejoramiento, la infraestructura y las condiciones necesarias para la ampliación y mayor demanda del producto. La otra pregunta crítica con 22,9% es la pregunta 8. ¿El cliente conoce las propiedades y bondades de consumir trucha?; infiriéndose que los consumidores comprar la trucha solo para comerla como un alimento rutinario, desconociendo sus bondades nutritivas.

Figura 9. Pareto de la categoría Calidad de vida laboral.



3.2 Descripción de resultados cualitativo

Análisis cualitativo

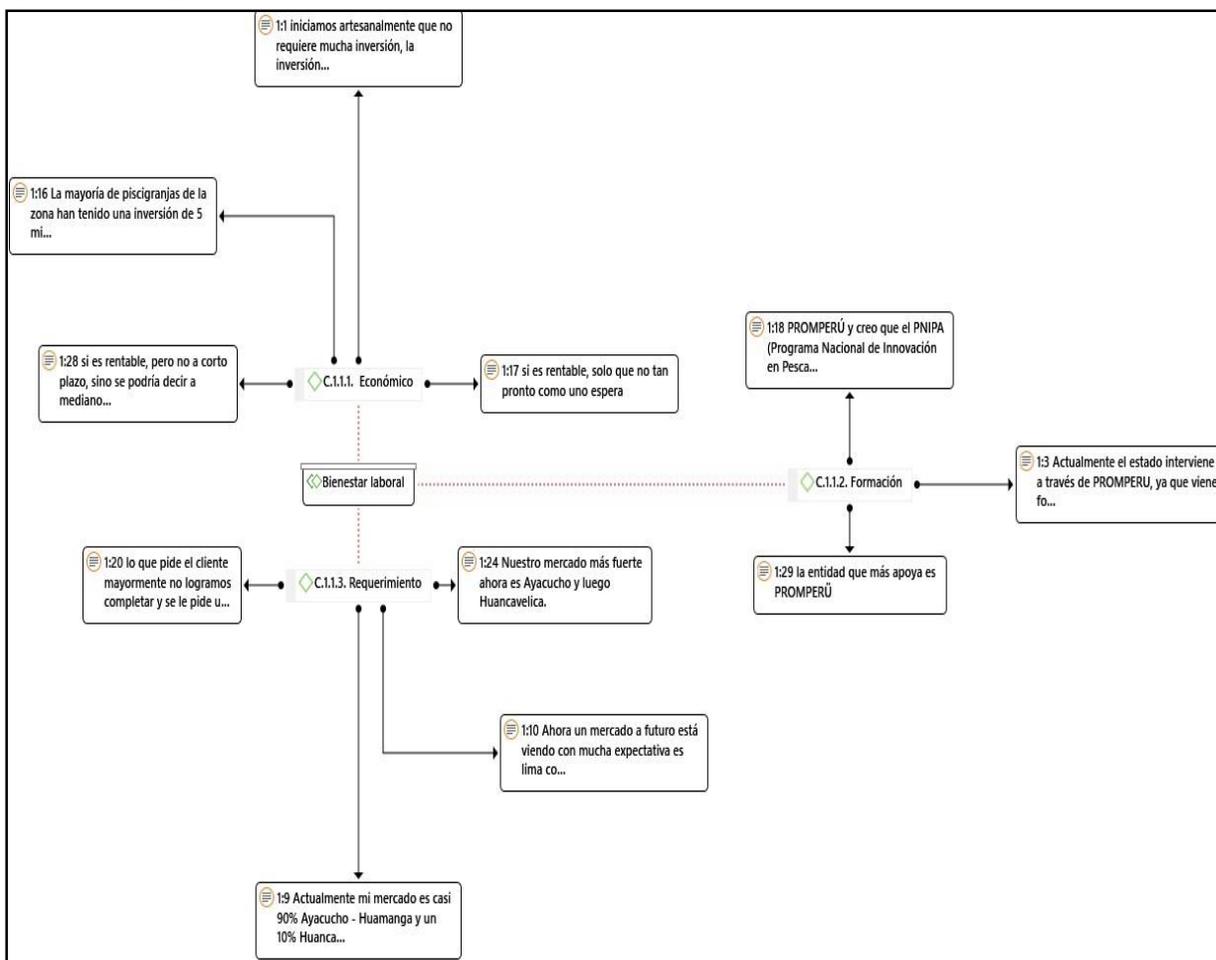


Figura 10. Análisis cualitativo de la sub categoría bienestar laboral.

En la figura 10, el bienestar laboral se respalda en indicadores como son el requerimiento, lo económico y la formación. Con respecto al requerimiento, las piscigranjas tienen su mercado en Ayacucho, Huamanga, Huancavelica y en un futuro, aunque con mucho temor y riesgo, se pretende llegar al mercado limeño. Desde la perspectiva económica, la producción de truchas es rentable, a mediano y largo plazo, con una inversión entre los 5 mil a 15 mil soles aproximadamente. Así mismo, en cuanto al indicador formación, el Estado apoya en este rubro, a través del fomento de esta actividad y el conocimiento de la misma, con entidades como PNIPA creado por PROMPERÚ.

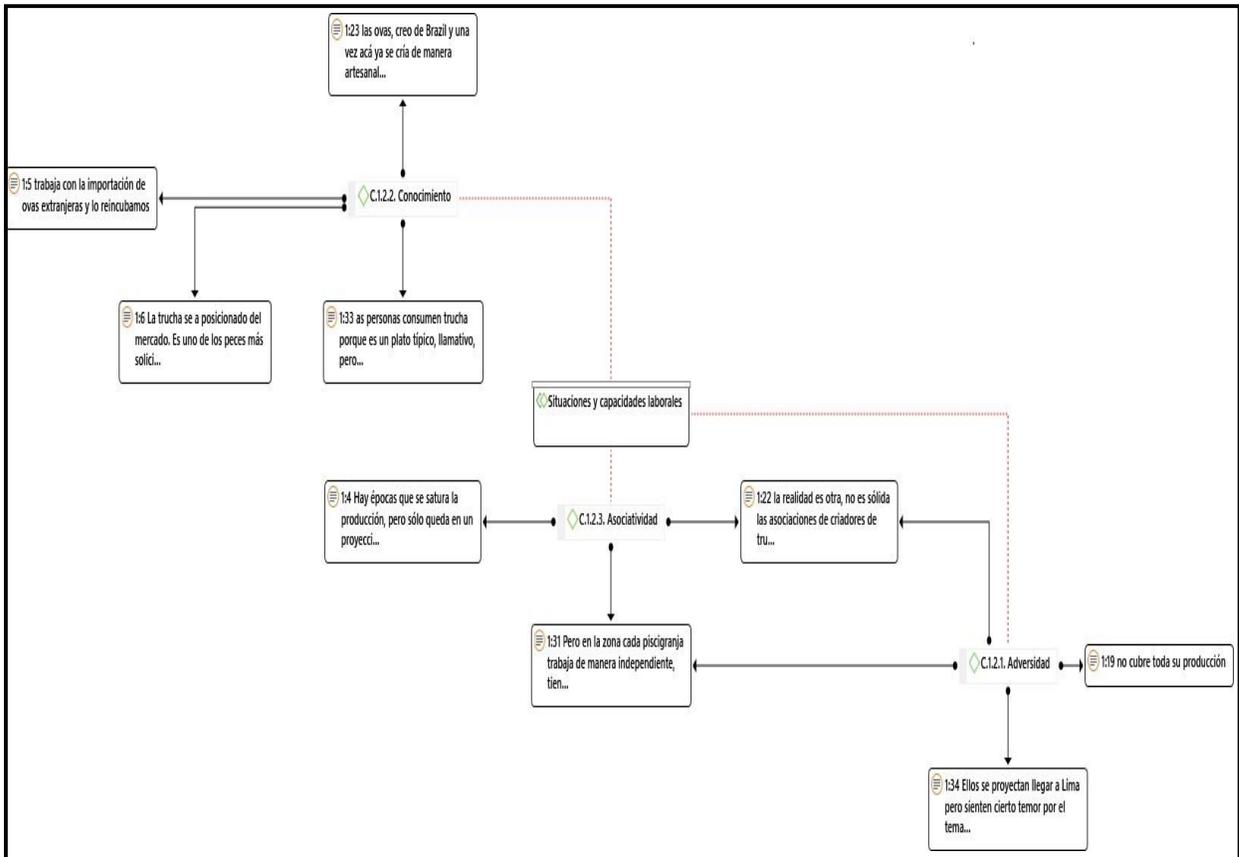


Figura 11. Análisis cualitativo de la sub categoría Situaciones y capacidades laborales.

En la figura 11, según las respuestas de las entrevistas, la sub categoría situaciones y capacidades laborales se respaldan en indicadores como: Conocimiento, donde cabe destacar la crianza por experiencia y conocimiento de los colaboradores. Conocen de donde importan las ovas y como es el cuidado e incubación de manera artesanal para una buena producción. Además, se admite que la trucha se ha posicionado del mercado, muchos clientes la consumen, pero desconocen sus bondades y su importancia de este alimento en la dieta nutritiva de las personas. Otro indicador es la adversidad, dificultades que se presentan para cubrir con la demanda de las truchas, proyecciones pero que no se asumen por miedo o riesgos a la competencia en otros mercados, como el limeño; además del poco trabajo en equipo y asociado de los dueños de las piscigranjas, que aún no consolidan una asociatividad, que es el otro indicador de esta sub categoría, al cual se debe agregar el hecho que cada uno trata de mejorar de manera independiente, sin fortalecer un vínculo de sociedad en beneficio de toda la comunidad de piscigranjeros.

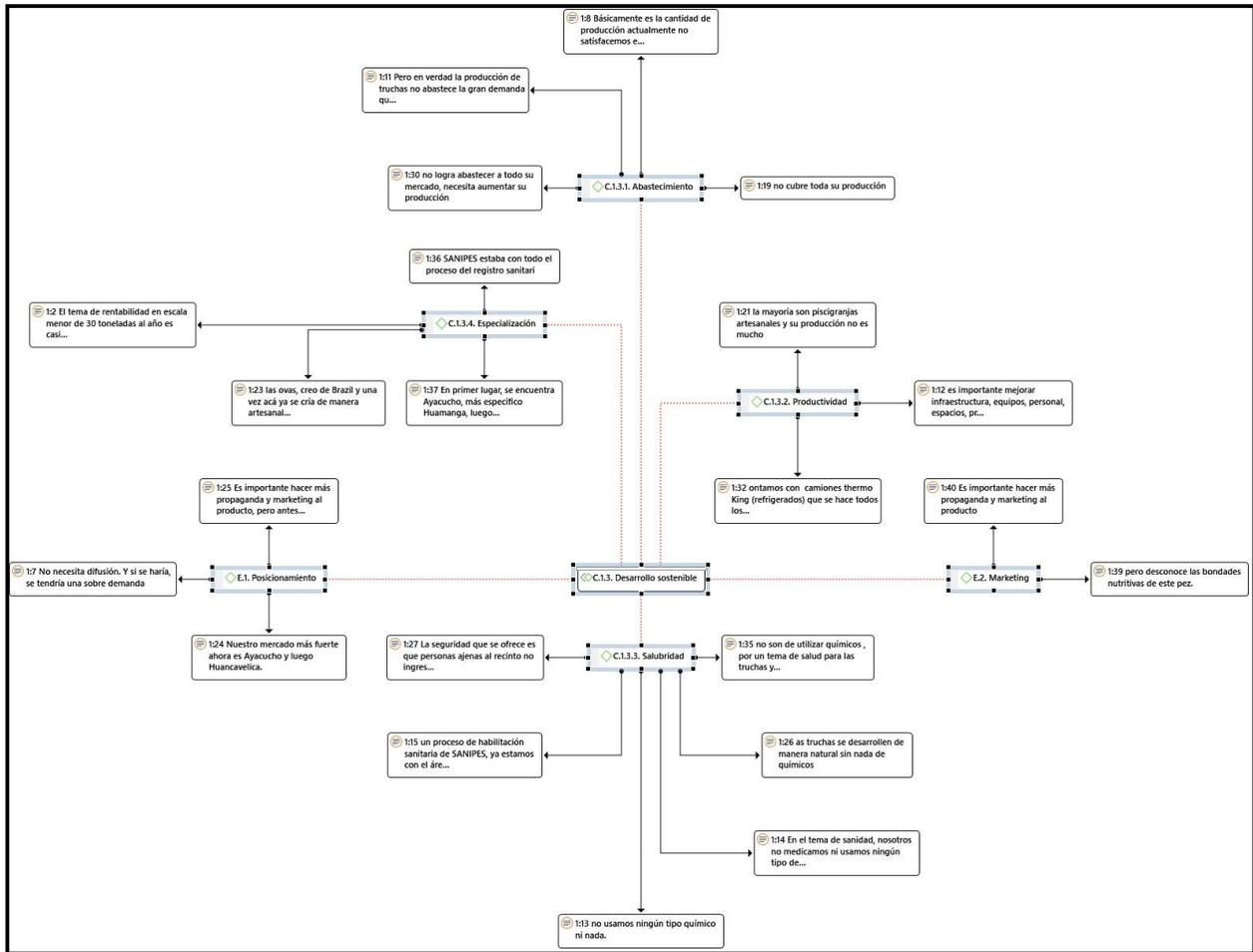


Figura 12. Análisis cualitativo de la sub categoría Desarrollo sostenible.

En la figura 12, con respecto a la sub categoría desarrollo sostenible; esta se fundamenta en tres indicadores: salubridad, que infiere que las piscigranjas no usan elementos químicos, los peces crecen de forma natural, hay un control de sus enfermedades y un control estricto sanitario por parte de SANIPES. Con respecto al indicador productividad, no se cuenta con la infraestructura y equipo perfeccionados para ampliar la producción y cubrir la demanda, eso se relaciona con el indicador abastecimiento, a pesar de la cantidad de toneladas con la que se abastece el mercado de Ayacucho y Huancavelica; contando con camiones frigoríficos *thermo king* para transportar la importación de ovas y peces, pero son insuficientes. En respuesta al indicador especialización, es importante conocer los procesos de crianza de las truchas, contar con profesionales y gente de experiencia, asimismo, conocer los documentos y las entidades estatales que realizan un control de calidad a este tipo de empresa como es el SINAPES.

Diagnóstico final

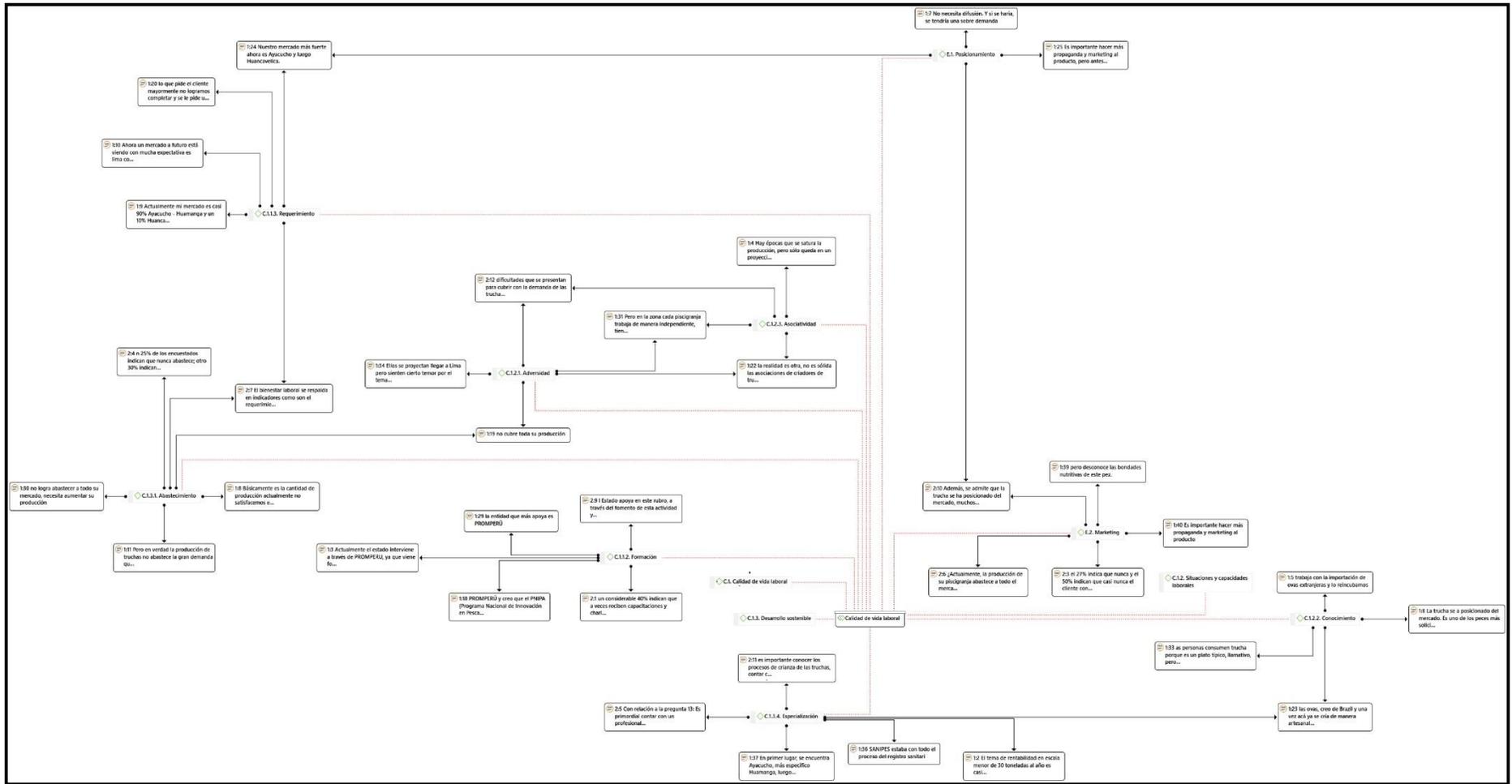


Figura 13. Análisis mixto de la categoría Calidad de vida laboral.

En la figura 13, la calidad de vida laboral que se observa en las piscigranjas de Choclococha departamento de Huancavelica, refleja una serie de dificultades salvables para el desarrollo social y económico de la zona. En la triangulación cuantitativo y cualitativo de los datos, es importante diagnosticar la poca demanda que tienen las piscigranjas para los mercados locales y regionales. un 25% indican que nunca abastece; otro 30% indican que a veces o casi siempre abastece la producción de truchas al exigente mercado del lugar. Esto ratifica la poca producción y las dificultades que se deben presentar para la crianza de las truchas, desde la importación de las ovas, hasta el manejo de personal y experiencia, dado que un 52,5% indican que a veces es importante la presencia de un profesional, pero muchos se confían en su experiencia.

Asimismo, es un punto crítico considerable el desconocimiento de las bondades del consumo de trucha. Se indica que el cliente en un 27% y el 50% manifiestan que nunca y casi nunca respectivamente, conoce las propiedades y ventajas del consumo de truchas. Según Diario El Correo (2015), la trucha posee importantes propiedades nutricionales que son beneficiosas para la salud. Así como los ácidos grasos omega 3, los cuales ayudan a prevenir enfermedades cardiovasculares, de igual manera, ayuda a reducir la hipertensión y el colesterol. Además de ello, por su alto contenido en proteínas, se aconseja el consumo de este producto a los deportistas.

Se conoce que el mayor porcentaje de la producción de truchas para la exportación se centra en la provincia de Puno, sin embargo, existen otros mercados que realizan dicha producción, tal como es el caso de las provincias de Huancavelica, Junín y Ayacucho. De este modo Huancavelica se encuentra en el segundo lugar después de Puno en la exportación de truchas en sus diferentes presentaciones, pero no existen un grupo humano que consolide este gran mercado. No existe el criterio para conformar una asociatividad en mejora de estas empresas vinculadas a la acuicultura. Un 25% indica que casi nunca y un 72,5% manifestaron que a veces está bien organizada la asociatividad de trabajadores en este rubro. No existen mentalidad de equipo, cada piscigranja trabaja de manera independiente y progresa por si sólo; siendo notorio este problema porque no cubren las demandas de los diversos mercados, si es así; ¿Cómo pensar en exportar truchas desde Choclococha, Huancavelica? La respuesta se presenta a través de la propuesta.

3.3 Propuesta

3.3.1 Fundamentos de la propuesta

El consumo de pescado y de productos salmónidos y sus derivados ha sido importante y significativo en la dieta de las personas a lo largo de la historia de las sociedades, puesto que sus propiedades nutricionales han permitido el surgimiento de organizaciones empresariales dedicadas a la comercialización de este producto y otros afines. Es preciso acotar que la crianza de peces como las truchas en ambientes predispuestos para su consumo como son las piscigranjas ha permitido el desarrollo de una incipiente sociedad comercial en diversos lugares del interior del país que ofrece la venta de estas especies a negocios dedicados al rubro gastronómico y turístico pero que no suele abastecer la demanda de consumo que se ha presentado en los últimos años no solo en el país sino fuera del mismo.

De esta manera, es indispensable tomar en consideración la relevancia del plan exportador de un producto natural y poder relacionarlo con la propuesta teórica de Lerma y Márquez (2010) quienes sustentaron la imperiosa necesidad de direccionar el esfuerzo empresarial hacia el exterior en base a la predisposición de una hoja de ruta informativa que permitirá el conocimiento efectivo mercado internacional, para poder competir con sus productos con otros vendedores y lograr la rentabilidad significativa con el objetivo de ser aceptado por parte de nuevos consumidores en el escenario global.

Por lo tanto, la exportación de estos productos alimenticios de consumo nutricional como las truchas es considerada una oportuna posibilidad comercial para los criadores nacionales, debido que el consumo de pescado es solicitado a nivel local y su difusión exterior atraerá nuevos mercados en el mundo por su alto valor proteínico y por su segura crianza en piscigranjas. Es por ello relevante que los empresarios dedicados a este rubro predispongan la elaboración de una propuesta comercial interesante que permita no solo el consumo de las truchas, sino que se transforme en un producto de bandera nacional y que abastezca a un número mayor de consumidores y que sirva de referencia fundamental para la exportación de otros productos ictiológicos hacia diversos países del orbe mundial en beneficio de los criadores y empresarios locales.

