



UNAP



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**PARTICIPACIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA
ACUATRADE SAC. EN EL MERCADO EXPORTADOR
DE PECES ORNAMENTALES DE LA REGIÓN
LORETO, PERIODO 2013 - 2017**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
MAESTRO EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**AUTORES : RUY PEDRO REÁTEGUI PIZANGO
ROBERTO CARLOS AMORETTI CASAS**

ASESORES: Dr. FREDDY MARTÍN PINEDO MANZUR

IQUITOS – PERÚ

2018



UNAP

Escuela de Postgrado "JOSÉ TORRES VÁSQUEZ"
Oficina de Asuntos Académicos



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS
037-2018-OAA-EPG-UNAP

Con **Resolución Directoral N° 0835-2018-EPG-UNAP**, se autoriza la sustentación de la tesis: "PARTICIPACIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA ACUATRADE S.A.C. EN EL MERCADO EXPORTADOR DE PECES ORNAMENTALES DE LA REGIÓN LORETO, PERIODO 2013 - 2017", designando como jurados a los siguientes profesionales:

Dr. Víctor Arturo Jesús Castillo Canani	Presidente
Mgr. Jorge Luis Arrué Flores	Miembro
Mgr. Pedro Lito Rivera Cardozo	Miembro

A los Dieciocho días del mes de Agosto de 2018, a horas 10:00 a.m., en el Auditorio de la Escuela de Postgrado de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana, se constituyó el Jurado Evaluador y dictaminador, para presenciar y evaluar la sustentación de la tesis: "PARTICIPACIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA ACUATRADE S.A.C. EN EL MERCADO EXPORTADOR DE PECES ORNAMENTALES DE LA REGIÓN LORETO, PERIODO 2013 - 2017" presentado por los señores **Ruy Pedro Reátegui Pizango y Roberto Carlos Amoretti Casas**, como requisito para optar el Grado Académico de **Maestro en Gestión Empresarial**, que otorga la UNAP de acuerdo a la Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.

Después de haber escuchado la sustentación y luego de formuladas las preguntas, éstas fueron: RES PONDIDAS SATISFACTORIAMENTE

El Jurado, después de la deliberación correspondiente en privado, llegó a las siguientes conclusiones, la sustentación es:

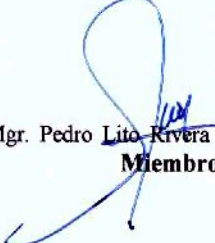
- Aprobado como: a) Excelente () b) Muy bueno (X) c) Bueno ()
- Desaprobado: ()

Observaciones : NINGUNA

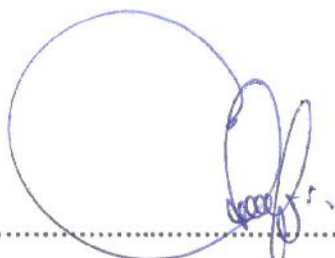
A Continuación, el Presidente del Jurado, da por concluida la sustentación, siendo las 11:30 a.m. del Dieciocho de Agosto del 2018; con lo cual, se le declara a las sustentantes APTOS para recibir el Grado Académico de **Maestro en Gestión Empresarial**.


Dr. Víctor Arturo Jesús Castillo Canani
Presidente


Mgr. Jorge Luis Arrué Flores
Miembro

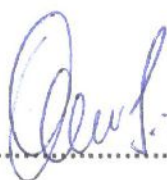

Mgr. Pedro Lito Rivera Cardozo
Miembro

TESIS APROBADA EN SUSTENTACIÓN PÚBLICA DEL DÍA 18 DEL
MES DE AGOSTO DEL AÑO 2018, EN EL AUDITORIO DE LA
ESCUELA DE POSTGRADO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA
AMAZONÍA PERUANA, EN LA CIUDAD DE IQUITOS – PERÚ.



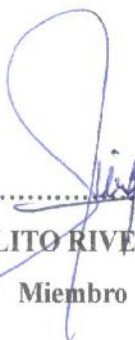
.....
Dr. VÍCTOR ARTURO JESÚS CASTILLO CANANI

Presidente



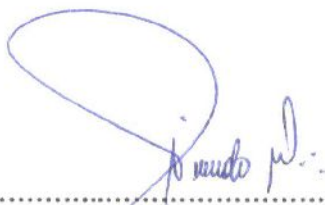
.....
Mgr. JORGE LUIS ARRUÉ FLORES

Miembro



.....
Mgr. PEDRO LITO RIVERA CARDOZO

Miembro



.....
Dr. FREDDY MARTÍN PINEDO MANZUR

Asesor

DEDICATORIA

Agradezco mucho a mi familia por el apoyo constante, especialmente a mi esposa e hijo por sentar en mí la base de responsabilidad y deseo de superación, pero sobre todo por estar siempre motivándome para concluir cada una de las metas que me propongo.