3.3.2 Problemas

Los tres problemas identificados que esta propuesta de producción y asociación empresarial para la venta y consumo de truchas pretende abordar se pueden precisar de la siguiente manera:

A. La producción de las piscigranjas no abastece al mercado de consumidores

La mayoría de criadores de truchas no cuentan con la infraestructura conveniente para un número significativo de especies. La mayoría son granjas medianas y tradicionales que pueden criar pocos ejemplares y solo dan abasto a pocos clientes. El consumo de truchas se ha ido incrementando en los últimos años por la presencia de turistas nacionales y extranjeros que consumen estos peces criados y alimentados sanamente a comparación de los que viven en su ambiente natural que en muchas ocasiones consumen diversos productos y se ven afectados por los remanentes contaminantes de los ríos, lagos y lagunas. Por ello, es indispensable su producción en un número mayor que no solo abastezca el mercado local sino también el internacional.

B. El cliente no conoce las propiedades y bondades de consumir truchas

Los potenciales clientes de truchas lo consumen por razones diversas, desde una percepción empírica nutricional o un esnobismo caracterizado por la imitación de los turistas extranjeros, sin embargo, las propiedades y bondades del producto no se difunden de manera integral y lo tienden a relacionar como un alimento similar a cualquier tipo de pescado marino que es nutritivo, pero a diferencia de los otros su crianza en ambientes propios lo vuelve un producto alimenticio altamente saludable. La trucha es un alimento rico en selenio, fósforo, potasio, magnesio y vitaminas del grupo B, imprescindibles para fortalecer músculos y huesos. Así mismo es un alimento adecuado para las mujeres embarazadas, gracias a la presencia de vitamina B12, y las personas diabéticas.

C. La asociatividad. Los socios de truchas no están asociados ni conocen las ventajas de una asociatividad

La asociación de criadores de truchas constituye el referente de integración comercial básico para ingresar a nuevos mercados. En ese sentido, la indiferente presencia asociativa y el desapego por pertenecer a una organización sólida tiende a desfavorecer los propósitos comerciales, puesto que el mundo global se necesita de un buen número de productos a consumir como las truchas en mercados europeos, asiáticos y norteamericanos. De esta manera, la importancia de la asociatividad comercial permitirá la seguridad de contar con un empresario empoderado con una visión global y preocupada de ofrecer sus productos como las truchas al exterior. Sin embargo, el desinterés por asociarse entre los criadores para competir hacia los mercados mencionados acarreará en una marcha atrás a nivel comercial en este rubro que tendrá implicancias a mediano y largo plazo para los criadores.

3.3.3 Elección de la alternativa de solución

Alternativa 1: Implementación efectiva sobre gestión empresarial para la mejora de la infraestructura de crianza de las truchas.
Alternativa 2: Elaboración de campañas publicitarias informando las propiedades y bondades del consumo de truchas
Alternativa 3: Elaboración de una campaña de reflexión y sensibilización sobre la importancia de la asociatividad de criadores de truchas.

Cuadro 1. Alternativas de solución.

3.3.4 Desarrollo de la propuesta

Alternativa 1

Objetivo de la propuesta

Fortalecer las capacidades de gestión empresarial para la mejora de la infraestructura de la crianza de truchas.

Justificación general de la propuesta

La alternativa se justifica en implementar una pertinente gestión empresarial para la mejora de la infraestructura como las piscigranjas para poder competir en el mercado exterior. Además, permitirá una actualización efectiva para los criadores de truchas y sus colaboradores para la mejora de la toma de decisiones en relación con la exportación de las truchas

Desarrollo de la propuesta

Tabla 6

Actividades y justificación de la alternativa 1

Actividades	Justificación
Actividad 1: Jornadas de concientización sobre la importancia de la exportación de truchas	Se reflexionará y se concientizará a los participantes de la importancia exportadora de truchas, que evidencien las ventajas y desventajas de la crianza de truchas para su exportación.
Actividad 2: Capacitación sobre gestión comercial relacionado con infraestructura de piscigranjas	Se abordará la relevancia de la infraestructura como las piscigranjas para la crianza de un número mayor de truchas para el consumo interno y la exportación.
Actividad 3: Capacitación sobre gestión comercial relacionado con crianza de truchas	Se abordará la gestión comercial relacionada con la crianza de otras especies ictiológicas y derivados que pueden exportarse.
Actividad 4: Exposición de modelos de piscigranjas con mayor capacidad de especies	Se mostrará nuevos modelos de piscigranjas con optimo volumen de especies y que permita una crianza oportuna de las truchas
Actividad 5: Charlas nutricionales en posta médica y escuela sobre el consumo de truchas	Se realizarán charlas inductivas en una posta médica y una escuela pública para mostrar los beneficios del producto natural.
Actividad 6: Concurso público para escoger un logo empresarial relacionado con el consumo nutricional de truchas	Se fomentará la creatividad e innovación gráfica de las personas lo que permitirá una mayor difusión del producto.
Actividad 7: Promoción de investigaciones universitarias sobre gestión comercial de consumo de truchas	Se pretende la difusión de las investigaciones académicas relacionadas con la gestión comercial de truchas a nivel pregrado y posgrado.
Actividad 8: Congreso Nacional sobre gestión empresarial en exportación de truchas	Se presentarán propuestas de mejora sobre la exportación de este producto a nivel de experiencias de crianza nacionales

Plan de actividades y cronograma

Tabla 7

Actividades y cronograma de la alternativa 1

Nro.	Actividad	Inicio	Días	Fin	Logro parcial	Responsable/s
1	Actividad 1: Jornadas de concientización sobre la importancia de la exportación de truchas	01/01/2020	10	11/01/2020	Los criadores de Trucha tendrán conocimiento de la importancia de la exportación de su producto	Comisión de criadores
2	Actividad 2: Capacitación sobre gestión comercial relacionado con infraestructura de piscigranjas	12/01/2020	10	22/01/2020	Compromiso para la adquisición de las nuevas piscigranjas	Criadores - Asesores de venta
3	Actividad 3: Capacitación sobre gestión comercial relacionado con crianza de otras especies ictiológicas	23/01/2020	10	02/02/2020	Los empresarios podrán tener nuevas posibilidades de criar otras especies ictiológicas	Comisión de criadores
4	Actividad 4: Exposición de modelos de piscigranjas con mayor capacidad de especies	03/02/2020	10	13/02/2020	La exposición se difundirá a nivel nacional	Criadores de Truchas
5	Actividad 5: Charlas nutricionales en postas médicas y escuelas sobre el consumo de truchas	14/02/2020	15	29/02/2020	Se difundirá a la comunidad los beneficios del consumo de Truchas	Comisión de imagen institucional
6	Actividad 6: Concurso público para escoger un logo empresarial relacionado con el consumo nutricional de truchas	01/03/2020	5	06/03/2020	La población participará en el diseño del logo empresarial con creatividad e innovación	Comisión de concurso
7	Actividad 7: Promoción de investigaciones universitarias sobre gestión comercial de consumo de truchas	07/03/2020	18	25/03/2020	El fomento de investigaciones y su sistematización en una publicación traerá nuevos estudios	Comisión de proyección a la comunidad
8	Actividad 8: Congreso Nacional sobre gestión empresarial en exportación de truchas	26/03/2020	15	10/04/2020	Se difundirá en el mundo académico la importancia exportadora de las Truchas	Comisión de proyección a la comunidad

Plan de contingencia

La presencia de un grupo consultor externo para que realice la implementación planificada en caso que las actividades no puedan ser desarrolladas por los responsables. La propuesta debe mantenerse tal como se elaboró, sin embargo, es flexible para la adecuación de nuevas actividades que apoyen el desarrollo de la gestión comercial en relación con el consumo de truchas.

Presupuesto

Tabla 8

Presupuesto de la alternativa 1

Actividades	Descripción	Precio	Cantidad	Total
Actividad 1	Alquiler de laptop y multimedia	600	2	s/ 1200
	Alquiler de local	1300	1	s/1300
	Útiles de escritorio diversos	10	100	s/ 1000
	Pack de refrigerios personales	10	100	s/ 1000
Actividad 2	Alquiler de laptop y multimedia	600	2	s/ 1200
	Alquiler de local	1300	1	s/1300
	Útiles de escritorio diversos	10	100	s/ 1000
	Refrigerios naturales	5	100	s/ 500
	Personal de apoyo	350	3	s/1050
Actividad 3	Alquiler de laptop y multimedia	600	2	s/ 1200
	Alquiler de local	1300	1	s/1300
	Útiles de escritorio diversos	10	100	s/ 1000
	Refrigerios naturales	5	100	s/ 500
	Personal de apoyo	350	3	s/1050
Actividad 4	Anfitrionas	500	10	s/ 5000
	Útiles de escritorio diversos	10	500	s/ 5000
	Pack de refrigerios	10	500	s/5000
	Personal de apoyo	300	10	s/3000
	Alquiler de local	1000	1	s/1000
Actividad 5	Capacitadores	1000	4	s/ 4000
	Útiles de escritorio diversos	10	100	s/ 1000
	Refrigerios naturales	5	200	s/1000
	Personal de apoyo	300	2	s/600
Actividad 6	Jueces revisores	500	4	s/2000
	Soporte virtual	1500	1	s/1500
	Personal de apoyo	400	6	s/2400
	Premios	250	2	s/500
	Alquiler de local	1000	1	s/1000
Actividad 7	Jueces revisores	500	4	/2000
	Soporte virtual	1500	1	s/1500
	Personal de apoyo	400	6	s/2400
	Premio en efectivo	2000	3	s/6000
	Obsequios	400	3	s/1200
Actividad 8	Ponentes nacionales	700	5	s/ 3500
	Coordinador	800	1	s/800
	Maestro de ceremonia	500	2	s/1000
	Refrigerios	10	200	s/2000
	Personal de apoyo	200	10	s/2000
	Trípticos informativos	2	500	s/1000
TOTAL GENERAL				s/ 121 550.00

Alternativa 2

Objetivo de la propuesta

Diseñar campañas de publicidad y marketing local e internacional sobre la exportación y preferencia por el consumo de truchas.

Justificación general de la propuesta

La presente alternativa se justifica en diseñar una llamativa campaña de publicidad y marketing para mostrar las propiedades y bondades del consumo de truchas en el mercado local y poder competir después en el exterior. Además, permitirá la mejora de las estrategias de marketing en relación con la innovación comercial en la exportación de las truchas.

Desarrollo de la propuesta

Tabla 9

Actividades y justificación de la alternativa 2

Actividades	Justificación
Actividad 1: Estudio de mercado sobre la preferencia de consumo de pescados y sus derivados	Se reflexionará sobre la importancia del estudio del mercado empresarial, así como las ventajas nutricionales del consumo de Truchas.
Actividad 2: Fomento en el uso de estrategias de publicidad física hacia los consumidores	Se implementará el uso de estrategias físicas publicitarias mediante la elaboración de propuestas visuales que permita evidenciar los beneficios del consumo de Truchas.
Actividad 3: Fomento en el uso de estrategias de publicidad virtual hacia los consumidores	Se implementará el uso de estrategias virtuales publicitarias mediante la elaboración de propuestas viables que permita evidenciar las propiedades del consumo de truchas.
Actividad 4: Elaboración de un spot publicitario con la marca Perú para el consumo de Truchas a nivel local e internacional	Mediante el spot se pretende dar a conocer los beneficios del producto y familiarizar su consumo e identificación nacional.
Actividad 5: Visita y aporte testimonial de criadores extranjeros de productos ictiológicos	Se compartirá testimonios exitosos extranjeros con el propósito de mejorar las estrategias publicitarias hacia el consumidor.
Actividad 6: Concurso gastronómico escolar: La receta escondida en preparación de platos	Se fomentará la creatividad e innovación emprendedora en los estudiantes al elaborar recetas de preparación de Truchas
Actividad 7: Elaboración de platillos gastronómicos con truchas en una feria proyectada a la comunidad	Se compartirá las recetas mediante la preparación de los platillos en una feria dirigida a la comunidad consumidora del producto.
Actividad 8: Jornada de intercambio de experiencias entre criadores nacionales	Se desarrollarán diálogos presenciales y virtuales mediante la interacción con diversos productores en plataformas informáticas

Plan de actividades y cronograma

Tabla 10

Actividades y cronograma de la alternativa 2

Nro.	Actividad	Inicio	Días	Fin	Logro parcial	Responsable/s
1	Actividad 1: Estudio de mercado sobre la preferencia de consumo de pescados y sus derivados	01/01/2020	10	11/01/2020	Se conocerán preferencias e índice de consumo de especies ictiológicas	Equipo de Marketing
2	Actividad 2: Fomento en el uso de estrategias de publicidad física hacia los consumidores	12/01/2020	5	17/01/2020	Se diseñarán estrategias visuales de publicidad	Equipo de Imagen Institucional
3	Actividad 3: Fomento en el uso de estrategias de publicidad virtual hacia los consumidores	18/01/2020	10	28/01/2020	Se diseñarán estrategias virtuales de publicidad	Equipo de Imagen Institucional
4	Actividad 4: Elaboración de un spot publicitario con la marca Perú para el consumo de Truchas a nivel local e internacional	29/01/2020	12	10/02/2020	Se difundirá los beneficios de consumir truchas y se identificará el producto como peruano	Equipo de Marketing e Imagen Institucional
5	Actividad 5: Visita y aporte testimonial de criadores extranjeros de productos ictiológicos	11/02/2020	15	26/02/2020	Se dialogará con personas emprendedoras y se conocerán testimonios significativos	Equipo de Imagen Institucional y criadores de Truchas
6	Actividad 6: Concurso gastronómico escolar: La receta escondida en la preparación de platillos en base de Truchas	27/02/2020	5	03/03/2020	Loa estudiantes volcaran su creatividad en la elaboración de recetas en base de Truchas	Equipo de Imagen Institucional y criadores de Truchas
7	Actividad 7: Elaboración de platillos gastronómicos con truchas en una feria proyectada a la comunidad	04/03/2020	18	22/03/2020	Se difundirá el consumo de Truchas con la feria y se probaran platillos gratis	Equipo de Imagen Institucional y criadores de Truchas
8	Actividad 8: Jornada de intercambio de experiencias entre criadores nacionales	23/03/2020	25	17/04/2020	Se podrá contar con experiencias locales y la presencia gubernamental	Equipo de Marketing e Imagen Institucional

Plan de contingencia

El apoyo del sector privado en las campañas publicitarias será fundamental para mostrar la cohesión entre criadores e inversionistas puesto que el interés por afianzar el consumo de Truchas permitirá nuevas oportunidades crediticias. Por ello, su inserción en las actividades de proyección a la comunidad. En caso los criadores extranjeros no pudiesen asistir se pretende realizar un dialogo virtual con el propósito de conocer las experiencias de crianza de estos productos.

Presupuesto

Tabla 11

Presupuesto de la alternativa 2

Actividades	Descripción	Precio	Cantidad	Total
Actividad 1	Encuestadores	150	25	s/3750
	Soporte virtual	1500	1	s/1500
	Procesadores de información	500	2	s/ 1000
	Útiles de escritorio diversos	10	50	s/ 500
	Pack de refrigerios	10	50	s/ 500
	Personal de apoyo	300	6	s/1800
Actividad 2	Capacitadores	500	2	s/1000
	Soporte Virtual	1500	1	s/1500
	Útiles de escritorio diversos	10	50	s/500
	Agua de mesa personal	2	50	s/100
	Refrigerio Natural	5	50	s/250
Actividad 3	Capacitadores	500	2	s/1000
	Soporte Virtual	1500	1	s/1500
	Útiles de escritorio diversos	10	50	s/500
	Agua de mesa personal	2	50	s/100
	Refrigerio Natural	5	50	s/250
Actividad 4	Productores televisivos	2500	4	s/10000
	Soporte virtual	1500	1	s/1500
	Movilidad	250	2	s/500
	Refrigerios	10	100	s/1000
	Actores	1500	10	s/15000
	Alquiler de locaciones	2500	3	s/7500
Actividad 5	Criadores extranjeros	3500	4	s/14000
	Soporte virtual	1500	1	s/1500
	Trípticos informativos	3	100	s/300
	Refrigerios	10	100	s/1000
	Personal de apoyo	300	10	s/3000
	Publicidad Física	600	1	s/600

Actividad 6	Publicidad Virtual	600	1	s/600
	Jueces revisores	1000	2	s/ 2000
	Útiles de escritorio diversos	10	50	s/ 500
	Refrigerios	6	100	s/600
	Personal de apoyo	300	2	s/600
	Premios	100	3	s/300
Actividad 7	Maestro de ceremonia	500	1	s/500
	Alquiler de local	800	1	s/800
	Anfitrionas	500	10	s/ 5000
	Chefs	700	2	s/1400
	Útiles de escritorio diversos	10	100	s/ 1000
	Pack de refrigerios	10	100	s/1000
	Personal de apoyo	300	10	s/3000
	Alquiler de stands	250	10	s/2500
Actividad 8	Ponentes académicos	2000	4	s/ 8000
	Coordinador	700	1	s/700
	Maestro de ceremonia	500	1	s/500
	Refrigerios	10	200	s/2000
	Personal de apoyo	200	10	s/2000
	Trípticos informativos	2	500	s/1000
	Camarógrafo para grabación de la sesión	400	1	s/400
TOTAL GENERAL				s/ 110 550

Alternativa 3

Objetivo de la propuesta

Fomentar la asociatividad de los criaderos de truchas mediante la reflexión y concientización empresarial para la exportación a nuevos mercados.

Justificación general de la propuesta

La alternativa se justifica en reflexionar y concientizar en los criadores de truchas la necesidad para que se asocien y puedan competir como una corporación empresarial en el exterior. Además, permitirá la mejora de la comunicación asertiva, el liderazgo empresarial, el trabajo en equipo y el conocimiento del derecho empresarial corporativo en la exportación de productos alimenticios naturales como las truchas.

Desarrollo de la propuesta

Tabla 12

Actividades y justificación de la alternativa 3

Actividades	Justificación
Actividad 1: Campaña gratuita de fomento de la asociatividad de criadores de Truchas	Se tomará conciencia de la importancia de asociarse entre criadores con el propósito de exportar a diferentes mercados internacionales.
Actividad 2: Campaña publicitaria: Impulsando la unión empresarial entre los criadores de Truchas	Se fomentará en la opinión pública la necesidad imperiosa de asociarse para competir en corporación con sus pares extranjeros.
Actividad 3: Inscripción de nuevos socios al comité de criadores de truchas	Se fortalecerá la integración de nuevos socios y podrán emerger nuevos liderazgos empresariales.
Actividad 4: Formación del comité de damas de esposas de los criadores de Truchas.	Se fortalecerá la asociación con el apoyo de las esposas con el propósito de relacionarlo como una familia
Actividad 5: Organización del directorio de la asociación de criadores de Truchas	Se fomenta la organización de los asociados mediante la planeación estratégica de sus funciones.
Actividad 6: Formación de comisiones de trabajo entre los asociados de criadores de Truchas	Se fortalecerá las cualidades del asociado insertándolo en comisiones de trabajo afines a su desempeño profesional.
Actividad 7: Capacitación sobre derecho comercial y exportación internacional entre los asociados	Se podrá desarrollar las capacidades empresariales corporativas que benefician las exportaciones de las Truchas.
Actividad 8: Taller de comunicación asertiva y trabajo en equipo entre los asociados	Se fomenta las relaciones armoniosas y comunicación asertiva entre los asociados y demás colaboradores.

Plan de actividades y cronograma

Tabla 13

Actividades y cronograma de la alternativa 3

Nro.	Actividad	Inicio	Días	Fin	Logro parcial	Responsable/s
1	Actividad 1: Campaña gratuita de fomento de la asociatividad de criadores de Truchas	01/01/2020	10	11/01/2020	Los criadores no asociados tendrán conocimiento de los beneficios de asociarse	Impulsadores y encuestadores
2	Actividad 2: Campaña publicitaria: Impulsando la unión empresarial entre los criadores de Truchas	12/01/2020	5	17/01/2020	Se afianza la importancia de asociatividad a nivel nacional	Equipo televisivo contratado y criadores asociados
3	Actividad 3: Inscripción de nuevos socios al comité de criadores de truchas	18/01/2020	10	28/01/2020	Número mayor de nuevos asociados	Comisión de inscripción
4	Actividad 4: Formación del comité de damas de esposas de los criadores de Truchas.	29/01/2020	12	10/02/2020	Identidad familiar con la asociatividad	Comisión de inscripción
5	Actividad 5: Organización del directorio de la asociación de criadores de Truchas	11/02/2020	15	26/02/2020	Formación de un directorio tras el proceso de inscripción	Criadores asociados
6	Actividad 6: Formación de comisiones de trabajo entre los asociados de criadores de Truchas	27/02/2020	5	03/03/2020	Distribución de funciones de los nuevos asociados	Directorio de los nuevos asociados
7	Actividad 7: Capacitación sobre derecho comercial y exportación internacional entre los asociados	04/03/2020	18	22/03/2020	Mayor conocimiento de temáticas relacionadas con la exportación	Comisión de imagen institucional
8	Actividad 8: Taller de comunicación asertiva y trabajo en equipo entre los asociados	23/03/2020	25	17/04/2020	Se afianza la comunicación y el trabajo en equipo entre los asociados	Comisión de imagen institucional

Plan de contingencia

Las actividades de integración permiten una incipiente asociatividad y con las dinámicas vivenciales beneficia en gran medida la cohesión grupal de los criaderos de Truchas. Sin lugar a dudas las acciones que fomenten la asociación de nuevos criaderos de especies ictiológicas son significativas porque a mayor número de inscritos se podrá cubrir la demanda solicitada no solo en el mercado nacional sino internacional.

Presupuesto

Tabla 14

Presupuesto de la alternativa 3

Actividades	Descripción	Precio	Cantidad	Total
Actividad 1	Alquiler de laptop y multimedia	500	1	s/500
	Alquiler de local	800	1	s/800
	Capacitadores	1000	2	s/ 2000
	Útiles de escritorio	10	50	s/ 500
	Refrigerios	6	100	s/600
	Personal de apoyo	300	2	s/600
Actividad 2	Capacitadores	500	2	s/1000
	Soporte Virtual	1500	1	s/1500
	Útiles de escritorio	10	50	s/500
	Agua de mesa personal	2	100	s/200
	Refrigerio Natural	5	100	s/500
Actividad 3	Capacitadores	500	2	s/1000
	Soporte Virtual	1500	1	s/1500
	Útiles de escritorio	10	50	s/500
	Agua de mesa personal	2	100	s/200
	Refrigerio Natural	5	100	s/500
Actividad 4	Capacitadores	2000	2	s/4000
	Soporte virtual	1500	1	s/1500
	Trípticos informativos	2	100	s/200
	Refrigerios	10	100	s/1000
Actividad 5	Capacitadores	2000	2	s/4000
	Soporte virtual	1500	1	s/1500
	Trípticos informativos	2	100	s/200
	Refrigerios	10	100	s/1000
Actividad 6	Alquiler de laptop y multimedia	500	1	s/500
	Alquiler de local	800	1	s/800
	Capacitadores	1000	2	s/ 2000
	Útiles de escritorio	10	50	s/ 500
	Refrigerios	10	100	s/1000
	Personal de apoyo	300	2	s/600

Actividad 7	Alquiler de laptop y multimedia	500	1	s/500
	Alquiler de local	800	1	s/800
	Capacitadores	1000	2	s/ 2000
	Útiles de escritorio	10	50	s/ 500
	Refrigerios	10	100	s/1000
	Personal de apoyo	300	2	s/600
Actividad 8	Alquiler de laptop y multimedia	500	1	s/500
	Alquiler de local	800	1	s/800
	Capacitadores	1000	2	s/ 2000
	Útiles de escritorio	10	50	s/ 500
	Refrigerios	10	100	s/1000
	Personal de apoyo	300	2	s/600
TOTAL GENERAL				s/ 33000

IV. DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Discusión

La calidad de vida laboral es un proceso progresivo de mejora de acuerdo a los estándares establecidos por el Estado Peruano y en base al respeto de los derechos humanos laborales (Ministerio de la Producción, 2019). Sin embargo, en el caso de las piscigranjas en la mayoría de regiones del interior del país la legislación laboral es inexistente o se ciñe a lo que determine el dueño de las piscigranjas artesanales. Las condiciones de laborales son incipientes con una infraestructura tradicional que no se renueva y atina a criar un número determinado que no logra abastecer el consumo en temporadas altas de predilección alimenticia. La exportación de truchas es una oportunidad empresarial importante para acrecentar la presencia comercial nacional en el mundo, pero sin las condiciones de trabajo pertinentes ni con una asociación formal de criadores es inviable pensar que la exportación de este recurso salmónido tienda a subir y muy por el contrario las importaciones asiáticas y norteamericanas terminarían por monopolizar el mercado nacional en perjuicio de los criadores nacionales en los años venideros.

El bienestar laboral se expresa en situaciones de mejora de los trabajadores, programas sociales, ofrecimientos de prestaciones, modificación de las condiciones de trabajo para el mejoramiento de la calidad de vida laboral (Barley y Kunda, 1992). En el caso de los criadores de Truchas, las condiciones de trabajo son regulares, puesto que muchos de los negocios carecen de formalismo ni asociatividad de empresarios del rubro. En ese sentido, un ambiente laboral turbio y solo regido por la voluntad del empleador traerá resultados poco convincentes en productividad. La mayoría de piscigranjas son negocios tradicionales cuyos empleados según Apaza (2019) carecen de capacitación técnica y solo realizan actividades de mantenimiento que incluye la alimentación de los peces o acciones de limpieza del entorno sin intervenir en la gestión empresarial o en la toma de decisiones organizacionales. Esto se corrobora con la pregunta de la encuesta ¿Han recibido alguna charla o capacitación por parte del estado peruano, con respecto al trabajo de la venta y exportación de truchas?; un considerable 40% indican que

a veces reciben capacitaciones y charlas; y un preocupante 10% indican que nunca recibieron ese tipo de orientaciones técnicas por parte del Estado. Sólo se fomenta capacitaciones y orientaciones técnicas a través de entidades como PNIPA creado por PROMPERÚ.

Con respecto a los condiciones y capacidades laborales, es un punto crítico considerable el desconocimiento de las bondades del consumo de trucha. Se indica que el cliente en un 27% y el 50% manifiestan que nunca y casi nunca respectivamente, conoce las propiedades y ventajas del consumo de truchas. El apoyo del sector privado en las campañas publicitarias y marketing de las bondades del consumo de truchas será fundamental como propuesta para mostrar la cohesión entre criadores e inversionistas puesto que el interés por afianzar el consumo de truchas permitirá nuevas oportunidades crediticias. Esto se corrobora con los estudios de Pari y Mamani (2019) realizado en el contexto puneño quienes mostraron que el consumo de esta especie ictiológica es una vez por mes a nivel personal y los factores de este ínfimo resultado se direccionan no solo al precio sino al desconocimiento de sus propiedades alimenticias y a las pocas piscigranjas dedicadas a la crianza de los mismos en la región. De la misma manera Ankamah-Yeboah, Jacobsen, Olsen, Nielsen, y Nielsen (2019), señalan que la mayoría de los consumidores presentan resultados positivos en relación con los productos ictiológicos y las preferencias por pescado etiquetado orgánico como las truchas, se traduce en una disposición adicional promedio para pagar un precio concertado, ante eso es importante conocer sus potencialidades como alimento diario.

Otro de los problemas álgidos es la ausencia de una asociatividad, vital para mejorar los índices de exportación a mercados. Asimismo, la asociación incluye las condiciones laborales y de infraestructura de los productos ictiológicos que se cría para la venta interna y externa. Así, la conducción gerencial de las piscigranjas y el cumplimiento de las condiciones laborales con los colaboradores de su organización están anexadas hacia objetivos de calidad de productos y servicios. Por eso la alternativa de solución de este estudio se justifica en reflexionar y concientizar en los criadores de truchas la imperiosa necesidad para que se asocien y puedan competir como una corporación empresarial en el exterior. Además, permitirá la mejora de la

comunicación asertiva, el liderazgo empresarial, el trabajo en equipo y el conocimiento del derecho empresarial corporativo en la exportación de productos alimenticios naturales como las truchas.

Al respecto del desarrollo sostenible; y en base al indicador productividad, no se cuenta con la infraestructura y equipo perfeccionados para ampliar la producción y cubrir la demanda, eso se relaciona con el indicador abastecimiento, a pesar de la cantidad de toneladas con la que se abastece el mercado de Ayacucho y Huancavelica; contando con camiones frigoríficos *thermo king* para transportar la importación de ovas y peces, pero son insuficientes. Estos resultados se complementan con lo expuesto por Kleeberg (2019) quien realizó un análisis exhaustivo de la problemática de acuicultura y tuvo como propósito examinar el abastecimiento de alimentos en la acuicultura, exponiendo experiencias descriptivas y cualitativas que han puesto de relieve la preocupación por comprometer a las autoridades gubernamentales el apoyo a la mejora de las condiciones de la acuicultura en el país. Por eso es importante como propuesta fortalecer las capacidades de gestión empresarial para la mejora de la infraestructura de la crianza de truchas en beneficio de la comunidad de Choclococha.

4.2 Conclusiones

Primera : Se propuso estrategias de mejora de la calidad de vida laboral en el comercio y producción de truchas, que permita no solo fomentar el consumo de las truchas, sino que se transforme en un producto de bandera nacional y que abastezca a un número mayor de consumidores y que sirva de referencia para la exportación de otros productos salmónidos hacia diversos países del mundo y esto sea en beneficioso a los criadores, productores y empresarios locales.

Segunda : Se diagnosticó tres ejes problemáticos, luego de una interpretación de datos cuantitativos y un análisis de información cualitativa, determinantes en la calidad de vida laboral de los trabajadores, exportadores y consumidores de trucha: la producción de las piscigranjas no abastece al mercado de consumidores, que el cliente no conoce las propiedades y bondades de consumir truchas, y los socios de truchas no están asociados ni conocen las ventajas de una asociatividad.

Tercera : Se diseñó una propuesta viable y factible basada en tres alternativas de solución concretas direccionadas para solucionar los ejes problemáticos: una efectiva gestión empresarial para la mejora de la infraestructura de crianza de las truchas, la elaboración de campañas publicitarias informando de las propiedades y beneficios del consumo de truchas y el desarrollo de una campaña de reflexión y sensibilización sobre la importancia de la asociatividad de criadores de truchas.

4.3 Recomendaciones

Primera: Se recomienda a los acuicultores de Choclococha aplicar la propuesta en las diversas piscigranjas de la zona ubicada en el departamento de Huancavelica en coordinación entidad privadas y apoyo estatal.

Segunda: Se aconseja al gerente de la piscifactoría Sánchez fomentar la especialización de los colaboradores y productores de esta empresa de acuicultura; para que conozcan sobre marketing, exportación, importación, certificación, infraestructura, control de calidad y otros aspectos de mejora empresarial.

Tercera: Se sugiere a la municipalidad de Choclococha – Huancavelica fomentar las mejoras en las condiciones de trabajo y consolidar una asociación formal de criadores para el progreso de la producción y ventas y encaminar la exportación de este recurso ictiológico al mercado internacional.

REFERENCIAS

- Alfnes, F., Chen, X., & Rickertsen, K. (2018). Labeling Farmed Seafood: A Review. *Aquaculture Economics and Management* 22(1), 1–26. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/13657305.2017.1356398>
- Álvarez, J., & Ward, D. (2019). Predation on wild and hatchery salmon by non-native brown trout (*Salmo trutta*) in the Trinity River, California. *Ecology of Freshwater Fish*, 28(4), 573-585. Recuperado de <https://doi.org/10.1111/eff.12476>
- Ancassi, D. (2016). *Estimación de la vida útil del filete y ahumado de trucha (Oncorhynchus mykiss) envasado al vacío*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional del Altiplano. Puno. Recuperado de http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/5645/Ancassi_Huanca_Walter_D_avid.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ankamah-Yeboah, I., Jacobsen, J., Olsen, S., Nielsen, M., & Nielsen, R. (2019). The Impact of Animal Welfare and Environmental Information on the Choice of Organic Fish: An Empirical Investigation of German Trout Consumers. *Marine Resource Economics*, 34(3), 247-266. Recuperado de <https://doi.org/10.1086/705235>
- Apaza, I. (2019). *Características socioeconómicas del ingreso de las familias productoras de trucha del distrito de Chucuito en el año 2018*. (Tesis de Maestría). Universidad Nacional del Altiplano. Puno. Recuperado de <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/12029>
- Asche, F. (2008). Farming the Sea. *Marine Resource Economics* 23(4), 527–47.
- Barbecho, P., & Jara, C. (2019). *Aplicación del proceso de la técnica de ahumado empírico-artesanal en trucha y tilapia para uso en recetas ecuatorianas* (Título de Licenciatura). Universidad de Cuenca. Ecuador. Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/32444/3/Trabajo%20de%20titulaci%C3%B3n.pdf>
- Barley, S. R., & Kunda, G. (1992). Design and devotion: Surges of rational and normative ideologies of control in managerial discourse. *Administrative science quarterly*, 363-399.

- Barriga-Sánchez, M., Churacutipa, M., & Salas, A. (2019). Elaboración de ensilado biológico a partir de residuo crudo de trucha arco iris (*Oncorhynchus mykiss* (Walbaum, 1792) en Puno, Perú. *Ecología Aplicada*, 18(1), 37-44. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.21704/rea.v18i1.1304>
- Behar, D. (2008). *Metodología de la investigación*. Argentina: Shalom.
- Berger C. (2015). *La acuicultura, una opción productiva de trascendencia. Organización en Pro del desarrollo sostenible de la acuicultura en el Perú*. Lima: Pro - Acuicultura
- Bernal, C. (2010) *Metodología de la investigación*. Tercera edición. Pearson Educación: Colombia.
- Brack A. (2012). *La alimentación en la Amazonia peruana*. Lima: Bruño Ediciones.
- Brue, S., & Grant, R. (2009). *Historia del pensamiento económico*. (7 ed. Ed). México: Cengage.
- Brumm, K., Jonas, J., Prichard, C., Watson, N., & Pangle, K. (2018). Land cover influences on juvenile Rainbow Trout diet composition and condition in Lake Michigan tributaries. *Ecol Freshw Fish*. 28, 11–19. Recuperado de <https://doi.org/10.1111/eff.12422>
- Bulmer-Thomas, V. (1994). *The Economic History of Latin America since Independence*, second edition, Cambridge: Cambridge University Press.
- Carhuancho, I., Nolazco, F., Sicheri, L., Guerrero, M, y Casana, K. (2019). *Metodología para la investigación holística*. Guayaquil, Ecuador: UIDE.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento Humano*. México.: McGraw Hill
- Córdoba, L. (2015). *Técnicas de almacenamiento de alimentos de origen animal*. Madrid: Ideas propias S.L
- FAO (Food and Agricultural Organization of the United Nations) (2018). *The State of World Fisheries and Aquaculture 2018 - Meeting the Sustainable Development Goals*. Roma: FAO
- Fuentes, J. (2014). Evolución del régimen ambiental de la acuicultura en Chile. *Revista de Derecho de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso*, 42(1), 441-477. Recuperado de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/rdpucv/n42/a13.pdf>

- González, R. (2015). *Análisis y selección de mercados para la exportación de trucha de la especie arcoíris fresca o refrigerada de las piscigranjas de la región Puno*, (Tesis de Maestría). Universidad Católica Santa María. Arequipa. Recuperado de <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/2081/40.0999.CE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gonzales, B. (2011). Diferentes teorías del Comercio Internacional. *Revista Tendencias y nuevos desarrollos de la teoría económica*. 858(1), 103-117. Recuperado de http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_858_103118_9F7A85DC90A777675E3E806341418974.pdf
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014) *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). Ciudad de México, México: McGraw-Hill/Interamericana Editores.
- Hurtado, J. (2010) *Metodología de la Investigación*. Caracas: Venezuela: Fundación Sypal.
- Honkanen, P., & Olsen. S. (2014). Environmental and Animal Welfare Issues in Food Choice: The Case of Farmed Fish. *British Food Journal* 111(3), 293–309. Recuperado de [10.1108/00070700910941480](https://doi.org/10.1108/00070700910941480)
- Jiménez, D., Llerena, T., & Salva, D. (2019). Elaboración de una conserva a partir de carne mecánicamente recuperada de trucha arco iris (*Oncorhynchus mykiss*) y su caracterización fisicoquímica y sensorial. *Agroindustrial Science*, 9(1), 93-98. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7023242>.
- Kleeberg, F. (2019). *Productividad y competitividad del sector acuícola en el Perú*. Santiago: Cieplan
- Kupsala, S., Jokinen, P., & Vinnari, M. (2013). Who Cares About Farmed Fish? Citizen Perceptions of the Welfare and the Mental Abilities of Fish. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* 26(1), 119–35. Recuperado de http://www.academia.edu/1237406/Who_Cares_about_Farmed_Fish_Citizen_Perceptions_of_the_Welfare_and_the_Mental_Abilities_of_Fish .
- Kuramoto, R. (2008). *Integración de los pequeños productores de trucha con los mercados externos: ¿una meta lejana? Informe final. Programa Comercio y Pobreza en Latinoamérica*. Lima: Consorcio de Investigación Económica y Social.

- Lasner, T., Brinker, A., Nielsen, R., & Rad, F. (2017). Establishing a Benchmarking for Fish Farming—Profitability, Productivity and Energy Efficiency of German, Danish and Turkish Rainbow Trout Grow-Out Systems. *Aquaculture Research* 48(6), 3134–48. Recuperado de <https://doi.org/10.1111/are.13144>
- Lerma, A., & Márquez, E. (2010). *Comercio y Marketing Internacional*. México: Cengage Learning
- Llorente García, I. (2013). *Análisis de competitividad de las empresas de acuicultura. Aplicaciones empíricas al cultivo de la dorada (Sparus aurata) y la lubina (Dicentrarchus labrax)*. (Tesis Doctoral). Universidad de Cantabria. Santander. Recuperado de: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/130967/Tesis%20ILG%20y%20Adenda.pdf?sequence=1>
- Luo, M., Madenjian, C., Diana, J., Kornis, M., & Bronte, C. (2019). Shifting Diets of Lake Trout in Northeastern Lake Michigan. *North American Journal of Fisheries Management*, 39(4), 793-806. Recuperado de <https://doi.org/10.1002/nafm.10318>
- Manthey-Karl, M., Ostermeyer, U., Altinelataman C., Çelik, & Oehlenschläger, J. (2014). Chemical composition, cholesterol, trace metals and amino acid composition of different canned fish products produced and sold in turkey. *Journal of Fisheries Sciences* 8(1), 18-26.
- Mariano, M. (2015). *Evaluación de lagunas alto andinas sometidas a truchicultura intensiva en jaulas: recuperación y manejo sustentable*. (Tesis de Doctorado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima. Recuperado de <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/9179?show=full>
- Matute, G., Barrón, E., Morán, A., Murillo, J., & Rivera, J. (2008). *Truchicultura en la región Puno*. Lima: Serie Gerencia Global
- Mercado, S. (2000). *Comercio internacional: mercadotecnia internacional importación - exportación*. México, D.F.: Limusa.
- Miller, J., & Robison, H. (2014). *Fishes of Oklahoma*. Oklahoma: University of Oklahoma Press, Norman
- Ministerio de la Producción (2019). *Producción de trucha para consumo en estado fresco*. Lima: Minpro.

- Ministerio de la Producción (2019). *Producción del sector acuícola crecerá 6,8% durante el 2019*. Disponible en: <https://www.gob.pe/institucion/produce/noticias/26022-produce-produccion-del-sector-acuicola-crecera-6-8-durante-el-2019>
- Osorio, A., Wills, A., Muñoz, A. (2013). Caracterización de coproductos de la industria del fileteado de tilapia nilótica (*Oreochromis niloticus*) y trucha arcoíris (*Oncorhynchus mykiss*) en Colombia. *Revista de la Facultad de Medicina Veterinaria y de Zootecnia* 60(3), 182-195. Recuperado de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/remevez/article/view/42127/44066>
- Ovando, M. (2013) La acuicultura y sus efectos en el medio ambiente. *Espacio I+D Innovación más Desarrollo*, 2 (3), 61-80. Recuperado de <https://doi.org/10.31644/IMASD.3.2013.a04>
- Pascual, M., & Lancelotti, J. (2006). La producción e impacto del cultivo extensivo de trucha arco iris exótica en lagunas de la zona del Lago Strobel, provincia de Santa Cruz. *CENPAT-CONICET*, 1, 6, 1-19. Recuperado de http://www.repositorio.cenpat-conicet.gob.ar/bitstream/handle/123456789/355/RepTec_01-06_SPSC_GESA.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Pari, D., & Mamani, M. (2019). Consumo de *Orestias agassii* y *Orestias luteus* “Carachi” en la ciudad de Puno. *Revista De Investigación Universitaria, Universidad de Ucayali*, 9(1), 149-159. Recuperado de <http://revistas.unu.edu.pe/index.php/iu/article/viewFile/106/83>.
- Porter, M. (1996). *La Ventaja Competitiva*. (12. Ed). México: Compañía editorial Continental S.A.
- Quispe, C. (2019). *Evaluación del impacto ambiental de Trucha Oncorhynchus mykiss cultivada en forma extensiva en la Laguna Suches de la Región Tacna*. (Tesis de Maestría). Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. Tacna. Recuperado de <http://repositorio.unjbg.edu.pe/handle/UNJBG/3722>
- Sajriawati, M., Amir, A., Elviana, S., & Kadir, R. (2019). Financial analysis of coral trout grouper (*Plectropomus leopardus*) in Gusung Island, Selayar archipelago regency. *IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science* 343, 1-5. Recuperado de <https://doi.org/10.1088/1755-1315/343/1/012163>

- Shoup, D., & Lane, W. (2015). Effects of turbidity on prey selection and foraging return of adult Largemouth Bass in reservoirs. *North American Journal of Fisheries Management* 35, 913–924. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/02755947.2015.1067260>
- Snow, R., Shoup, D., Porta, M., & Patterson, C. (2019). Effects of Wintertime Stocking of Rainbow Trout on the Forage Community of an Oklahoma Impoundment. *North American Journal of Fisheries Management*, 39, 289–298. Recuperado de http://nrem.okstate.edu/shouplab/Publications/PDF%20files/Snow_et_al-2019-Trout_effects_on_forage_community_in_Etling.pdf.
- Somer M. (2014). Acuicultura Insostenible en Chile. *Revista electrónica de Veterinaria*, 10 (3), 1-23. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/467/46725267007.pdf>
- Steinberg, F. (2004). *La nueva teoría del comercio internacional y la política comercial estratégica*. Madrid; Eudemet.
- Trade Map (2017). *Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas*. Disponible en <https://www.trademap.org/Index.aspx>
- Thorp, R. (2007). *Industrialización y Estado en América Latina: la leyenda negra de la posguerra*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Valdez, C., & Vargas, M. (2015). *Evaluación de ciclo de vida en el cultivo de trucha (oncorhynchus mykiss) en la empresa piscifactoría Peña S.A.C.* (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional Agraria La Molina. Lima. Recuperado de <http://repositorio.lamolina.edu.pe/handle/UNALM/2723>
- Vivas, E. (2015). *Técnica del ahumado*. Bariloche, Argentina: MWS
- Yapuchura, A. (2016). *Producción y comercialización de truchas en el departamento de Puno y nuevo paradigma de producción*. (Tesis de Magister). Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima. Recuperado de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/2674/Yapuchura_sa.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Zambrano, C. (1995) *Administración del comercio internacional*. San José: EUNED

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de la investigación

Problema general	Objetivo general	Categoría 1: Oferta exportable			
		Sub categorías		Indicadores	
¿De qué manera se puede mejorar la calidad de vida laboral en base a la venta y producción de truchas en Choclococha, Huancavelica, 2020?	Proponer estrategias de mejora de la calidad de vida laboral para la venta, producción y exportación de truchas, en la comunidad de Choclococha, Huancavelica, 2020.	Bienestar laboral		Económico	
		Condiciones y capacidades laborales		Formación - Requerimiento	
				Conocimiento - Adversidad	
				Asociatividad	
		Desarrollo sostenible		Abastecimiento - Salubridad	
			Productividad - Especialización		
	Objetivos específicos	Tipo, nivel y método	Población, muestra y unidad informante	Técnicas e instrumento	Procedimiento y análisis de datos
	Diagnosticar la viabilidad de las estrategias de mejora de la calidad de vida laboral, mediante un diagnóstico y análisis de las condiciones de trabajo en relación al producto exportable natural. Diseñar una propuesta viable que permita mostrar las propiedades y beneficios al consumir la trucha Determinar los beneficios de la asociatividad entre acuicultores	Sintagma: Holístico Tipo: Proyectiva Nivel: Comprensivo Método: Inductivo y deductivo	Población: 320 sujetos Muestra: 40 consumidores y 3 empresarios y colaboradores Unidad informante: exportadores, colaboradores y consumidores	Técnicas: encuesta y entrevista Instrumentos: Cuestionario y guía de entrevista	Procedimiento: Validación, permiso y aplicación de los instrumentos Análisis de datos: En Excel, y ATLAS TI 8.