Agradezco a mi compañero de tesis por la paciencia y respaldo para seguir con el objetivo de culminar la investigación; por los buenos y malos momentos en los que convivimos día a día en las aulas.

Ruy Pedro Reátegui Pizango

Este proyecto está dedicado a mis padres, fuente de motivación e inspiración en mi vida, quienes, me enseñaron y forjaron a ser lo que soy hoy en día. Su ímpetu y ganas de seguir adelante superando los obstáculos, me han valido como línea guía a seguir y destacar en lo que me desempeñe. También dedico este proyecto de manera muy especial a mi esposa y mis cuatro hijos que representan todo en mi vida, motor y motivo de mi gran esfuerzo y dedicación. A ellos dedico, esta tesis magistral, ya que, sin sus palabras de aliento, nada hubiese podido ser.

Roberto Carlos Amoretti Casas

RECONOCIMIENTO

Agradecemos a Dios por guiarnos y bendecirnos en nuestro día a día, por darnos la fortaleza, las ganas y la capacidad de desarrollarnos como personas y profesionales, por proteger nuestro camino y cuidar de los nuestros.

A nuestros queridos padres, por estar siempre apoyándonos, ejemplo de lucha, dedicación y fortaleza.

A nuestro Asesor de Tesis, **Dr. FREDDY MARTÍN PINEDO MANZUR**, por su tiempo y dedicación. Su amplio conocimiento, sus experiencias, por la calidad de profesional y persona que es, sus consejos, y su motivación han sido primordiales para lo que hemos desarrollado. Estamos sumamente agradecidos con él, ya que hemos aprendido mucho por intermedio suyo varios ámbitos que nos han permitido tener una mejor visión tanto de manera profesional como humana.

Los Autores.

PARTICIPACIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA ACUATRADE SAC. EN EL MERCADO EXPORTADOR DE LA REGIÓN LORETO, PERIODO 2013 - 2017

Ruy Pedro Reátegui Pizango
Roberto Carlos Amoretti Casas

RESUMEN

El análisis de la posición estratégica de la empresa ACUATRADE S.A.C., muestra que esta ocupó el primer lugar en el mercado exportador de peces ornamentales de la región Loreto, en el periodo 2013 – 2017. Esta actividad es una de las principales en la economía regional y la tercera en importancia en cuanto a generación de divisas se refiere, después de la madera y los combustibles, dependiendo un gran número de familias amazónicas de ella. El objetivo de la presente investigación es analizar la participación estratégica de la empresa ACUATRADE S.A.C. en el mercado exportador de peces ornamentales de la región Loreto, en el periodo 2013 – 2017 que, como se mencionó líneas arriba, ocupa el primer lugar. Para ello, se llevó a cabo la presente investigación de tipo Descriptivo y de diseño No Experimental, analizando la evolución de las exportaciones de peces ornamentales de manera mensual, notándose que existe estacionalidad en los meses abril y noviembre. Por otro lado, los valores exportados tuvieron un comportamiento decreciente a lo largo de toda la serie en estudio, partiendo de US\$ 3,601,170.50 el año 2013, para cerrar con US\$ 2,654,268.62 el año 2017. El número de empresas exportadoras estuvo entre 23 (año 2014) y 27 (año 2017), con un promedio de 24.6 empresas. En ese mismo sentido, las exportaciones anuales promedio fueron de US\$ 3,101,104.66. Los envíos se dirigieron a 34 países de destino siendo Hong Kong el principal, al haber concentrado el 37.22% de los envíos por un valor de US\$ 5,771,773.21. En segunda posición se encuentra el Japón con el 11.12% de los envíos por un monto de US\$ 1,724,652.75. Cabe destacar que entre ambos mercados concentran las exportaciones de peces ornamentales de Loreto en 48.34%; es decir, aproximadamente la mitad. Lo mismo sucede con las exportaciones de ACUATRADE S.A.C., las que se encuentran concentradas en dos mercados de destino: Hong Kong con el 43.30% por un valor de US\$ 4,846,255.79; y China con 12.12% ascendiente a US\$ 1,356,055.42; significando entre ambas el 55.42% de las exportaciones totales. En este caso, también existe concentración de mercado en pocos países de destino, lo que reviste una situación de riesgo siendo necesaria una diversificación del mismo. De acuerdo a lo observado, se puede afirmar que la empresa ACUATRADE S.A.C. es la principal exportadora de peces ornamentales de la región Loreto y del Perú, no teniendo competidores cercanos, por lo que, gran parte de las exportaciones totales se debe al trabajo llevado a cabo por esta empresa, de ahí la importancia en el posicionamiento estratégico en el mercado.