Anexo 2: Evidencias de la propuesta

Actividad 1: Fomento de las jornadas de concientización exportadora

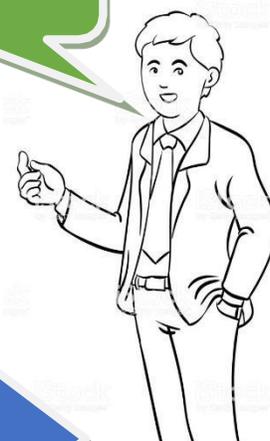


**DUDANDO EN INVERTIR
NOSOTROS TE
APOYAMOS**

**Jornadas gratuitas de concientización
empresarial para invertir y exportar**

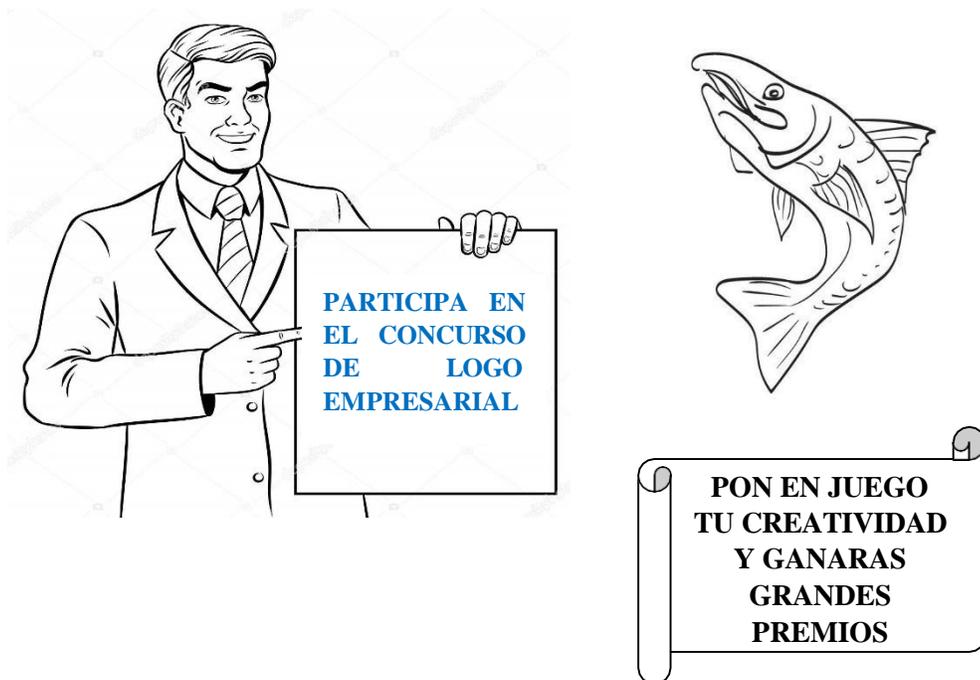
Actividad 2: Publicidad de la exposicion de piscigranjas

Ven con tu familia a la
exposición de piscigranjas



**MEJORES PISCIGRANJAS. MAYOR NUMERO
DE TRUCHAS= MAYOR GANANCIA**

Actividad 3: Publicidad del concurso de logo empresarial



Actividad 4: Afiche del Congreso Nacional



Actividad 5: Afiche de publicidad física



Actividad 6: Publicidad de la llegada de un criador exitoso internacional

Atención criadores

Acompáñame a este encuentro de criadores de Truchas

Próximamente en Lima. No te lo pierdas



Kyle Bates el empresario del 2018, criador artesanal de peces de Ohio (Usa)

Actividad 7:

Atención
escolar



PREMIO A LA INNOVADORA RECETA PARA
PREPARAR TRUCHAS

Actividad 8: Afiche publicitario de la feria gastronómica

9° FESTIVAL TURÍSTICO
28 Y 29 DE JUNIO

La Trucha de Oro 2013

Festival Gastronómico
Eventos Religiosos
Concursos: bote a remo y natación
Caminata
Ginkana
Festival musical
Feria artesanal
Danzas

Sausacocha te espera!

Actividad 8: Campaña de unión empresarial de asociación

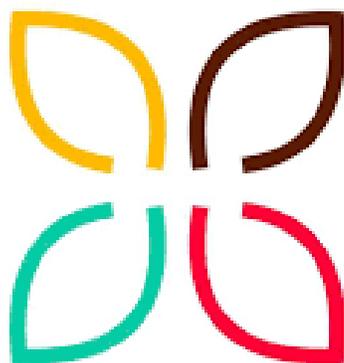


**NECESITAMOS
EMPRESARIOS
PREOCUPADOS
POR EL CAMBIO**

**UNETE A
NOSOTROS Y TU
NEGOCIO
CRECERA CON
INNOVACIÓN**

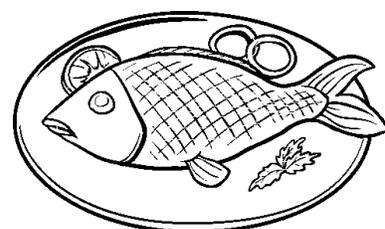
**SE UN CRIADOR EMPRENDEDOR. ACOMPAÑANOS A
EXPORTAR HACIA EL MUNDO GLOBAL**

Actividad 9: Formación del comité de damas de los criadores de Truchas



COMITÉ DE DAMAS

**Comprometidos con la sana
alimentación de la niñez**



**Apoyando la exportación de
Truchas para todo el mundo**

Actividad 10: Taller de trabajo en equipo y comunicación asertiva entre asociados



**TRABAJANDO EN EQUIPO ALEJAMOS LAS DUDAS DEL CONSUMIDOR Y
COMUNICANDONOS MEJOR PODREMOS EXPORTAR UN MAYOR NÚMERO DE TRUCHAS**

Anexo 3: Instrumento cuantitativo

CUESTIONARIO PARA EL INCREMENTO DE LAS EXPORTACIONES DE LAS PISCIGRANJAS DE HUANCVELICA, PERÙ

INSTRUCCIÓN: Estimado / estimada, este cuestionario tiene como objetivo investigar con respecto al incremento de exportaciones de la piscigranja en la cual labora. Dicha información es completamente anónima, por lo que le solicito responda todas las preguntas con veracidad a sus propias observaciones.

Sexo: Masculino () Femenino ()

Edad:

18-25 años () 26-35 años () 36 – 45 años () 46 años – a más ()

Tiempo laboral:

1 año – a menos () 2-5 años () 6 – 10 años () 11 años – a más ()

Puesto que labora en la empresa:

Gerente () Administrador () Colaborador ()

INDICACIONES: A continuación, se le presenta una serie de preguntas las cuales deberá Ud. responder, marcando una (x) la respuesta que considera correcta.

1	2	3	4
Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

ITEMS	ASPECTOS CONSIDERADOS	VALORACIÓN			
	SUB CATEGORÍA BIENESTAR LABORAL				
1	¿Estima que la inversión en la creación de la piscigranja es recuperada en un año?	1	2	3	4
2	¿Es rentable la venta de truchas?	1	2	3	4
3	¿Han recibido alguna charla o capacitación por parte del estado peruano, con respecto al trabajo de la venta y exportación de truchas?	1	2	3	4

4	¿Instituciones del estado acuden frecuentemente a estas piscigranjas a reunirse con los acuicultores?	1	2	3	4
SUB CATEGORÍA SITUACIONES Y CAPACIDADES LABORALES					
5	¿Se le presentó problemas al iniciarse como exportador de truchas?	1	2	3	4
6	¿Considera que la inadecuada preparación y su poca instrucción de las personas que se dedican a este negocio de truchas sea impedimento para incrementar las exportaciones?	1	2	3	4
7	¿Es fundamental conocer el ciclo y las etapas de crianza de trucha?	1	2	3	4
8	8. ¿El cliente conoce las propiedades y bondades de consumir trucha?	1	2	3	4
9	¿Está bien consolidada la asociatividad entre acuicultores?	1	2	3	4
SUB CATEGORÍA DESARROLLO SOSTENIBLE					
10	¿Considera usted importante la cantidad de truchas en cada piscigranja teniendo en cuenta su capacidad??	1	2	3	4
11	¿Actualmente, la producción de su piscigranja abastece todo su mercado?	1	2	3	4
12	¿No hay problemas en utilizar productos químicos en la piscigranja?	1	2	3	4
13	¿Es primordial contar con un profesional en zootecnia en el criadero?	1	2	3	4
14	¿Desarrolla usted seguimiento de diagnóstico de enfermedades en las truchas?	1	2	3	4
15	¿Realiza mantenimientos a la piscigranja cada determinado tiempo?	1	2	3	4

Muchas gracias

Anexo 4: Instrumento cualitativo

Ficha de entrevista

Datos básicos:

Cargo o puesto en que se desempeña	Gerente de Piscifactoría Sánchez
Nombres y apellidos	Julio Sánchez
Código de la entrevista	Entrevistado1
Fecha	
Lugar de la entrevista	Plaza de armas de Choclococha - Huancavelica

Nro.	Preguntas de la entrevista
1	¿Cuánto es la inversión para la creación de un criadero de truchas? ¿Es rentable?
2	¿Cuál es el apoyo que brinda el estado o entidades privadas para la producción y comercialización de truchas?
3	¿Cuáles son las complicaciones o impedimentos que se le ha presentado para poder exportar?
4	¿Consideraría la idea de agruparse con otros criaderos de truchas para poder aumentar la producción y así lograr incrementar las exportaciones?
5	¿Cómo se conforma el proceso de crianza, producción, comercialización y/o exportación de la trucha?
6	¿Cuáles son sus principales mercados actualmente y cuáles se proyecta a un futuro?
7	¿Qué insumos o productos se necesita para mantener en buen estado las piscigranjas?
8	¿Qué medidas de seguridad y salubridad cuenta el criadero de truchas?

Observaciones

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

Anexo 5: Base de datos

Nro.	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15
1	5	3	4	5	4	3	5	5	5	3	1	1	5	4	2
2	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	1	1	4	4	2
3	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	1	5	4	1	5
4	5	5	5	4	4	4	4	1	4	4	1	5	5	1	5
5	4	5	4	5	3	5	5	1	4	4	1	2	3	5	4
6	4	4	4	4	3	3	3	1	4	4	1	2	5	5	4
7	5	5	5	5	4	4	5	1	4	4	1	2	5	2	5
8	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	1	2	1	2	3
9	5	5	3	3	3	5	5	1	5	5	1	2	1	2	5
10	5	5	5	5	4	4	4	1	5	5	2	5	5	2	5
11	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	2	5	5	2	4
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	2	5	4
13	5	5	4	5	5	5	5	2	4	5	2	4	2	5	3
14	5	4	4	4	4	4	4	2	4	5	2	5	2	4	4
15	5	5	5	5	4	4	4	2	5	5	3	3	2	4	4
16	5	5	4	4	4	4	5	2	4	3	3	5	2	5	4
17	5	5	5	5	4	4	4	2	5	5	3	5	5	3	4
18	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	5	5	2
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	2
20	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	2	3	4	4	5
21	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	1	4	5	4	5
22	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4
23	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	3	4	5	4	4
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5
25	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	3
26	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	4	4	5
27	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	3	4	3	5	5
28	3	4	3	3	4	4	3	3	5	5	5	4	4	5	4
29	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3
31	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
32	4	5	5	3	4	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4
33	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
34	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4
35	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3
36	5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	3
37	5	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4	5	5	4	3

38	5	5	4	4	4	4	5	3	5	3	5	3	5	3	3
39	4	3	3	4	4	4	5	3	5	3	5	3	5	3	3
40	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3

Matriz de categorización

Categoría		Sub categoría		Indicadores	
Código	Nombre	Código	Nombre	Código	Nombre
C1	Calidad de vida laboral	C1.1	Bienestar laboral	C1.1.1	Económico
				C1.1.2	Formación
				C1.1.3	Requerimiento
		C1.2	Situaciones y capacidades laborales	C1.2.1	Adversidad
				C1.2.2	Conocimiento
				C1.2.3	Asociatividad
		C1.3	Desarrollo sostenible	C1.3.1	Abastecimiento
				C1.3.2	Productividad
				C1.3.3	Salubridad
				C1.3.4	Especialización

Anexo 6: Transcripción de las entrevistas o informe del análisis documental

Entrevistado1 (Entv.1)

Nro.	Preguntas de la entrevista	Respuestas
1	¿Cuánto es la inversión para la creación de un criadero de truchas? ¿Es rentable?	Se tendría que evaluar primeramente en que escala se querría iniciar un criadero; generalmente aquí iniciamos artesanalmente que no requiere mucha inversión, la inversión puede empezar con 5 mil;10 mil ;20 mil soles. Si quieres una escala mayor superaría 100 mil soles. El tema de rentabilidad en escala menor de 30 toneladas al año es casi autoempleo pero si supera los 50 o 70 toneladas al año ya hay rentabilidad que te permita tener profesionales.
2	¿Cuál es el apoyo que brinda el estado o entidades privadas para la producción y comercialización de truchas?	Actualmente el estado interviene a través de PROMPERU, ya que viene fomentado básicamente la exportaciones de truchas y ahora también hay proyecto como el PNIPA (Programa Nacional de Innovación en Pesca y Acuicultura) que aspira eso pero si de todas maneras hay algo del estado que trata de apoyar.
3	¿Cuáles son las complicaciones o impedimentos que se le ha presentado para poder exportar?	Básicamente es la cantidad de producción actualmente no satisfacemos el mercado regional se puede decir y todavía tenemos por abarcar mercado nacional que podría ser un buen mercado y posiblemente ver el mercado de exportación. Básicamente es la cantidad el no poder satisfacer el mercado regional y nacional.
4	¿Consideraría la idea de agruparse con otros criaderos de truchas para poder aumentar la producción y así lograr incrementar las exportaciones?	De hecho, es una alternativa que todos los productores pequeños al menos tenemos como visión, es una meta; porque también cada año va subiendo la producción de trucha. Hay épocas que se satura la producción, pero hay esa visión de juntarse de tener una asociación o asociarse con más productoras y ver esa posibilidad.
5	¿Cómo se conforma el proceso de crianza, producción, comercialización y/o exportación de la trucha?	Nosotros trabajamos, al menos mi criadero, trabaja con la importación de ovas extranjeras y lo reincubamos. No producimos ovas nacionales, solo reincubamos ova importadas y siese proceso alevines, juveniles, comerciales, hasta la comercialización
6	¿Cuáles son sus principales mercados actualmente y cuáles se proyecta a un futuro?	Actualmente mi mercado es casi 90% Ayacucho - Huamanga y un 10% Huancavelica. Ahora un mercado a futuro está viendo con mucha expectativa es lima con productos de otra presentación de un kilo a kilo y medio por pez que está teniendo expectativa.
7	¿Qué insumos o productos se necesita para mantener en buen estado las piscigranjas?	En el tema de sanidad, nosotros no medicamos ni usamos ningún tipo de medicamentos, siempre tratamos de controlar eso para que no se presente ninguna enfermedad, no usamos ningún tipo químico
8	¿Qué medidas de seguridad y salubridad cuenta el criadero de truchas?	Ahora no contamos, pero estamos en un proceso de habilitación sanitaria de SANIPES, ya estamos con el área restringida que es en el almacén de alimentos, por ejemplo. También tenemos bastante control en la reincubación de ovas, ya que personas ajenas no ingresan al centro sin tener las precauciones necesarias. Pero ya estamos en el proceso de implementación para contar con el registro sanitario.

Entrevistad2 (Entv.2)

Nro.	Preguntas de la entrevista	Respuestas
1	¿Cuánto es la inversión para la creación de un criadero de truchas? ¿Es rentable?	La mayoría de piscigranjas de la zona han tenido una inversión de 5 mil 6 mil soles más o menos, aunque siempre se aspira a invertir más para que las ganancias a un futuro puedan ser mayor. Y si, si es rentable, solo que no tan pronto como uno espera.
2	¿Cuál es el apoyo que brinda el estado o entidades privadas para la producción y comercialización de truchas?	Acá apoya mucho lo que es PROMPERÚ y creo que el PNIPA (Programa Nacional de Innovación en Pesca y Acuicultura) pero más PROMPERÚ.
3	¿Cuáles son las complicaciones o impedimentos que se le ha presentado para poder exportar?	El principal problema que cuenta Piscifactoría Sánchez es que no cubre toda su producción, lo que pide el cliente mayormente no logramos completar y se le pide una rebaja en la cantidad.
4	¿Consideraría la idea de agruparse con otros criaderos de truchas para poder aumentar la producción y así lograr incrementar las exportaciones?	Sí, sería muy beneficioso para las piscigranjas, ya que todos ganarían, no solamente uno. Ya que la mayoría son piscigranjas artesanales y su producción no es mucho que digamos.
5	¿Cómo se conforma el proceso de crianza, producción, comercialización y/o exportación de la trucha?	Primero se importa las ovas, creo de Brasil y una vez acá ya se cría de manera artesanal y crece (desarrolla). Luego lo separamos de acuerdo a su tamaño hasta que llegue al indicado para poder comercializarlo.
6	¿Cuáles son sus principales mercados actualmente y cuáles se proyecta a un futuro?	Nuestro mercado más fuerte ahora es Ayacucho y luego Huancavelica. Nosotros pretendemos llegar a Lima y luego al extranjero.
7	¿Qué insumos o productos se necesita para mantener en buen estado las piscigranjas?	En esta piscigranja no usamos productos químicos, esto es para que las truchas se desarrollen de manera natural sin nada de químicos, ya que podría ser dañino para la salud de las personas que la consumen.
8	¿Qué medidas de seguridad y salubridad cuenta el criadero de truchas?	La seguridad que se ofrece es que personas ajenas al recinto no ingresan sin antes contar con alguna autorización o algo y con el tema de salubridad ya tengo entendido que están en todo el proceso con SANIPES.

Entrevistado3 (Entv.3)

Nro.	Preguntas de la entrevista	Respuestas
1	¿Cuánto es la inversión para la creación de un criadero de truchas? ¿Es rentable?	Mira, yo trabajo en lo que es el transporte de las truchas en sus diferentes presentaciones a todo nivel nacional, cerca de 10 años en el rubro. Y a lo que tengo conocimiento se necesita unos 6 mil soles por ahí. Y si, si es rentable, pero no a corto plazo, sino se podría decir a mediano o largo plazo.
2	¿Cuál es el apoyo que brinda el estado o entidades privadas para la producción y comercialización de truchas?	Mayormente la entidad que más apoya es PROMPERÚ , es la que cierto tiempo viene y brinda charla a los dueños, a los trabajadores, etc.
3	¿Cuáles son las complicaciones o impedimentos que se le ha presentado para poder exportar?	De hecho, que es la cantidad de la producción, Piscifactoría Sánchez no logra abastecer a todo su mercado, necesita aumentar su producción, pero claro, para eso se necesita de una buena inversión, posiblemente puedan mejorar ese aspecto de acá a unos cuantos años.
4	¿Consideraría la idea de agruparse con otros criaderos de truchas para poder aumentar la producción y así lograr incrementar las exportaciones?	Sería una excelente idea ya que todos saldrían beneficiados, y así sus productos se harían más conocidos a nivel nacional e internacional.
5	¿Cómo se conforma el proceso de crianza, producción, comercialización y/o exportación de la trucha?	Ellos importan las ovas de Brasil. Llegan a Lima y ya nosotros (Tumbes y Comercio EIRL) lo transportamos acá a Choclococha , contamos con camiones thermo King (refrigerados) que se hace todos los transportes.
6	¿Cuáles son sus principales mercados actualmente y cuáles se proyecta a un futuro?	En primer lugar, se encuentra Ayacucho, más específico Huamanga, luego le sigue Huancavelica. Ellos se proyectan llegar a Lima pero sienten cierto temor por el tema de las competencias y los posibles riesgos que pueda contar llegar a ese mercado.
7	¿Qué insumos o productos se necesita para mantener en buen estado las piscigranjas?	Ellos lo mantienen de manera natural, no son de utilizar químicos , por un tema de salud para las truchas y para las personas que lo consumen.
8	¿Qué medidas de seguridad y salubridad cuenta el criadero de truchas?	La empresa y las demás piscigranjas de la laguna no permiten el ingreso de personas desconocidas, deben sacar un permiso creo. Aparte SANIPES estaba con todo el proceso del registro sanitario.

Anexo 7: Fichas de validación de los instrumentos cuantitativos



Ficha de validez del cuestionario para medir :

Nro	Items	Suficiencia					Claridad					Coherencia					Relevancia					Observaciones
		Importancia y congruencia del ítem.					Ítem adecuado en forma y fondo.					Relación del ítem con el indicador, sub categoría y categoría					Importancia y solidez del ítem.					
		1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	
Sub categoría 1: Desarrollo Sostenible																						
Indicador 1: Económico																						
1.	¿Estima que la inversión en la creación de la piscigranja es recuperada en un año?					4																
2.	¿La venta al por menor de las truchas, es rentable?					4																
Indicador 2: Formación																						
3.	¿Han recibido alguna charla o capacitación por parte del estado peruano?					4																
Indicador 3: Requerimiento																						
4.	¿Instituciones del estado acuden frecuentemente a estas piscigranjas a reunirse con los acuicultores?					4																
Sub categoría 2: Exportación																						
Indicador 4: Adversidad																						
5.	¿Se le presentó problemas al iniciarse como exportador de truchas?					4																
Indicador 5: Conocimiento																						
6.	¿Considera que el escaso conocimiento de negocios internacionales sea un impedimento para incrementar las exportaciones?					4																
Indicador 6: Asociatividad																						
7.	¿Sería importante la asociatividad entre acuicultores?					4																
Sub categoría 3: Producción																						
Indicador 7: Calidad																						
8.	¿Es fundamental respetar las etapas de crianza de trucha?					4																
Indicador 8: Capacidad																						
9.	¿Considera usted importante la cantidad de truchas en cada piscigranja teniendo en cuenta su capacidad?					4																

Nro	Items	Suficiencia					Claridad					Coherencia					Relevancia					Observaciones
		Importancia y congruencia del ítem.					Ítem adecuado en forma y fondo.					Relación del ítem con el indicador, sub categoría y categoría					Importancia y solidez del ítem.					
		1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	
Indicador 9: Cartera de clientes																						
10.	¿Es esencial contar con una cartera de clientes fijos?					4																
Indicador 10: Productividad																						
11.	¿Actualmente, la producción de su piscigranja abastece todo su mercado?					4																
Sub categoría 4: Salud																						
Indicador 11: Sanidad																						
12.	¿Es recomendable utilizar productos químicos en la piscigranja?					4																
Indicador 12: Especialista																						
13.	¿Es primordial contar con un profesional en zootecnia en el criadero?					4																
Indicador 13: Salubridad																						
14.	¿Realiza mantenimientos a la piscigranja cada determinado tiempo?					4																
15.	¿Desarrolla usted seguimiento de diagnóstico de enfermedades en las truchas?					4																
16.	¿Los cambios climáticos afectan los criaderos de truchas?					4																

Validado por:

Apellidos	DOMINGO CASANO	
Nombres	PIETRO PABLO RUISSOP	
Profesión	INGENIERO EN ADMINISTRACION	
Máximo grado obtenido	DOCTOR EN ADMINISTRACION	
Especialidad	ADMINISTRACION	
Años de experiencia	22 años	
Cargo que desempeña actualmente	Docente	DNI: 43521808
Fecha	9/10/2019	Sello y firma:

Ficha de validez del cuestionario para medir :

Nro	Items	Suficiencia					Claridad					Coherencia					Relevancia					Observaciones
		Importancia y congruencia del ítem.					Ítem adecuado en forma y fondo.					Relación del ítem con el indicador, sub categoría y categoría					Importancia y solidez del ítem.					
		1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	
Sub categoría 1: Desarrollo Sostenible																						
Indicador 1: Económico																						
1.	¿Estima que la inversión en la creación de la piscigranja es recuperada en un año?					4																
2.	¿La venta al por menor de las truchas, es rentable?					4																4
Indicador 2: Formación																						
3.	¿Han recibido alguna charla o capacitación por parte del estado peruano?					4																4
Indicador 3: Requerimiento																						
4.	¿Instituciones del estado acuden frecuentemente a estas piscigranjas a reunirse con los acuicultores?					4																4
Sub categoría 2: Exportación																						
Indicador 4: Adversidad																						
5.	¿Se le presentó problemas al iniciarse como exportador de truchas?					4																4
Indicador 5: Conocimiento																						
6.	¿Considera que el escaso conocimiento de negocios internacionales sea un impedimento para incrementar las exportaciones?					4																4
Indicador 6: Asociatividad																						
7.	¿Sería importante la asociatividad entre acuicultores?					4																4
Sub categoría 3: Producción																						
Indicador 7: Calidad																						
8.	¿Es fundamental respetar las etapas de crianza de trucha?					4																4
Indicador 8: Capacidad																						
9.	¿Considera usted importante la cantidad de truchas en cada piscigranja teniendo en cuenta su capacidad?					4																4

Nro	Items	Suficiencia					Claridad					Coherencia					Relevancia					Observaciones
		Importancia y congruencia del ítem.					Ítem adecuado en forma y fondo.					Relación del ítem con el indicador, sub categoría y categoría					Importancia y solidez del ítem.					
		1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	
Indicador 9: Cartera de clientes																						
10.	¿Es esencial contar con una cartera de clientes fijos?					4																
Indicador 10: Productividad																						
11.	¿Actualmente, la producción de su piscigranja abastece todo su mercado?					4																4
Sub categoría 4: Salud																						
Indicador 11: Sanidad																						
12.	¿Es recomendable utilizar productos químicos en la piscigranja?					4																4
Indicador 12: Especialista																						
13.	¿Es primordial contar con un profesional en especialidad en el criadero?					4																4
Indicador 13: Saludabilidad																						
14.	¿Realiza mantenimientos a la piscigranja cada determinado tiempo?					4																4
15.	¿Desarrolla usted seguimiento de diagnóstico de enfermedades en las truchas?					4																4
16.	¿Los cambios climáticos afectan los criaderos de truchas?					4																4

Validado por:

Apellidos	BAENNEIDEN
Nombres	CECILIA
Profesión	ADMINISTRADORA
Máximo grado obtenido	PG. EN ADMINISTRACIÓN
Especialidad	INICIACIÓN EN NEGOCIOS Y COMPETITIVIDAD
Años de experiencia	17 AÑOS
Cargo que desempeña actualmente	DIRECTORA
Fecha	10/10/19

DNI: 40960335
Sello y firma: *Cecilia Baenneiden*

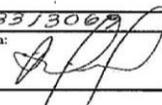


Ficha de validez del cuestionario para medir :

Nro	Items	Suficiencia					Claridad					Coherencia					Relevancia					Observaciones
		Importancia y congruencia del ítem.					Ítem adecuado en forma y fondo.					Relación del ítem con el indicador, sub categoría y categoría					Importancia y solidez del ítem.					
		1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	
Sub categoría 1: Desarrollo Sostenible																						
Indicador 1: Económico																						
1.	¿Estima que la inversión en la creación de la piscigranja es recuperada en un año?					4					4					4					4	
2.	¿La venta al por menor de las truchas, es rentable?					4					4					4					4	
Indicador 2: Formación																						
3.	¿Han recibido alguna charla o capacitación por parte del estado peruano?					4					4					4					4	
Indicador 3: Requerimiento																						
4.	¿Instituciones del estado acuden frecuentemente a estas piscigranjas a reunirse con los acuicultores?					4					4					4					4	
Sub categoría 2: Exportación																						
Indicador 4: Adversidad																						
5.	¿Se le presentó problemas al iniciarse como exportador de truchas?					4					4					4					4	
Indicador 5: Conocimiento																						
6.	¿Considera que el escaso conocimiento de negocios internacionales sea un impedimento para incrementar las exportaciones?					4					4					4					4	
Indicador 6: Asociatividad																						
7.	¿Sería importante la asociatividad entre acuicultores?					4					4					4					4	
Sub categoría 3: Producción																						
Indicador 7: Calidad																						
8.	¿Es fundamental respetar las etapas de crianza de trucha?					4					4					4					4	
Indicador 8: Capacidad																						
9.	¿Considera usted importante la cantidad de truchas en cada piscigranja teniendo en cuenta su capacidad?					4					4					4					4	

Nro	Items	Suficiencia					Claridad					Coherencia					Relevancia					Observaciones
		Importancia y congruencia del ítem.					Ítem adecuado en forma y fondo.					Relación del ítem con el indicador, sub categoría y categoría					Importancia y solidez del ítem.					
		1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	
Indicador 9: Cartera de clientes																						
10.	¿Es esencial contar con una cartera de clientes fijos?					4					4					4					4	
Indicador 10: Productividad																						
11.	¿Actualmente, la producción de su piscigranja abastece todo su mercado?					4					4					4					4	
Sub categoría 4: Salud																						
Indicador 11: Sanidad																						
12.	¿Es recomendable utilizar productos químicos en la piscigranja?					4					4					4					4	
Indicador 12: Especialista																						
13.	¿Es primordial contar con un profesional en zootecnia en el criadero?					4					4					4					4	
Indicador 13: Salubridad																						
14.	¿Realiza mantenimientos a la piscigranja cada determinado tiempo?					4					4					4					4	
15.	¿Desarrolla usted seguimiento de diagnóstico de enfermedades en las truchas?					4					4					4					4	
16.	¿Los cambios climáticos afectan los resultados de truchas?					4					4					4					4	

Validado por:

Apellidos	FRASO LOPEZ	
Nombres	ALDO RICARDO	
Profesión	ABOGADO - ADMN STRAL	
Máximo grado obtenido	DOCTOR	
Especialidad	CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN	
Años de experiencia	25 AÑOS	
Cargo que desempeña actualmente	DOCENTE	DNI: 43313069
Fecha	14/10/2019	Sello y firma: 

Anexo 8: Fichas de validación de la propuesta


 Año 30..... Ficha de validez de la propuesta

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE LA PROPUESTA

Universidad Norbert Wiener

Título de la investigación: *Estudio de la calidad de vida de los docentes y su relación con la productividad en la escuela*
 Nombre de la propuesta: *La calidad de vida de los docentes en la escuela*
 Autor: *Dr. Pedro Pablo Guevara Domínguez*

Identificado con DNI N° *43531183* Expediente en *ADMINISTRACIÓN*
 Actualmente labora en *U. W. I. N. W. I. E. R.* Ubicado en *Re. Tarma*. Procedo a revisar la correspondencia entre la descripción y el contenido de la propuesta y el contenido de la misma.

Pertinencia: La propuesta es coherente entre el problema y la solución.
 Relevancia: La propuesta es la propuesta abierta a los objetivos.
 Construcción gramatical: se refiere sin dificultad alguna los enunciados de la propuesta.

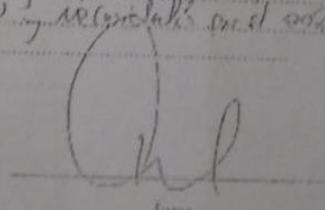
N°	INDICADORES DE EVALUACIÓN	Pertinencia		Relevancia		Construcción gramatical		Observaciones	Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	La propuesta se fundamenta en las ciencias administrativas/ingeniería.	✓		✓		✓			
2	La propuesta está contextualizada a la realidad en estudio.	✓		✓		✓			
3	La propuesta se sustenta en un diagnóstico previo.	✓		✓		✓			
4	Se justifica la propuesta como parte importante de la investigación holística-miata-proyectiva.	✓		✓		✓			
5	La propuesta presenta objetivos claros, coherentes y posibles de alcanzar.	✓		✓		✓			
6	La propuesta guarda relación con el diagnóstico y responde a la problemática.	✓		✓		✓			
7	La propuesta tiene un plan de acción e intervención bien detallado por objetivos.	✓		✓		✓			
8	Derivado del plan de intervención existe un cronograma detallado y responsables de las diversas actividades.	✓		✓		✓			

9	La propuesta es factible y tiene viabilidad.	✓		✓		✓			
10	Es posible de aplicar la propuesta al contexto descrito.	✓		✓		✓			

Y después de la revisión opino que:

- Con el consentimiento de los docentes se elaboró un informe en la escuela.*
- El contenido de la propuesta es pertinente y relevante para el contexto.*
-

Es todo cuanto informo:


 Firma



Universidad
Norbert Wiener

Ancaso.....Fecha de validez de la propuesta

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE LA PROPUESTA

Título de la investigación: *El rol de la gestión de la calidad en la mejora de la productividad en la industria textil*

Nombre de la propuesta: *Mejora de la productividad en la industria textil*

Va. *Friedhelm Paredes* Identificado con DNI No. *0416426* Especialista en *Administración*

Az. *U. Norbert Wiener* Obra sobre *gestión* Presenta a revisión la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:

Pertinencia: La propuesta es coherente entre el problema y la solución.

Relevancia: Lo planteado en la propuesta aporta a los objetivos.

Construcción gramatical: se entiende sin dificultad alguna los enunciados de la propuesta.

N°	INDICADORES DE EVALUACIÓN	Pertinencia		Relevancia		Construcción gramatical		Observaciones	Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	La propuesta se fundamenta en las ciencias administrativas/ingeniería.	✓		✓		✓			
2	La propuesta está contextualizada a la realidad en estudio.	✓		✓		✓			
3	La propuesta se sustenta en un diagnóstico previo.	✓		✓		✓			
4	Se justifica la propuesta como base importante de la investigación holística-mixta-proyectiva.	✓		✓		✓			
5	La propuesta presenta objetivos claros, coherentes y posibles de alcanzar.	✓		✓		✓			
6	La propuesta guarda relación con el diagnóstico y responde a la problemática.	✓		✓		✓			
7	La propuesta tiene un plan de acción e intervención bien detallado por objetivos.	✓		✓		✓			
8	Dentro del plan de intervención existe un cronograma detallado y responsables de las diversas actividades.	✓		✓		✓			

9	La propuesta es factible y tiene viabilidad.	✓		✓		✓			
10	Es posible de aplicar la propuesta al contexto de estudio.	✓		✓		✓			

Y después de la revisión opinó que: *Procede*

1. *Procede*

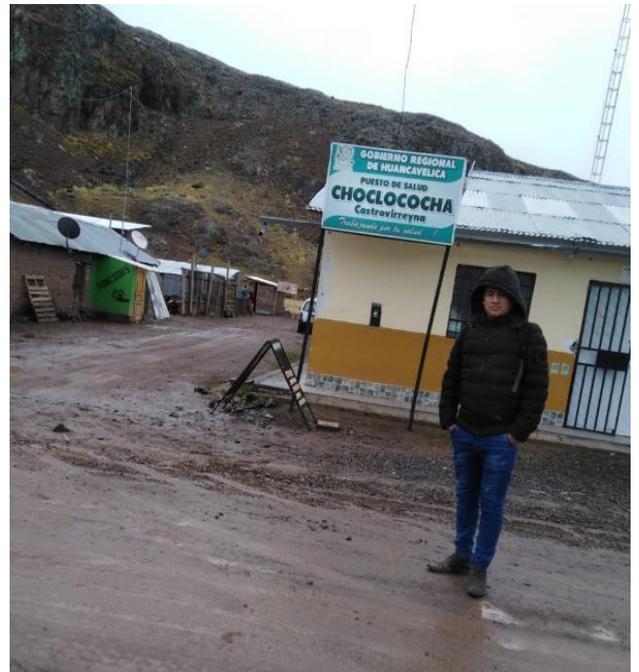
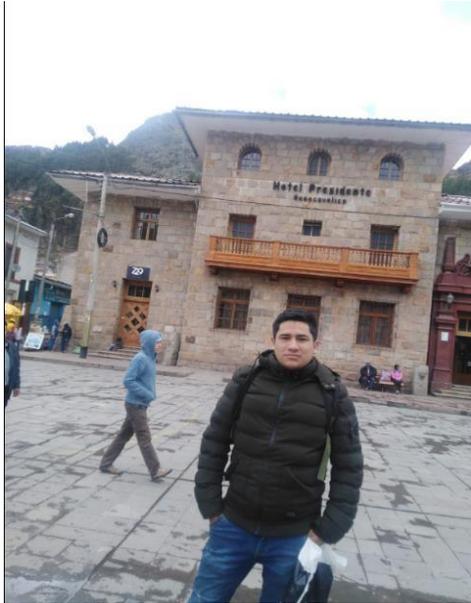
2.

3.

Es todo cuanto informo.

[Firma]
Firma

Anexo 9: Evidencia de la visita a la empresa



Anexo 10: Matrices de trabajo

Matriz - PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

6 Problema de investigación a nivel internacional	Informe mundial #1	Esencia del problema	Consolidación del problema
	Desarrollo de producción de trucha	La producción de trucha en México es un éxito, debido a que es un producto con alto valor nutricional y muy económico. Así mismo, a las comunidades rurales les permite diversificar sus actividades productivas. Sin embargo, se requiere de instituciones encargadas de desarrollar investigaciones aplicadas al desarrollo de la producción de la trucha, así como el estudio de los sistemas, criterios de cultivo y áreas correctas para la acuicultura.	Internacional
	Título del informe		México, un país con éxito en cuanto al desarrollo de la producción de la trucha hablamos, esto se debe a su alto valor nutricional y a su asequible precio. Además, gracias a su geografía y su clima, les permite diversificar sus actividades productivas. A pesar de ello, se necesita instituciones del estado y privadas que se encarguen de desarrollar investigaciones aplicadas a la producción de la trucha, así como informar los criterios de las áreas correctas para la acuicultura.
	Desarrollo de la producción de trucha arcoíris (<i>Oncorhynchus mykiss</i>) en el Centro de México.		
	Referencia		
	García, D.; Gallego, I.; Espinoza, A.; García, A.; Arriaga, J. y Carlos, M. (2013). Desarrollo de la producción de trucha arcoíris (<i>Oncorhynchus mykiss</i>) en el Centro de México. <i>AQUATIC. Revista científica de la sociedad Española de Acuicultura</i> , núm.38, 46-56. Universidad de Zaragoza, España.		
	Informe mundial #2	Esencia del problema	Todo lo contrario, sucede en Chile, puesto que se va reduciendo la producción de trucha arcoíris a causa de la escasa competitividad productiva con el salmón. Además de ello, solo existe una compañía encargada de la producción de trucha que es Piscícola Entre Ríos Ltda., la cual, el 95% de su producción es para la exportación y sólo el 5% al mercado nacional.
	Cultivo de trucha arcoíris	Chile, está perdiendo su producción de trucha de arcoíris debido a su escasa competitividad productiva con el salmón Atlántico y el salmón Coho, ambos del ámbito marino.	
Título del informe			
Una mirada a la industria de la trucha arcoíris cultivada en agua dulce en Chile y en el mundo.	Actualmente la empresa que se encarga de la producción de la trucha arco iris en Chile es Piscícola Entre Ríos Ltda. Con una producción de 2mil toneladas anuales. Es la única compañía que hoy por hoy opera en el país sureño; ésta, proyecta el 95% de su producción a la exportación y sólo el 5% al mercado nacional.		
Referencia			

			Así mismo, en Chile la trucha arcoíris representa solo el 6,5% del total nacional de cosechas acuícolas, a causa que en el país se vio estancada la producción de la misma en los últimos años por factores sanitarios y/o por razones comerciales. Completamente distinto sucede en Perú, puesto que solo en Puno, se registra el 83% de la producción nacional de la trucha; y en Huancavelica el 6%.
	Salmonexpert (2017). Una mirada a la industria de la trucha arcoíris cultivada en agua dulce en Chile y en el mundo. http://ovasdetrucha.cl/pdfs/salmonexpert.pdf		
	Informe mundial #3	Esencia del problema	
	Producción de trucha	En Chile, la trucha representa solo el 6,5 % del total nacional de cosechas acuícolas, por el contrario, en Perú, solo en Puno se registra el 83% de la producción nacional, mientras que en Huancavelica el 6%. Esto debido a que, en dicho país se vio estancada la producción de truchas en los últimos años por factores sanitarios y/o por razones comerciales.	
	Título del informe		
	Se acerca a la chilena: Producción peruana de trucha sigue aumentando.		
	Referencia		
	Aqua (2018). Se acerca a la chilena: Producción peruana de trucha sigue aumentando. http://www.aqua.cl/2018/06/01/se-acerca-a-la-chilena-produccion-peruana-de-trucha-sigue-aumentando/		
Problema de investigación a nivel nacional	Informe nacional #1	Esencia del problema	Consolidación del problema
	Acuicultura Peruana	La acuicultura peruana ha tenido un crecimiento del 22% en las últimas décadas. Las cosechas provenientes de la acuicultura cuentan con dos vías de exportación, congelados y frescos-refrigerados. Sin embargo, las instituciones tanto públicas como privadas no desarrollan íntegramente investigaciones en diversos aspectos del cultivo en especies marinas y continentales, las cuales, ya se encuentran en etapa comercial.	Nacional
	Título del informe		
	Producción, comercialización y perspectivas de desarrollo de la acuicultura peruana.		La acuicultura peruana tiene un crecimiento constante, como es el caso de la trucha arcoíris, que exporta en las presentaciones de congelados y frescos. No obstante, las instituciones públicas y privadas no apoyan lo esperado para las investigaciones y estudios en los diversos aspectos del cultivo en la acuicultura.
	Referencia		
	Baltazar, P.; Palacios, J. y Mina, L. (2014). Producción, comercialización y perspectivas de desarrollo de la acuicultura peruana. <i>Artículos de Revisión, núm. 11(2), 118-133.</i> Universidad Científica del Sur.		Pese a ello, la exportación de trucha en el 2018 logró un crecimiento de 41% con respecto a un año anterior a ello. EE. UU fue el principal destino, seguido de Rusia, que se incrementó 185% las exportaciones. De este modo los envíos de truchas van ganando terreno entre los despachos de
	Informe nacional #2	Esencia del problema	
Exportación de truchas	La exportación de truchas entre enero y noviembre del 2018 mostró un crecimiento de 41% con relación al mismo periodo en el año 2017; siendo EE. UU el destino principal de las exportaciones con un 49.9%. De igual modo, las exportaciones de dicho producto a Rusia, se incrementó en un 185%. Sin		
Título del informe			
Envíos de truchas anotaron crecimiento de 41% entre enero y noviembre del 2018.			

Referencia	embargo, los envíos de truchas ocupan el séptimo lugar entre los despachos de especies hidrobiológicas para Consumo Humano Directo (CHD).	especies hidrobiológicas para Consumo Humano Directo (CHD).
Gestión (2019) , Envíos de truchas anotaron crecimiento de 41% entre enero y noviembre del 2018. https://gestion.pe/economia/envios-trucha-anotan-crecimiento-41-enero-noviembre-2018-nndc-256750-noticia/		De este modo, las exportaciones peruanas de trucha muestran un continuo y notable crecimiento al pasar de US\$ 9 millones (2013) a US\$ 26 millones (2017). Siendo EE. UU, Canadá, Japón y Rusia sus principales compradores. Sin embargo, la UE cuenta con una alta tasa de importación de 12% para las truchas, pero gracias al Acuerdo de Libre Comercio Perú – UE, la trucha peruana puede ingresar al bloque libre de aranceles en todas sus presentaciones.
Informe nacional #3	Esencia del problema	
Oportunidades para la trucha	Las exportaciones peruanas de trucha mantienen una tendencia creciente al pasar de US\$ 9 millones (2013) a US\$ 26 millones (2017). Cabe mencionar que el 53% de las ventas al exterior se realizan en presentaciones congeladas a Canadá, Japón y Rusia; mientras que las presentaciones frescas se envían al mercado estadounidense, siendo éstas un 47%. Sin embargo, la UE cuenta con una alta tasa de importación de 12% para las truchas. Pese a ello, en base al Acuerdo de Libre Comercio Perú – UE, la trucha peruana puede ingresar al bloque libre de aranceles en todas sus presentaciones.	
Título del informe		
Oportunidades para la trucha en el mundo.		
Referencia		
PromPerú (2018). Oportunidades para la trucha en el mundo. http://siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/305234630radB5AF3.pdf		

Datos del antecedente 1: Internacional			
Título	Análisis económico de la producción y comercialización de trucha en la granja piscícola Valle Hermoso en el Caserío Artezón, parroquia Pelileo Grande, Cantón Pelileo, Provincia de Tungurahua	Metodología	
Autor	Lescano Mosquera, Gonzalo Fredy	Tipo	No experimental
Año	2016 Lugar: Loja – Ecuador	Enfoque	Cuantitativo
Objetivo	Investigar si el estado económico, manejo administrativo o los costos de operación, son factores que están afectando directamente en el desarrollo de esta industria piscícola	Diseño	
Resultados	En la granja piscícola Valle Hermoso en el Caserío Artezón, parroquia Pelileo Grande, Cantón Pelileo, Provincia de Tungurahua la producción anual de carne de truchas es de 21.322,11 kg; el valor de venta es de \$4,6 c/u, lo que genera un ingreso de \$98.081,7. Los costos de producción en el periodo junio 2014 a junio 2015 es de \$92.094,4 lo que genera un beneficio neto de \$5.987,3 siendo éste muy bajo en relación a la cantidad de dinero invertida; Por lo tanto tiene un beneficio costo de 1,07. La rentabilidad es de apenas 6,5%. Estos datos indican que para una inversión alta la rentabilidad es todo lo contrario, debido al alto costo de producción cuyo mayor rubro es la alimentación con \$70.957,14. Si se lograra reducir este costo, definitivamente se obtendrían mayores ingresos.	Método	Deductivo, Estadístico y Analítico.
		Población	10,103
		Muestra	370
		Técnicas	Entrevista, observación, encuesta
		Instrumentos	Cuestionario
Conclusiones	La granja piscícola Valle Hermoso, al momento de la investigación posee 44,600 truchas, distribuidas en 14 piscinas con 3.200 unidades c/u. Asimismo, el costo total de 1 kg de trucha a la canal en esta empresa es de \$4,37 De igual manera, el beneficio neto de la piscifactoría en el periodo junio 2014 a junio 2015 es de \$4.891,10 mientras que el beneficio costo es igual a 1,05 es decir que los resultados económicos de la granja piscícola	Método de análisis de datos	Guía de entrevista, , análisis de registro

	indican que tiene una ventaja sobre la inversión igual a 1,05. Por tal motivo, se concluye que la rentabilidad de la Granja piscícola Valle Hermoso es de 5,25% resultando demasiada baja, ya que para una inversión anual de alrededor de \$93.191,50 debería ser más alta.		
Redacción final al estilo Tesis (10 líneas)	Lescano (2016), realizó la tesis titulada <i>Análisis económico de la producción y comercialización de trucha en la granja piscícola Valle Hermoso en el Caserío Artezón, parroquia Pelileo Grande, Cantón Pelileo, Provincia de Tungurahua</i> , teniendo como objetivo investigar si el estado económico, manejo administrativo o los costos de operación, son factores que están afectando directamente en el desarrollo de esta industria piscícola, para esto, la investigación lo realizó mediante un enfoque cuantitativo, aplicando el método deductivo, estadístico y analítico, con una muestra de 370 de un total de 10'103, utilizó entrevista, encuesta y observaciones para la recopilación de datos, dando como resultado que la cantidad de dinero invertida tiene un beneficio costo de 1,07. La rentabilidad sería apenas 6,5%. Estos datos indican que para una inversión alta, la rentabilidad es todo lo contrario, debido al alto costo de producción cuyo mayor rubro es la alimentación con \$70.957,14. Si se lograra reducir este costo, definitivamente se obtendrían mayores ingresos. Por tal motivo, se concluye que la rentabilidad de la Granja piscícola Valle Hermoso es de 5,25% resultando demasiada baja, ya que para una inversión anual de alrededor de \$93.191,50 debería ser más alta.		
Redacción final al estilo artículo (5 líneas)	Lescano (2016), señaló que la producción y comercialización de trucha en la granja piscícola Valle Hermoso en el Caserío Artezón, parroquia Pelileo Grande, Cantón Pelileo, Provincia de Tungurahua, en el periodo junio 2014 a junio 2015 el beneficio neto es de \$4.891,10 mientras que el beneficio costo es igual a 1,05 es decir que los resultados económicos de la granja piscícola indican que tiene una ventaja sobre la inversión igual a 1,05.		
Referencia (tesis)	Lescano, G. (2016). <i>Análisis económico de la producción y comercialización de trucha en la granja piscícola Valle Hermoso en el Caserío Artezón, parroquia Pelileo Grande, Cantón Pelileo</i> . (Tesis de licenciatura) Ecuador: Universidad Nacional de Loja.		

Datos del antecedente 2: Internacional			
Título	Proyecto de exportación de trucha congelada de la unidad de producción piscícola Atillo, de la Parroquia Cebadas, Cantón Guamote, Provincia de Chimborazo a Valencia-España, periodo 2015-2016.	Metodología	
Autor	Lliguilema Tenesaca, Angel Fernando	Tipo	Bibliográfica-documental y descriptiva.
Año	2016 Lugar: Riobamba - Ecuador	Enfoque	Mixto
Objetivo	Diseñar un “Proyecto de exportación de trucha congelada de la Unidad de Producción Piscícola Atillo, de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, Provincia de Chimborazo a Valencia-España, Período 2015-2016”.	Diseño	
Resultados	El Proyecto de exportación de trucha congelada de la unidad de producción piscícola Atillo, de la Parroquia Cebadas, Cantón Guamote, Provincia de Chimborazo a Valencia-España, desde el punto de vista económico financiero a partir de los costos que han reflejado en el proyecto, mediante la evaluación técnica del mismo se estima que genera rentabilidad y una recuperación de inversión aceptable para los inversionistas que deseen invertir.	Método	Inductivo y deductivo
		Población	786.189
		Muestra	
		Técnicas	Observación, revisión bibliográfica
		Instrumentos	Recopilación de información
Conclusiones	El Proyecto de exportación de trucha congelada se llevará a cabo desde la Comunidad Atillo, dado que es un lugar potencial para la crianza de truchas, por el clima y los caudales de agua que posee y se obtiene el producto a exportar en aproximadamente 7 meses, sin embargo hay dificultades en la comercialización por el desconocimiento, la inexistencia de un estudio de mercado y la falta de organización. A pesar de ello, la	Método de análisis de datos	

	<p>junta de Parroquia de Cebadas en conjunto con la Comunidad Atillo considerará el presente proyecto de exportación y lo pondrán en ejecución, puesto que técnicamente es factible generando rentabilidad y una recuperación de inversión aceptable.</p>		
<p>Redacción final al estilo Tesis (10 líneas)</p>	<p>Lliguilema (2016), realizó la tesis titulada <i>Proyecto de exportación de trucha congelada de la unidad de producción piscícola Atillo, de la Parroquia Cebadas, Cantón Guamote, Provincia de Chimborazo a Valencia-España, periodo 2015-2016</i>, teniendo como objetivo Diseñar un “Proyecto de exportación de trucha congelada de la Unidad de Producción Piscícola Atillo, de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, Provincia de Chimborazo a Valencia-España, Período 2015-2016”. Para ello, la investigación lo realizó mediante un enfoque mixto, aplicando el método inductivo y deductivo, utilizó la observación y revisión bibliográfica para la recopilación de datos, dando como resultado que el proyecto de exportación de trucha congelada se llevará a cabo, puesto que técnicamente es factible generando rentabilidad y una recuperación de inversión aceptable. Siendo Valencia-España un mercado potencial de pescado por los hábitos de compra y consumo con un perfil alto en sus ingresos económicos, además, cuenta con el desarrollo logístico en óptimas condiciones para distribuir el producto a un precio accesible al consumidor final</p>		
<p>Redacción final al estilo artículo (5 líneas)</p>	<p>Lliguilema (2016), indicó que el Proyecto de exportación de trucha congelada de la unidad de producción piscícola Atillo, de la Parroquia Cebadas, Cantón Guamote, Provincia de Chimborazo a Valencia-España, desde el punto de vista económico financiero a partir de los costos que ha visto reflejado en la investigación, mediante la evaluación técnica del mismo se estima que genera rentabilidad y una recuperación de inversión aceptable para los inversionistas que deseen invertir.</p>		
<p>Referencia (tesis)</p>	<p>Lliguilema, A. (2016). <i>Proyecto de exportación de trucha congelada de la unidad de producción piscícola Atillo, de la Parroquia Cebadas, Cantón Guamote</i>. (Tesis de licenciatura) Ecuador: Escuela Superior Politécnica De Chimborazo</p>		

Datos del antecedente 3: Internacional			
Título	Plan de negocios para la creación de una empresa productora de trucha arcoíris	Metodología	
Autor	Román Ordoñez, Javier Alexander	Tipo	Experimental
Año	2016 Colombia	Lugar: Bucaramanga –	Enfoque
Objetivo	Estructurar un plan de negocios que soporte la creación de una empresa productora de trucha arcoíris, mejorando los actuales procesos de producción artesanales bajo la aplicación de componentes de innovación y base tecnológica en el proceso productivo.	Diseño	Mixto
Resultados	El plan de negocios para la creación de una empresa productora de trucha arcoíris; en cuanto a la producción los modelos tradicionales traen beneficios económicos pero a cambio de un costo ambiental insostenible en un mediano plazo, por lo cual, el presente proyecto le da prioridad a incorporar innovaciones en el proceso de producción que disminuye notablemente el impacto ambiental al optimizar el uso de agua y sobre todo al no requerir implementarse en zonas estratégicas ambientalmente como los páramos.	Método	Inductivo y deductivo
		Población	22
		Muestra	18
		Técnicas	Observación y encuesta
		Instrumentos	Recopilación de datos, cuestionario
Conclusiones	El plan de negocios para la creación de una empresa productora de trucha arcoíris plantea cumplir con los requisitos INVIMA (Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos) con un empaque al vacío que garantiza la inocuidad. Así mismo, el sector acuícola se ha venido posicionando como un sector dinámico que, al cumplir las exigencias del mercado, ayuda a fortalecer metas sociales en sectores como el rural. De este modo, motivó al Estado a plantearse desarrollar políticas agrarias que	Método de análisis de datos	

	consideran el sector acuícola como las formuladas en el Plan Nacional para el Desarrollo Sostenible de la Acuicultura en Colombia.		
Redacción final al estilo Tesis (10 líneas)	Román (2016) realizó la tesis titulada <i>Plan de negocios para la creación de una empresa productora de trucha arcoíris</i> , teniendo como objetivo Estructurar un plan de negocios que soporte la creación de una empresa productora de trucha arcoíris, mejorando los actuales procesos de producción artesanales bajo la aplicación de componentes de innovación y base tecnológica en el proceso productivo , para ello, la investigación lo realizó mediante un enfoque mixto , aplicando el método inductivo y deductivo, así mismo, realizó encuestas a las pesqueras de la zona, dando como resultado que, el sector acuícola se ha venido posicionando como un sector dinámico que, al cumplir las exigencias del mercado, ayuda a fortalecer metas sociales en sectores como el rural.. De igual modo, ello motivó al Estado a plantearse desarrollar políticas agrarias que consideran el sector acuícola como las formuladas en el Plan Nacional para el Desarrollo Sostenible de la Acuicultura en Colombia.		
Redacción final al estilo artículo (5 líneas)	Román (2016) indicó que el plan de negocios para la creación de una empresa productora de trucha arcoíris; en cuanto a la producción los modelos tradicionales traen beneficios económicos pero a cambio de un costo ambiental insostenible en un mediano plazo, por lo cual, el presente proyecto le da prioridad a incorporar innovaciones en el proceso de producción que disminuye notablemente el impacto ambiental al optimizar el uso de agua y sobre todo al no requerir implementarse en zonas estratégicas ambientalmente como los páramos.		
Referencia (tesis)	Román, J. (2016). <i>Plan de negocios para la creación de una empresa productora de trucha arcoíris</i> . (Tesis de licenciatura). Colombia: Universidad Industrial de Santander.		

Datos del antecedente 4: Internacional			
Título	La demanda de truchas en el mercado de Japón y las estrategias de comercialización desde el sector productivo acuícola de la parroquia de Tufiño-Ecuador	Metodología	
Autor	Tulcán Cuaspud, Edison Esteban	Tipo	Descriptivo
Año	2015 Lugar: Tulcán - Ecuador	Enfoque	Cualitativo
Objetivo	Determinar la demanda de truchas en el mercado de Japón que permitirá la comercialización Internacional requerida por el sector productivo acuícola de la parroquia de Tufiño-Ecuador.	Diseño	
Resultados	Los productores acuícolas de la parroquia de Tufiño, miran como una oportunidad de crecimiento la existencia de mercado para comercializar su producto en el mercado de Japón. En vista de que, de acuerdo a indicadores económicos se determina que Japón es la tercera economía a nivel mundial, los sectores con mayor crecimiento son los de servicios y la industria. Sin embargo, el sector que está creciendo es el de la pesca. Dentro de los factores para incursionar en este mercado se encuentran los estándares japoneses de agricultura o la ley JAS por sus siglas en inglés (Japanese Agriculture Standards), en donde aplica estándares para etiquetado de productos, el cual, deben contener: nombre del producto, país de origen, descripción de “descongelado” si corresponde descripción de “cultivo”, fecha de caducidad, nombre y dirección del importador.	Método	Inductivo
		Población	100
		Muestra	4
		Técnicas	Observación, entrevista, relatos.
		Instrumentos	Entrevista
Conclusiones	La investigación con respecto a la demanda de truchas en el mercado de Japón y las estrategias de comercialización desde el sector productivo acuícola de la parroquia de Tufiño-Ecuador permitió determinar la existencia de un mercado insatisfecho, manifestado principalmente por el alto poder adquisitivo de productos relacionados con la pesca. Así mismo,	Método de análisis de datos	Recopilación de información

	la principal dificultad que han encontrado para internacionalizar el producto es la escasa información sobre las oportunidades de mercado, además de no poseer clientes estables y desconocen los procesos para realizar la exportación de la trucha.		
Redacción final al estilo Tesis (10 líneas)	Tulcán (2015) realizó la tesis titulada <i>La demanda de truchas en el mercado de Japón y las estrategias de comercialización desde el sector productivo acuícola de la parroquia de Tufiño-Ecuador</i> , teniendo como objetivo determinar la demanda de truchas en el mercado de Japón que permitirá la comercialización Internacional requerida por el sector productivo acuícola de la parroquia de Tufiño-Ecuador. Para ello, la investigación lo realizó mediante el enfoque cualitativo, tipo descriptivo, aplicando el método inductivo, con una muestra de 4 de un total de 100, realizó entrevista, así también como la observación, dando como resultado que existe un mercado insatisfecho, manifestado principalmente por el alto poder adquisitivo de productos relacionados con la pesca. Así mismo, la principal dificultad que han encontrado para internacionalizar el producto es la escasa información sobre las oportunidades de mercado, además de no poseer clientes estables y desconocen los procesos para realizar la exportación de la trucha. De igual forma, la principal dificultad que han encontrado para internacionalizar el producto es la escasa información sobre las oportunidades de mercado, además de no poseer clientes estables, desconocen los procesos para realizar la exportación de la trucha.		
Redacción final al estilo artículo (5 líneas)	Tulcán (2015), indicó que los productores acuícolas de la parroquia de Tufiño, observan una gran oportunidad de crecimiento la existencia de mercado para comercializar su producto a Japón. En vista de que, de acuerdo a indicadores económicos se determina que Japón es la tercera economía a nivel mundial, los sectores con mayor crecimiento son los de servicios y la industria. Sin embargo, el sector que está creciendo es el de la pesca. Dentro de los factores para incursionar en este mercado se encuentran los estándares japoneses de agricultura o la ley JAS por sus siglas en inglés (Japanese Agriculture Standards)		
Referencia (tesis)	Tulcán, E. (2015). <i>La demanda de truchas en el mercado de Japón y las estrategias de comercialización desde el sector productivo acuícola de la parroquia de Tufiño-Ecuador</i> . (Tesis de Licenciatura) Ecuador: Universidad Politécnica Estatal Del Carchi.		

Datos del antecedente 5: Internacional

Título	Posibilidades de exportación de la trucha arcoíris producida en Colombia a Alemania	Metodología	
Autor	Moreno Martínez, Ana María Medina García, Brighth Natalia Tibaduiza Salazar, Karen Lorena	Tipo	Descriptivo
Año	2018	Lugar: Bogotá - Colombia	Enfoque
Objetivo	Analizar las posibilidades de exportación de la trucha arcoíris producida en Colombia a Alemania.	Diseño	Cualitativo
Resultados	La producción colombiana de la trucha arcoíris posee gran potencial a nivel nacional. Sin embargo, se encuentra en desventaja a nivel internacional, dado que se considera aspectos como, el aumento masivo de consumo nacional de la trucha, la producción artesanal, la pesca ilegal y el contrabando de algunas especies, factores por lo cual se alteran en gran medida la comercialización y distribución de la trucha para su exportación. Por tal motivo, Colombia no alcanza a abastecer el consumo nacional y esto conlleva a que tenga que importar algunas especies, lo que indica que el país aumentó su consumo pero no su producción.	Método	Inductivo
		Población	
		Muestra	
		Técnicas	Observación
		Instrumentos	Recopilación de datos
Conclusiones	Las posibilidades de exportación de la trucha arcoíris producida en Colombia a Alemania es cada vez mayor gracias a su consumo que se da en dicho país. Dado que éste supero un 18% de importación para el 2017 y que más de la mitad de la demanda en la actualidad se abastece por medio de la importación, lo cual beneficia a Colombia. Cabe aclarar que a partir de la entrada en vigencia del Tratado Libre Comercio es más beneficioso para Colombia realizar exportaciones debido a las ventajas que este ofrece y los bajos costes, brindan la oportunidad de crecimiento a los grandes y pequeños productores, los cuales aportan al crecimiento interno del país.	Método de análisis de datos	Recopilación documental

<p>Redacción final al estilo Tesis (10 líneas)</p>	<p>Moreno, Medina & Tibaduiza (2018) realizaron la tesis titulada <i>Posibilidades de exportación de la trucha arcoíris producida en Colombia a Alemania</i>, teniendo como objetivo analizar las posibilidades de exportación de la trucha arcoíris producida en Colombia a Alemania. Para ello, la investigación lo realizaron mediante el enfoque cualitativo, tipo descriptivo, aplicando el método inductivo, utilizando la recopilación de información y la técnica de la observación para obtener como resultado que las posibilidades de la exportación de trucha de Colombia a Alemania va de manera creciente, puesto que Alemania supero un 18% de importación para el 2017 y que más de la mitad de la demanda en la actualidad se abastece por medio de la importación, lo cual beneficia a Colombia. Cabe mencionar que gracias al Tratado Libre Comercio es más beneficioso para Colombia realizar exportaciones debido a las ventajas que este ofrece y los bajos costes, brindan la oportunidad de crecimiento a los grandes y pequeños productores, los cuales aportan al crecimiento interno del país.</p>
<p>Redacción final al estilo artículo (5 líneas)</p>	<p>Moreno, Medina & Tibaduiza (2018) determinaron que la producción colombiana de la trucha arcoíris posee gran potencial a nivel nacional. Sin embargo, se encuentra en desventaja a nivel internacional, puesto que, el aumento masivo de consumo nacional de la trucha, la producción artesanal, la pesca ilegal y el contrabando de algunas especies, factores por lo cual se alteran en gran medida la comercialización y distribución de la trucha para su exportación. Por tal motivo, Colombia no alcanza a abastecer el consumo nacional y esto conlleva a que tenga que importar algunas especies, lo que indica que el país aumentó su consumo pero no su producción.</p>
<p>Referencia (tesis)</p>	<p>Moreno, A.; Medina, B. & Tibaduiza, K. (2018). <i>Posibilidades de exportación de la trucha arcoíris producida en Colombia a Alemania</i>. (Tesis de Licenciatura) Colombia: Universitaria Agustiniiana.</p>

Problema general	Objetivo general
<p>¿De qué manera se puede mejorar la calidad de vida laboral en base a la venta y producción de truchas en Choclococha, Huancavelica, 2020?</p>	<p>Proponer un plan efectivo relacionado con las estrategias de mejora de la calidad de vida laboral para la venta, exportación directa de un producto natural y de calidad, como son las truchas, al mercado internacional con la finalidad de obtener un crecimiento económico sostenible en la comunidad de Choclococha, Huancavelica, 2020.</p>
Problema específico	Objetivos específicos
<p>¿Qué estrategias se pueden llevar a cabo para mejorar la calidad de vida laboral en base a la venta y producción de truchas en Choclococha, Huancavelica, 2020?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnosticar la viabilidad de las estrategias de mejora de la calidad de vida laboral, mediante un diagnóstico y análisis de las condiciones de trabajo en relación al producto exportable natural. • Diseñar una propuesta viable que permita mostrar las propiedades y beneficios al consumir la trucha • Determinar los beneficios de la asociatividad entre acuicultores



Justificación teórica		
Cuestiones	Respuesta	Redacción final
¿Qué teorías sustentan la investigación?	Teoría de Comercio Internacional, Teoría de Ventaja Absoluta, Teoría de Ventaja Comparativa	Se empleará tres teorías: Comercio Internacional, Ventabaja absoluta y comparativa, que gracias a ellas se tendrá un mayor conocimiento para realizar la investigación y a un mediano plazo poder mejorar la calidad de vida laboral de las personas.
¿Cómo estas teorías aportan a su investigación?	Son teorías que permiten tener un mayor conocimiento con todo la investigación en general con lo que respecta a las truchas.	
¿Por qué realizar el trabajo de investigación?	Para mejorar la calidad de vida laboral de las habitantes de Choclococha, Huancavelica	
Justificación práctica		
¿Por qué hacer el trabajo de investigación?	El trabajo será de tipo proyectivo por lo cual se quiere a mediano plazo mejorar la calidad de vida laboral de las habitantes de Choclococha, Huancavelica	La justificación es tipo proyectiva, dado que a mediano plazo se plantea elaborar las propuestas para contar con una buena calidad de vida laboral, así también como aportar para el desarrollo y crecimiento económico.
¿Cuál será la utilidad?	Contar con una buena calidad de vida laboral	
¿Qué espera con la investigación?	Aportar para el crecimiento económico, turístico y social de Choclococha, Huancavelica	
Justificación metodológica		
¿Por qué investiga bajo ese diseño?	La investigación se llevará a cabo en base a una metodología holística de tipo proyectiva, fundamentada en una propuesta y poniendo en práctica el método deductivo e inductivo.	El estudio se basa en un paradigma holístico, de enfoque mixto, con interpretación de los resultados cuantitativos y análisis cualitativo, de tipo proyectiva fundamentada en una propuesta y poniendo en práctica el método deductivo e inductivo
¿El resultado de la investigación permitirá resolver algún problema?	Se espera que las propuestas formuladas en la investigación permita aplicarlas a mediano plazo para así confirmar su beneficio en favor de las actividades exportadoras.	

Teoría 1: Comercio Internacional

Autor de la teoría	Año	Cita	Parafraseo (1)	Aplicación en su tesis (2)	Redacción final (1+2+3+4)
Federico Steinberg	2004	Steinberg, indicó que “Cada nación producirá aquellos bienes en los que goce de una ventaja relativa y mediante el intercambio los distintos países se complementarán, sacarán provecho de sus diferencias. De este modo las diferencias de recursos, capacidades de la fuerza laboral y características del factor capital de los distintos países determinarán los patrones del comercio internacional” (p. 24).	Steinberg señaló que cada país que genere bienes realizará un intercambio junto a otros estados complementándose uno al otro. Así mismo las diferencias de las naciones establecerán el comercio internacional.	Esta teoría será aplicada de manera que actualmente sus mercados principales de la comercialización de truchas son Huancayo y Ayacucho y a un corto plazo pretenden llegar a Lima, teniendo en mente que a un futuro exportarán las truchas al mercado Canadiense estableciendo el comercio internacional.	La teoría del Comercio Internacional acreditada por Federico Steinberg señala que cada país genera sus bienes y al realizar intercambio con otras naciones, se está realizando el comercio internacional, tal es el caso de la comercialización de las truchas, que actualmente se comercializa en el mercado local, y a un mediano plazo se pretende comercializar en el extranjero.
Referencia:	Steinberg, F. (2004). <i>La nueva teoría del comercio internacional y la política comercial estratégica</i> . www.eumed.net/coursecon/libreria/				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo (3)	Aplicación en su tesis (4)	
Salvador Mercado H.	2000	Mercado, sostuvo que “Los países deben aprovechar sus recursos naturales y especializarse en la producción de artículos que gocen de ventajas comparativas. Estas naciones deben exportar a fin de poder importar de otras	Mercado indica que para poder importar, se debe exportar, de este modo existe una división	Esta teoría estará aplicada de manera que actualmente en las piscigranjas de Choclococha, Huancavelica importan las	

		naciones bienes producidos en mejores condiciones. De esta manera, Se establece una división internacional del trabajo benéfica para todos los países, debido a que tendría como resultado un ingreso mundial más elevado y cada vez mejor distribuido entre todas las naciones” (p.13).	internacional que beneficia a ambas partes , si se diera el caso podría llevarse a cabo entre dos a más partes.	ovas desde Brasil y a un futuro se pretende exportar las truchas de un kilo a más al mercado de Canadá	Así mismo, Mercado señala que para poder exportar se debe importar. Dado que se desarrollaría la división internacional, tal como sucede con las truchas, que sus ovas están siendo importadas de Brasil y pretende llegar al mercado Canadiense
Referencia:	Mercado, S. (2000). <i>Comercio internacional I: mercadotecnia internacional importación - exportación</i> . México, D.F.: Limusa.				

Teoría 2 : TEORIA DE LA VENTAJA ABSOLUTA

Autor de la teoría	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	Redacción final
Adam Smith	1980	Smith (1980) señaló que: "Un país que tuviera empresas con ventaja absoluta en los sectores industriales decisivos sería un país con ventaja absoluta en el comercio internacional, es decir, se convertiría normalmente en exportador neto y obtendría superávit comercial". (p. 533)	Smith (1980) determinó que una empresa del sector industrial al ser un exportador neto, deberá contar con ventaja absoluta en el comercio exterior, de manera que logrará tener un superávit comercial.	Esta teoría será aplicada de manera que se pueda exportar la mayor cantidad de truchas al mercado internacional a diferencia de las ovas que se puedan importar, dado que, al no ocurrir ello se estaría ocasionando un déficit comercial.	La teoría de la ventaja absoluta respaldada por Smith se basa en que cada empresa debe contar con ventaja absoluta de manera que se incremente la venta de truchas al mercado internacional. Por tal sentido, Hill estableció que se debe utilizar la menor cantidad de horas posibles para la producción, dado que será un factor determinante para el país de Canadá al momento de importar las truchas. Así mismo Guerrero expresó que cada sector de cada país
Referencia:	Smith, A. (1980). <i>Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones, Fondo de Cultura Económica</i> . México.				
Autor	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	
Charles Hill	2011	Hill (2011) indicó que: "un país es más eficiente cuando produce un bien, empleando menor cantidad de horas hombre especializándose en el producto o servicio que mejor produzcan para luego ser exportado hacia otro país que posee otra ventaja absoluta".	Hill (2011) señaló que un país que utiliza menos hora para la producción de un producto es competente en el mercado internacional para posteriormente ser exportado a otra nación que cuente igual con ventaja absoluta.	Esta teoría será aplicada dado que en la Provincia de Huancavelica se utilizará menos horas en la producción de ovas y/o truchas para más adelante ser exportado a Canadá, dado que así podría tener un valor agregado con lo que respecta al tiempo de entrega manteniendo la calidad del producto.	
Referencia:	Hill, C. (2011). <i>Negocios Internacionales competencia en el mercado global</i> . México: Interamericana Editores, S.A.				

Autor	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	
Diego Guerrero	1995	Guerrero (1995) señaló que: "el origen de la ventaja absoluta por parte de una empresa o un país, parte de la consideración de las diferencias técnicas en el interior de cada sector productivo, y éstas atribuyen la diferencia en el coste unitario obtenido por cada empresa en la producción". Pag. 11	Guerrero (1995) indicó que cada sector productivo de un país posee un alcance en las diferencias técnicas asignando un coste obtenido por la producción que presenta la empresa. Así también como el sector determine un precio para la mercancía que se trate, el cual la desigualdad técnica y de costes implicaría una disimilitud en los beneficios y rentabilidad en cada empresa	Esta teoría será aplicada de manera que el sector agropecuario en el Perú cuenta con diferencias técnicas y por ello se determine el precio de la exportación de la trucha generando alto porcentaje de rentabilidad en cada empresa productora y comercializadora de la zona.	determina el precio de la mercadería, de manera que Perú establece su precio de la exportación de trucha a través de los acuicultores y el Ministerio de Comercio Exterior y sus ramas que cuenta ésta. (Smith, 1980) (Hill, 2011) (Guerrero, 1995)
Referencia:	Guerrero, D. (1995): <i>La técnica, los costes, la ventaja absoluta y la competitividad</i> . España.				

Teoría 3 : TEORIA DE LA VENTAJA COMPARATIVA

Autor de la teoría	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis	Redacción final
David Ricardo	1975	Ricardo (1975), manifestó que: "la teoría de la ventaja comparativa, aun cuando un país tuviera una desventaja absoluta en la producción de ambos bienes con respecto al otro país, si los costes relativos (o coste de un bien medido en términos del otro bien) son diferentes el intercambio es posible y mutuamente beneficioso. Pag. 125	Ricardo (1975) indicó que la teoría de la ventaja comparativa es productivo en el comercio internacional cuando una de las partes de los países a negociar los costes relativos, brinden con menos recursos de tal modo que sean diferentes el intercambio, y por ello sería beneficioso.	Esta teoría será aplicada buscando la forma de mantener los costes relativos, de manera que no complique la situación de los acuicultores y poder seguir con la producción y comercialización de las ovas y/o truchas.	La teoría de la ventaja comparativa indicada por Ricardo señala que cada nación o sujeto deberá promover y exportar aquellos bienes o sectores que, dentro de su economía,; de manera que se deberá mantener los costes relativos para continuar con la crianza producción y comercialización de ova y/o truchas. De igual manera, Casani, Llorente y Pérez indicaron que dicha teoría es beneficioso, dado que Perú ofrece el producto a exportar a un menor precio de lo que ofrecen otros países sudamericano. De igual manera, Ball y Mc Culloch manifestaron que esta teoría seria fructuoso, aun cuando el otro país cuenta con ventaja comparativa, dado que FFEFE tanto Canadá como Perú se beneficiarían con la exportación de
Referencia:	Ricardo, D. (1975): <i>Principios de Economía Política y de Tributación</i> . España - Madrid: Aguilar.				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis	
Casani, Llorente y Pérez	2008	Casani, Llorente y Pérez (2008), indicaron que: "La teoriza de la ventaja comparativa con respecto al valor de una mercancía es el valor de las horas de trabajo necesarias para su producción. El comercio internacional es siempre beneficioso, incluso para un país que produce todos los bienes a un coste menor del resto del mundo". (p.259)	Casani, Llorente y Pérez (2008), señalaron que la teoría de la ventaja comparativa en el comercio internacional en un país productor es fructuoso, aun cuando éste produce a un menor precio a contraste con otros países de igual producción. Esto es debido a las horas de trabajo que se toma para elaborar el producto	Esta teoría será aplicada en función a Perú siendo un país productor de Trucha, teniendo como unas de las mayores productoras la provincia de Huancavelica; la cual, ofrece la exportación de truchas a un menor precio de lo que ofrecen otros países tales como Ecuador y Colombia.	
Referencia:	Casani, F., Llorente, A., & Pérez, E. (2008). <i>Economía</i> . España: Madrid Editex				

Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis	
Ball y Mc Culloch	1997	Ball y Mc Culloch (1997), señalaron que: “La ventaja comparativa aunque tuviera una nación de la ventaja absoluta en la producción de bienes, todavía puede existir un comercio entre dos países, beneficioso para ambos, en la medida que la nación menos eficiente no fuera deficiente en la producción de los bienes”. (p.85)	Ball y Mc Culloch (1997) indicaron que la teoría de la ventaja comparativa se da en base al comercio que puede existir entre dos países y que uno de ellos cuente con ventaja absoluta y el otro con ventaja comparativa, el cual sería gratificante para ambos, siempre y cuando el país menos eficiente no descuide su producción.	Esta teoría será aplicada a medida que Canadá siendo un país con ventaja absoluta siga teniendo el vínculo comercial con Perú a través de la exportación de las truchas, de tal modo que específicamente la provincia de Huancavelica no descuide de su producción y posterior a ello su comercialización de la misma.	truchas. (Ricardo, 1975) (Casani, Llorente, & Pérez, 2008) (Ball, & Mc Culloch,1997)
Referencia:	Ball, D., & Mc Culloch, W. (1997). <i>Negocios Internacionales: Introducción y aspectos esenciales</i> . Madrid: McGraw-Hill.				

Variable o categoría : Desarrollo Sostenible					
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	Redacción final
Galarza, Gómez, Gonzales	2002	Galarza, Gómez y Gonzales (2002) sostuvieron que "el desarrollo sostenible se centra en mejorar la calidad de vida de todos los habitantes del orbe, sin aumentar el uso de recursos naturales más allá de la capacidad del ambiente de proporcionarlos indefinidamente". (p. 11)	El desarrollo sostenible se enfoca en brindar una mejor calidad de vida para los ciudadanos de la provincia, teniendo en cuenta el uso de recursos naturales, de manera que, no se requiera explotar abundantemente (Galarza, Gómez & Gonzales, 2002)	Nos ayudará a comprender que para contar con un desarrollo sostenible en la provincia, lo primordial será que los pobladores de Huancavelica cuenten con una mejor calidad de vida , teniendo en cuenta sus recursos naturales.	El desarrollo sostenible se basa en desarrollar una mejor calidad de vida de los acuicultores de la provincia de Huancavelica, considerando los recursos naturales que éstos poseen. Así mismo, satisfacer las necesidades del presente, sin exponer el futuro. De tal manera que, teniendo en cuenta el avance tecnológico y las ayudas que brindan las instituciones, se potencializan los recursos naturales para satisfacer cada una de las necesidades de los pobladores de la provincia. (Galarza, Gómez & Gonzáles, 2002; CMMAD, 1988 & Riechmann, 1995)
Referencia:	GALARZA, E; GÓMEZ, R & GONZALES, L. (2002) <i>Ruta hacia el desarrollo sostenible del Perú</i> . Perú : Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico (CIUP), Documento de trabajo.				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	
Comisión Mundial Del Medio Ambiente Y Del Desarrollo	1988	La CMMAD (1998) "define como el desarrollo sostenible, es el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades".	Se refiere a la satisfacción de la capacidad de las necesidades del presente, sin que ellas comprometan la satisfacción de las necesidades de las futuras generaciones. CMMAD (1998).	Permitirá satisfacer las necesidades que cuenta los ciudadanos de Huancavelica, sin afectar las futuras necesidades que puedan contar las posteriores generaciones.	
Referencia:	Comisión Mundial del Medio Ambiente y del desarrollo (1988). <i>Nuestro futuro común</i> . España: Alianza				

Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Jorge Riechmann	1995	Riechmann (1995) "conceptualizó como el desarrollo sostenible es un proceso de cambio en el cual la explotación de los recursos, la orientación de la evolución tecnológica y la modificación de las instituciones están acordes y acrecientan el potencial actual y futuro para satisfacer las necesidades y aspiraciones humanas". pág. 7	Consiste en el proceso por el cual el avance tecnológico, la explotación de recursos, y el cambio constante de las instituciones potencializan el presente y el futuro de los recursos naturales para satisfacer las necesidades.	Nos indicará que la explotación de los recursos naturales debe contar con un margen de satisfacción de las necesidades humanas, esto se dará a través del avance tecnológico y la ayuda que brinda las instituciones.
Referencia:	Riechmann (1995). <i>Desarrollo Sostenible: La lucha por la interpretación</i> . España: Trotta			

Variable o categoría: CALIDAD DE VIDA LABORAL					
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo (1)	Aplicación en su tesis (2)	Redacción final (1+2+3+4)
Juana R. Kuramoto	2008	Kuramoto (2008) indica que la calidad de vida laboral es "promover una transformación de los medios de vida campesinos a través de la transferencia de tecnologías que permiten hacer un mejor uso de sus recursos y que les permiten articularse a los mercados locales"	La calidad de vida se ve reflejado en las tecnologías que utilizan los campesiones para mejorar sus recursos y así poder transformar los medios de vida	Nos ayudará a mejorar la calidad de vida teoricamente de los acuicultores de Choclococha , basandonos en el aspecto laboral.	La calidad de vida se refleja en las mejoras tecnológicas , y asi poder ahorrar los recursos de las personas de Choclococha en Huancavelica. De igual modo, nos indican que para mejorar la calidad de vida se requiere de tiempo y dinero. Sin embargo, en el ambito laboral, calidad de vida laboral , se refleja en la salud ocupacional, satisfacción laboral, bienestar de los trabajadores.
Referencia:	Kuramoto, R. (2008). Integración de los pequeños productores de trucha con los mercados externos: ¿una meta lejana?. Perú:CIES, Consorcio de investigación económica y social				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo (3)	Aplicación en su tesis (4)	
Tobias Lasner Alexander Brinker Rasmus Nielsen Ferit Rad	2017	Lasner, T., Brinker, A., Nielsen, R., & Rad, F. (2017), sostienen que "una comprensión de los impulsores económicos que influyen en el sector a nivel de granja, pero la recopilación de datos confiables y comparables a este nivel requiere mucho tiempo y es costosa	Consiste en que los impulsores económicos requieren mucho de tiempo y dinero , sin embargo gracias a ellos se puede contar con mejor calidad de vida	Nos señala que para contar con una buena calidad de vida, nos tomará tiempo y dinero. En el ámbito laboral, consiste en el buen clima, buen salario , grado de motivación etc	
Referencia:	Lasner, T., Brinker, A., Nielsen, R., & Rad, F. (2017). Establecimiento de una evaluación comparativa para la piscicultura. Aquaculture Research 48(6), 3134–48.				

Autor/es	Año	Cita	Parfraseo (3)	Aplicación en su tesis (4)
Ismena Apaza	2019	Apaza, I. (2019) sostiene que "las señales de mejorar la calidad de vida se ve reflejados en algunos aspectos como, el acceso a servicios como televisión por cable, el nivel educativo alcanzado por los hijos, el lugar de la escuela de los hijos, la participación en fiestas patronales de la comunidad, su participación en la organización comunal, entre otras.	Señala que la calidad de vida se ve reflejado en aspectos como nivel educativo, ingresos económicos en el hogar, acceso a servicios, etc	La calidad de vida laboral se refleja en el bienestar de los trabajadores, satisfacción laboral y salud ocupacional, entre otros.
Referencia:	Apaza, I. (2019). Características socioeconómicas del ingreso de las familias productoras de trucha del distrito de Chucuito en el año 2018. Perú: Tesis de Maestría. Universidad Nacional del Altiplano.			

Variable o categoría: BIENESTAR LABORAL

Autor/es	Año	Cita	Parafraseo (1)	Aplicación en su tesis (2)	Redacción final (1+2+3+4)
Miguel Pascual Julio Lancoletti	2006	Pascual, M., & Lancelotti, J. (2006), señalaron que "el bienestar laboral se ve reflejado en efectos de la piscicultura sobre la salud de la comunidad nativa que se muestra comprensivos con las necesidades y expectativas de los productores.	El bienestar laboral consiste en la salud de la comunidad nativa que se muestra en los productores de la piscicultura .	Los acuicultores de la zona cuentan con un buen bienestar laboral , dado que es lo que ellos manifiestan indicando todo lo positivo que le brinda su centro de labores.	El bienestar laboral consta de un equipo productivo que muestran los acuicultores de Choclococha , puesto que , ellos manifiestan su excelente relación entre empleado - empleador. Asi mismo, para contar con un buen bienestar laboral no se requiere de mucho costo, todo depende de como se gestione. De igual manera, se requerirá promover y financiar actividades
Referencia:	Pascual, M., & Lancelotti, J. (2006). La producción e impacto del cultivo extensivo de trucha arco iris exótica en lagunas de la zona del Lago Strobel, provincia de Santa Cruz. Argentina: CENPAT-CONICET				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo (3)	Aplicación en su tesis (4)	
Andre Osorio Alvaro Wills Adriana Muñoz	2013	Osorio, A., Wills, A., Muñoz, A. (2013) "definen que contar con bienestar laboral es la utilización de los recursos de bajo costo, que podría resultar en una disminución de la contaminación ambiental gracias a una adecuada disposición final	El bienestar laboral no requieren de mucho costo, siempre y cuando sea gestionado de manera adecuada y gracias a ellos se pueda disminuir la contaminación	Permitira tener en cuenta que para contar con un bienestar laboral no se requerirá de mucho costo, de manera que a través de una buena gestión mejore las situaciones de todos.	

Referencia:	Osorio, A., Wills, A., Muñoz, A. (2013). Caracterización de coproductos de la industria del fileteado de tilapia nilótica (<i>Oreochromis niloticus</i>) y trucha arcoíris (<i>Oncorhynchus mykiss</i>). Colombia: Revista de la Facultad de Medicina Veterinaria y de Zootecnia 60(3)			
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo (3)	Aplicación en su tesis (4)
Genaro Matute, Ennio Barrón, Arturo Morán, José Murillo, Juan Carlos Rivera	2008	Matute, G., Barrón, E., Morán, A., Murillo, J., & Rivera, J. (2008) indican que: "existe una coyuntura favorable caracterizada por el auge de las exportaciones, el aumento sostenido de la producción acuícola, para promover y financiar actividad"	Las exportaciones hoy en día se sostiene a través de una buena producción para promover y financiar actividades	Nos ayudará a tomar en cuenta que para un mediano plazo se pueda exportar las truchas de Choclococha de requiere de promover y financiar actividades
Referencia:	Matute, G., Barrón, E., Morán, A., Murillo, J., & Rivera, J. (2008). Truchicultura en la región Puno. Perú: Serie Gerencia Global			

Enfoque: mixto				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Roberto Hernández Sampieri	2010	Hurtado, menciona que “La meta de la investigación mixta no es reemplazar la investigación cuantitativa ni la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales” (p.544).	Esta investigación involucra un proceso de recolección, análisis y vinculación de ambos datos tanto cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio.	Esta investigación es de enfoque mixto puesto que los estudios cuantitativos y cualitativos se consideran para el diagnóstico.
Referencia:	Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014) <i>Metodología de la Investigación</i> (Sexta ed.). Ciudad de México, México: McGraw-Hill/Interamericana Editores.			
Tipo: proyectiva				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Jacqueline Hurtado de Barrera	2010	Hurtado, señaló que “Tiene como objetivo diseñar o crear propuestas dirigidas a resolver determinadas situaciones” (p.49).	Consiste en diseñar una propuesta de solución a un problema o necesidad.	Se presentan propuestas que solucionen los problemas o atiendan las necesidades.
Referencia:	Hurtado, J. (2010) <i>Metodología de la Investigación Holística</i> (Tercera ed.).Caracas, Colombia: Fundación Sypal			

Nivel: Comprensivo (lograr captar la información cualitativa y en conjunto y análisis)				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Jacqueline Hurtado de Barrera	2010	Hurtado, menciona que “Se estudia al evento en su relación con otros eventos, dentro de un holos mayor, enfatizando por lo general las relaciones de casualidad, aunque no exclusivamente; los objetivos propios de este nivel son: “explicar”, “predecir” y “proponer” (p.19).	Se evalúa de acuerdo a otros eventos. El nivel comprensivo comprende tres objetivos propios estos son: explicar, predecir y proponer.	Este nivel permite desarrollar, persuadir y ejecutar habilidades investigativas.
Referencia:	Hurtado, J. (2010) <i>Metodología de la Investigación</i> . Caracas, Venezuela: Fundación Sypal			
Método: Inductivo y Deductivo				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
César Augusto Bernal Torres	2010	Bernal, señaló que “Este método de inferencia se basa en la lógica y estudia hechos particulares, aunque es deductivo en un sentido (parte de lo general a lo particular) e inductivo en sentido contrario (va de lo particular a lo general)” (p.60).	El método inductivo como el deductivo son estrategias de razonamiento lógico, ya que, el inductivo parte de lo particular para llegar a una conclusión general y lo deductivo en sentido contrario.	Se aplicará ambos métodos dado que son estrategias de razonamiento lógico y permite llegar a conclusiones generales y específicas.
Referencia:	Bernal, C. (2010) <i>Metodología de la investigación</i> . Tercera edición. Pearson Education: Colombia.			

Población: (total de elementos que hay en la empresa, contexto)					Redacción final
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	
José Nicolás Jany Castro	2005	Jany, menciona que “la totalidad de elementos o individuos que tienen ciertas características similares y sobre las cuales se desea hacer inferencia” (p. 48).	La población es el total de individuos, objetos de los cuales se desea estudiar.	La población es el total de socios que tiene la asociación.	
Número de colaboradores:		168 socios.			
Referencia:	Jany, J. (2005). <i>Investigación Integral de Mercados</i> . Bogotá, Colombia: McGraw-Hill/Interamericana Editores.				
Muestra: (parte que va a ser evaluado) cualitativo, cuantitativo (entrevista)					
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación de la técnica de muestreo	
Daniel Salomón Behar Rivero	2008	Behar, Señala que “La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Se puede decir que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus necesidades al que llamamos población” (p.51).	La muestra es un subconjunto de individuos o elementos de la población .	Se toma una muestra representativa, para este caso son treinta productores/socios y tres miembros de la junta directiva de la asociación.	
Número de colaboradores:		30 productores y 3 miembros de la junta directiva de la asociación.			
Referencia:	Behar, D. (2008). <i>Metodología de la investigación</i> . Argentina: Shalom				

Técnica: Encuesta					
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	Redacción final
César Augusto Bernal Torres	2010	Bernal, menciona que “Es una de las técnicas de recolección de información más usadas, a pesar de que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas” (p.194).	Es una técnica muy usada para la recolección de datos pese a que cada vez se pierde credibilidad.	La encuesta es una técnica que se utilizará para poder obtener los datos cuantitativos.	La encuesta se aplicará a los productores/socios de la asociación para obtener datos cuantitativos.
Referencia:	Bernal, C. (2010). <i>Metodología de la investigación: administración economía, humanidades y ciencias sociales</i> . Tercera edición. Colombia: Pearson Educación				
Instrumento: Cuestionario					
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	Redacción final
César Augusto Bernal Torres	2010	Bernal, indicó que el “conjunto de preguntas organizadas sobre un tema de investigación y que se utiliza para obtener información relacionada con los objetivos en la investigación” (p.286).	El cuestionario es un conjunto de interrogaciones sobre un tema en específico y se utilizará para la obtención de información .	Este instrumento será aplicado para obtener información con relación a los objetivos planteados.	El cuestionario como instrumento de investigación nos permitirá obtener información con relación a los objetivos propuestos.
Referencia:	Bernal, C. (2010). <i>Metodología de la investigación: administración economía, humanidades y ciencias sociales</i> . Tercera edición. Colombia: Pearson Educación				

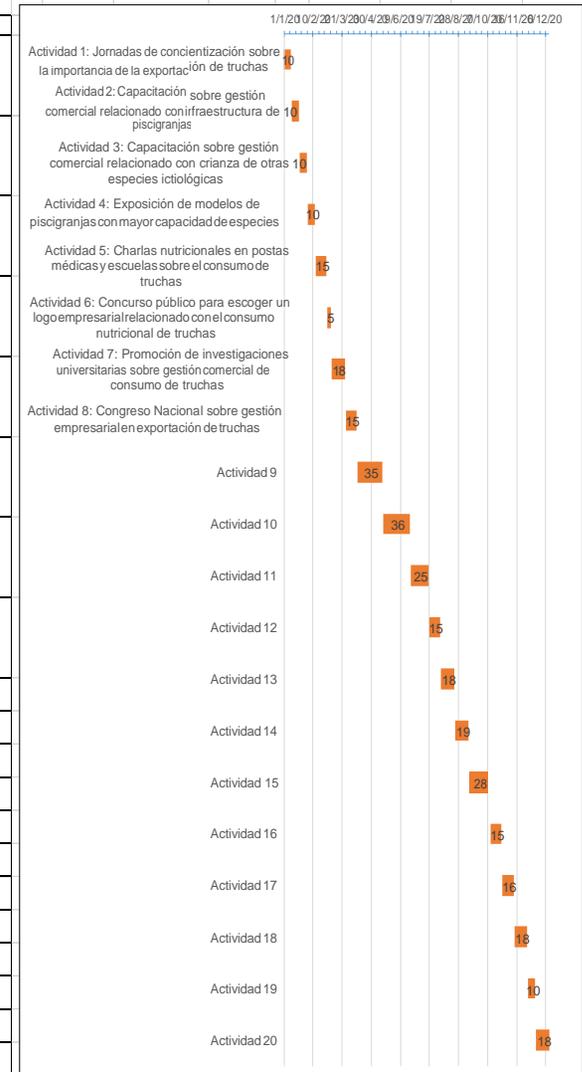
Técnica: Entrevista					
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	Redacción final
César Augusto Bernal Torres	2010	Bernal, mencionó que es una “Técnica orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideren fuente de información. Tiene como propósito obtener información más espontánea y abierta” (p.194).	La entrevista es básicamente el contacto directo que se tiene con la fuente de información. El cual proporciona una información más espontánea.	Se aplicará para la obtención de nuestros resultados cualitativos.	La entrevista se aplicará a los miembros de la junta directiva de la asociación para obtener datos cualitativos.
Referencia:	Bernal, C. (2010). <i>Metodología de la investigación: administración economía, humanidades y ciencias sociales</i> . Tercera edición. Colombia: Pearson Educación				
Instrumento: Guía de entrevista					
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	Redacción final
César Augusto Bernal Torres	2010	Bernal, señaló que “Teniendo en cuenta el tema que se va a tratar, el tipo de entrevista que va a realizarse y las personas que se van a entrevistar” (p.257).	La guía de entrevista es esencialmente un documento que contiene los temas, preguntas y aspectos a analizar.	Será aplicada, para llevar un orden, ya que, es un documento que contiene los pasos a seguir.	La guía de entrevista como instrumento de investigación nos permite obtener información de manera más estructurada.
Referencia:	Bernal, C. (2010). <i>Metodología de la investigación: administración economía, humanidades y ciencias sociales</i> . Tercera edición. Colombia: Pearson Educación				

N°	ACTIVIDADES	CRONOGRAMA (Sesiones)															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	Inducción	X		X		X			X			X	X			X	
2	Determinación de los proyectos de investigación	X															
3	Planteamiento y formulación del problema		X														
4	Justificación			X													
5	Antecedentes y objetivos de la investigación				X	X											
6	Marco teórico					X	X										
7	Metodología de investigación: Enfoque y tipo investigación.							X									
8	Población, muestra y muestreo								X								
9	Técnicas e instrumentos de recolección de datos. Validación en campo de los instrumentos.									X							
10	Aspectos administrativos									X							
11	Presentación del proyecto de tesis. (informe completo preliminar)									X							
12	Revisión del proyecto de tesis										X	X					
13	Estudiante corrige												X	X	X		
14	Presentación de proyecto de tesis																X

Diagnóstico		Priorización de problemas	Consolidación del problema	Evaluación de alternativas						1.00	Puntaje Total	Categoría solución	Problemas	Objetivos de la propuesta	
				Alternativas de Solución	Tiempo	Costo	Impacto económico	Impacto tecnológico	Impacto social						
Cuantitativo	1.-Un preocupante 10% indican que nunca recibieron ese tipo de orientaciones técnicas por parte del Estado.	A. La producción de las piscigranjas no abastece al mercado de consumidores	A. El consumo de Truchas tiende a aumentar considerablemente y los criadores no se abastecen para cubrir la demanda. Además no se informa las propiedades nutricionales del producto. La mayoría de criadores no se encuentra asociado por múltiples razones y esto dificulta el proceso de exportación de las Truchas	1	S1. Implementación efectiva sobre gestión empresarial para la mejora de la infraestructura de crianza de las truchas	3	4	4	1	3	3.400	3.900	A. La producción de las piscigranjas no abastece al mercado de consumidores	1.-Fortalecer las capacidades de gestión empresarial para la mejora de la infraestructura de la piscigranja de truchas	
	2			S2. Elaboración de campañas publicitarias y de marketing para el consumo de truchas en los medios de comunicación y el Internet	3	4	4	4	4	3.900	b. El cliente no conoce las propiedades y bondades de consumir truchas				2.-Diseñar campañas de publicidad y marketing local e internacional sobre las bondades y propiedades del consumo de truchas
Cualitativo	1.- Muchos clientes la consumen, pero desconocen sus bondades y su importancia de este alimento en la dieta nutritiva de las personas	b. El cliente no conoce las propiedades y bondades de consumir truchas	c. La asociatividad. Los socios de truchas no están asociados ni conocen las ventajas de una asociatividad	3	S3. Elaboración de una campaña de reflexión y sensibilización sobre la importancia de la asociatividad de criadores de truchas	4	4	2	1	4			3.300	S2. Elaboración de campañas publicitarias y de marketing para el consumo de truchas en los medios de comunicación y el Internet	
	4			S4	2	2	2	2	2	2.000					

Problema 1:	La producción de las piscigranjas no abastece al mercado de consumidores	Objetivo:	Fortalecer las capacidades de gestión empresarial para la mejora de la infraestructura de la crianza de truchas	Alternativa de solución:	Implementación efectiva sobre gestión empresarial para la mejora de la infraestructura de crianza de las truchas
--------------------	---	------------------	--	---------------------------------	---

Actividades:									
Nro	Actividad	Inicio	Dias	Fin	Logro parcial	Responsable/s	Ingresos	Egresos	Utilidad/Pérdida
1	Actividad 1: Jornadas de concientización sobre la importancia de la exportación de truchas	1/01/2020	10	11/01/2020	Los criadores de Trucha tendrán conocimiento de la importancia de la exportación de su producto	Comisión de criadores	5,500.00	4,500.00	1,000.00
2	Actividad 2: Capacitación sobre gestión comercial relacionado con infraestructura de piscigranjas	12/01/2020	10	22/01/2020	Compromiso para la adquisición de las nuevas piscigranjas	Criadores - Asesores de venta	7,000.00	7,050.00	-50.00
3	Actividad 3: Capacitación sobre gestión comercial, relacionado con crianza de otras especies ictiológicas	23/01/2020	10	2/02/2020	Los empresarios podrán tener nuevas posibilidades de criar otras especies ictiológicas	Comisión de criadores	7,200.00	7,050.00	150.00
4	Actividad 4: Exposición de modelos de piscigranjas con mayor capacidad de especies	3/02/2020	10	13/02/2020	La exposición se difundirá a nivel nacional	Criadores de Truchas	33,250.00	32,500.00	750.00
5	Actividad 5: Charlas nutricionales en postas médicas y escuelas sobre el consumo de truchas	14/02/2020	15	29/02/2020	Se difundirá a la comunidad los beneficios del consumo de Truchas	Comisión de imagen institucional	8,200.00	8,600.00	-400.00
6	Actividad 6: Concurso público para escoger un logo empresarial relacionado con el	1/03/2020	5	6/03/2020	La población participará en el diseño del logo empresarial con creatividad e innovación	Comisión de concurso	9,000.00	8,050.00	950.00
7	Actividad 7: Promoción de investigaciones universitarias sobre gestión comercial de	7/03/2020	18	25/03/2020	El fomento de investigaciones y su sistematización en una publicación traerá nuevos estudios	Comisión de proyección a la comunidad	43,000.00	43,100.00	-100.00
8	Actividad 8: Congreso Nacional sobre gestión empresarial en exportación de truchas	26/03/2020	35	10/05/2020	Se difundirá en el mundo académico la importancia exportadora de las Truchas	Comisión de proyección a la comunidad	50,000.00	10,700.00	39,300.00
9	Actividad 9	17/05/2020	36	22/06/2020			0.00	0.00	0.00
10	Actividad 10	23/06/2020	25	18/07/2020			0.00	0.00	0.00
11	Actividad 11	19/07/2020	15	3/08/2020			0.00	0.00	0.00
12	Actividad 12	4/08/2020	18	22/08/2020			0.00	0.00	0.00
13	Actividad 13	23/08/2020	19	11/09/2020			0.00	0.00	0.00
14	Actividad 14	12/09/2020	28	10/10/2020			0.00	0.00	0.00
15	Actividad 15	11/10/2020	15	26/10/2020			0.00	0.00	0.00
16	Actividad 16	27/10/2020	16	12/11/2020			0.00	0.00	0.00
17	Actividad 17	13/11/2020	18	1/12/2020			0.00	0.00	0.00
18	Actividad 18	2/12/2020	10	12/12/2020			0.00	0.00	0.00
19	Actividad 19	13/12/2020	18	31/12/2020			0.00	0.00	0.00
20	Actividad 20								

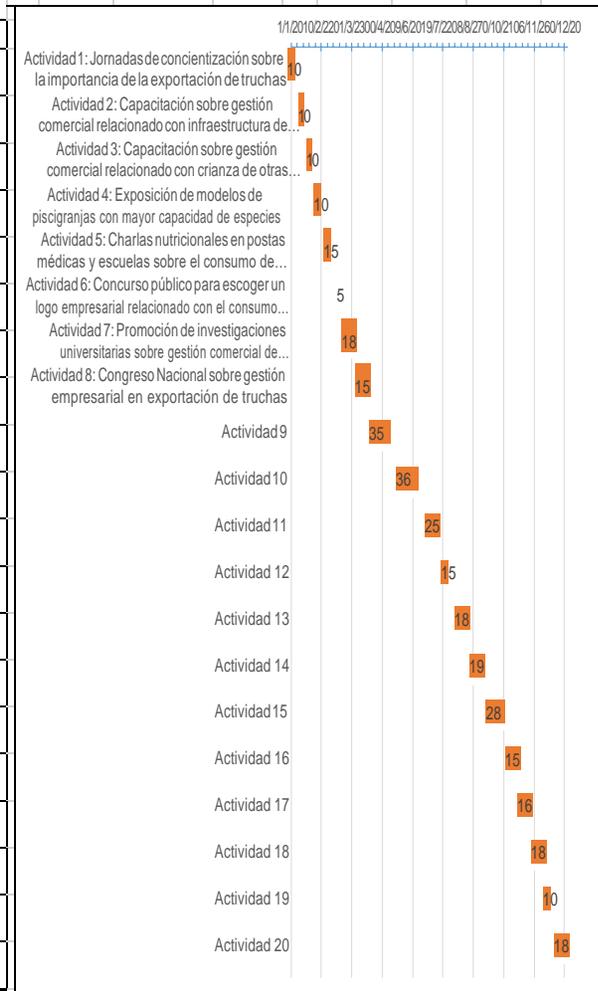


S/ 163,150.00 S/ 121,550.00 S/ 41,600.00

Problema 2:	El cliente no conoce las propiedades y bondades de consumir truchas	Objetivo:	Diseñar campañas de publicidad y marketing local e internacional sobre la exportación y preferencia por el consumo de truchas	Alternativa de solución:	Elaboración de campañas publicitarias y de marketing para el consumo de truchas en los medios de comunicación y el Internet
--------------------	--	------------------	--	---------------------------------	--

Actividades:

Nro	Actividad	Inicio	Dias	Fin	Logro parcial	Responsable/s	Ingresos	Egresos	Utilidad/Pérdida
1	Actividad 1: Estudio de mercado sobre la preferencia de consumo	1/01/2020	10	11/01/2020	Se conocerán preferencias e índice de consumo de especies	Equipo de Marketing	13520.00	13550.00	-30.00
2	Actividad 2: Fomento en el uso de estrategias de publicidad	12/01/2020	5	17/01/2020	Se diseñarán estrategias visuales de publicidad	Equipo de Imagen Institucional	3600.00	3350.00	250.00
3	Actividad 3: Fomento en el uso de estrategias de publicidad	18/01/2020	10	28/01/2020	Se diseñarán estrategias virtuales de publicidad	Equipo de Imagen Institucional	3400.00	3350.00	50.00
4	Actividad 4: Elaboración de un spot publicitario con la marca	29/01/2020	12	10/02/2020	Se difundirá los beneficios de consumir truchas y se	Equipo de Marketing e Imagen Institucional	50000.00	35500.00	14500.00
5	Actividad 5: Visita y aporte testimonial de criadores	11/02/2020	15	26/02/2020	Se dialogará con personas emprendedoras y se conocerán	Equipo de Imagen Institucional y criadores de	20500.00	19800.00	700.00
6	Actividad 6: Concurso gastronómico escolar: La receta	27/02/2020	5	3/03/2020	Los estudiantes volcarán su creatividad en la elaboración de	Equipo de Imagen Institucional y criadores de	6000.00	5200.00	800.00
7	Actividad 7: Elaboración de platillos gastronómicos con	4/03/2020	18	22/03/2020	Se difundirá el consumo de Truchas con la feria y se	Equipo de Imagen Institucional y criadores de	17900.00	15200.00	2700.00
8	Actividad 8: Jornada de intercambio de experiencias	23/03/2020	25	17/04/2020	Se podrá contar con experiencias locales y la presencia	Equipo de Marketing e Imagen Institucional	16600.00	14600.00	2000.00
9	Actividad 9	18/04/2020	35	23/05/2020			0.00	0.00	0.00
10	Actividad 10	24/05/2020	36	29/06/2020			0.00	0.00	0.00
11	Actividad 11	30/06/2020	25	25/07/2020			0.00	0.00	0.00
12	Actividad 12	26/07/2020	15	10/08/2020			0.00	0.00	0.00
13	Actividad 13	11/08/2020	18	29/08/2020			0.00	0.00	0.00
14	Actividad 14	30/08/2020	19	18/09/2020			0.00	0.00	0.00
15	Actividad 15	19/09/2020	12	1/10/2020			0.00	0.00	0.00
16	Actividad 16	2/10/2020	15	17/10/2020			0.00	0.00	0.00
17	Actividad 17	18/10/2020	16	3/11/2020			0.00	0.00	0.00
18	Actividad 18	4/11/2020	18	22/11/2020			0.00	0.00	0.00
19	Actividad 19	23/11/2020	19	12/12/2020			0.00	0.00	0.00
20	Actividad 20	13/12/2020	18	31/12/2020			0.00	0.00	0.00
							S/ 131,520.00	S/110,550.00	S/ 20,970.00



Problema 3:	La asociatividad. Los socios de truchas no están asociados ni conocen las ventajas de una asociatividad	Objetivo:	Fomentar la asociatividad de los criaderos de truchas mediante la reflexión y concientización empresarial para la exportación a nuevos mercados	Alternativa de solución:	Elaboración de una campaña de reflexión y sensibilización sobre la importancia de la asociatividad de criaderos de truchas
--------------------	---	------------------	---	---------------------------------	--

Actividades:									
Nro	Actividad	Inicio	Días	Fin	Logro parcial	Responsable/s	Ingresos	Egresos	Utilidad/Pérdida
1	Reunión de fomento de la asociatividad	1/01/2020	10	11/01/2020	Los criaderos no asociados tendrán conocimiento de los	Impulsadores y encuestadores	5000.00	5000.00	0.00
2	Trabajo de campo: impulsando la unión empresarial	12/01/2020	5	17/01/2020	Se afianza la importancia de asociatividad a nivel nacional	Equipo televisivo contratado y criaderos asociados	4000.00	3750.00	250.00
3	Selección de nuevos socios al comité de	18/01/2020	10	28/01/2020	Numero mayor de nuevos asociados	Comision de inscripción	3600.00	3750.00	-150.00
4	Trabajo del comité de damas de esposas de	29/01/2020	12	10/02/2020	Identidad familiar con la asociatividad	Comision de inscripción	7500.00	6200.00	1300.00
5	Trabajo del directorio de la asociación	11/02/2020	15	26/02/2020	Formación de un directorio tras el proceso de inscripción	Criaderos asociados	6300.00	6200.00	100.00
6	Reuniones de trabajo entre los asociados	27/02/2020	5	3/03/2020	Distribucion de funciones de los nuevos asociados	Directorio de los nuevos asociados	5000.00	2700.00	2300.00
7	Trabajo de derecho comercial y exportación	4/03/2020	18	22/03/2020	Mayor conocimiento de tematicas relacionadas con la exportación	Comision de imagen institucional	3000.00	2700.00	300.00
8	Trabajo de comunicación asertiva y trabajo en equipo	23/03/2020	25	17/04/2020	Se afianza la comunicación y el trabajo en equipo entre los	Comisión de imagen institucional	3000.00	2700.00	300.00
9	Actividad 9	18/04/2020	35	23/05/2020			0.00	0.00	0.00
10	Actividad 10	24/05/2020	36	29/06/2020			0.00	0.00	0.00
11	Actividad 11	30/06/2020	25	25/07/2020			0.00	0.00	0.00
12	Actividad 12	26/07/2020	15	10/08/2020			0.00	0.00	0.00
13	Actividad 13	11/08/2020	18	29/08/2020			0.00	0.00	0.00
14	Actividad 14	30/08/2020	19	18/09/2020			0.00	0.00	0.00
15	Actividad 15	19/09/2020	12	1/10/2020			0.00	0.00	0.00
16	Actividad 16	2/10/2020	15	17/10/2020			0.00	0.00	0.00
17	Actividad 17	18/10/2020	16	3/11/2020			0.00	0.00	0.00
18	Actividad 18	4/11/2020	18	22/11/2020			0.00	0.00	0.00
19	Actividad 19	23/11/2020	19	12/12/2020			0.00	0.00	0.00
20	Actividad 20	13/12/2020	18	31/12/2020			0.00	0.00	0.00
							S/ 37,400.00	S/ 33,000.00	S/ 4,400.00