Palabras Clave: Peces Ornamentales, Exportaciones, Posicionamiento Estratégico, Mercado de Destino, Acuario Comercial.

STRATEGIC PARTICIPATION OF THE COMPANY ACUATRADE SAC. IN THE EXPORT MARKET OF THE LORETO REGION, PERIOD 2013 - 2017

Ruy Pedro Reátegui Pizango
Roberto Carlos Amoretti Casas

ABSTRACT

The analysis of the strategic position of the company ACUATRADE SAC, shows that it occupied the first place in the export market of ornamental fish of the Loreto region, in the period 2013 - 2017. This activity is one of the main ones in the regional economy and the third in importance in terms of generating foreign currency, after the wood and fuels, a large number of Amazon families depend on it. The objective of this research is to analyze the strategic participation of the company ACUATRADE S.A.C. in the export market of ornamental fish of the Loreto region, in the period 2013 - 2017, which, as mentioned above, ranks first. For this purpose, the present research was carried out in a descriptive and non-experimental design, analyzing the evolution of ornamental fish exports on a monthly basis, noting that there is seasonality in the months of April and November. On the other hand, the exported values had a decreasing behavior throughout the series under study, starting from US \$ 3,601,170.50 in 2013, to close with US \$ 2,654,268.62 in the year 2017. The number of exporting companies was between 23 (year 2014) and 27 (year 2017), with an average of 24.6 companies. In that same sense, the average annual exports were US \$ 3,101,104.66. Shipments were directed to 34 countries of destination with Hong Kong being the main one, having concentrated 37.22% of the shipments for a value of US \$ 5,771,773.21. In second position is Japan with 11.12% of shipments for an amount of US \$ 1,724,652.75. It should be noted that between both markets concentrate exports of ornamental fish from Loreto in 48.34%; that is, approximately half. The same happens with the exports of ACUATRADE S.A.C., which are concentrated in two markets of destination: Hong Kong with 43.30% for a value of US \$ 4,846,255.79; and China with 12.12% ascendant to US \$ 1,356,055.42; meaning between them 55.42% of total exports. In this case, there is also market concentration in a few countries of destination, which is a risk situation and diversification is necessary. According to the observation, it can be affirmed that the company ACUATRADE S.A.C. is the main exporter of ornamental fish from the Loreto region and Peru, not having close competitors, so, a large part of the total exports is due to the work carried out by this company, hence the importance in the strategic positioning in the market.

Key Words: Ornamental Fish, Exports, Strategic Positioning, Destination Market, Commercial Aquarium.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	<u>Pág.</u>
ACTA DE SUSTENTACIÓN	ii
HOJA DE APROBACIÓN	iii
DEDICATORIA	iv
RECONOCIMIENTO	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	viii
ÍNDICE DE CUADROS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
CAPÍTULO I.....	01
1.1. Introducción	01
1.2. Problemas de Investigación	02
1.2.1. Problema General.....	03
1.2.2. Problema Específico.....	03
1.3. Objetivos	04
a) General	04
b) Específicos	04
CAPÍTULO II	05
2.1. Marco Teórico	05
2.1.1. Antecedentes	05
2.1.2. Bases Teóricas.....	14
2.1.3. Marco Conceptual	20
2.1.4. Marco Legal	23
2.2. Definiciones Operacionales	27
2.3. Hipótesis.....	28
2.3.1. Hipótesis General	28
2.3.2. Hipótesis Específica	28

CAPÍTULO III.....	29
3. Metodología	29
3.1. Método de Investigación	29
3.2. Diseños de Investigación.....	29
3.3. Población y Muestra.....	29
3.4. Técnicas e Instrumentos	30
3.5. Procedimiento de Recolección de Datos.....	30
3.6. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos	31
3.7. Protección de los Derechos Humanos.....	31
CAPÍTULO IV	32
RESULTADOS.....	32
CAPÍTULO V	48
DISCUSIÓN	48
CAPÍTULO VI.....	55
PROPUESTAS.....	55
CAPÍTULO VII	57
CONCLUSIONES	57
CAPÍTULO VIII	59
RECOMENDACIONES	59
CAPÍTULO IX.....	61
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA	61

ÍNDICE DE CUADROS

	<u>Pág.</u>
Cuadro N° 01: Exportación de Peces Ornamentales de Loreto, Periodo 2013.....	32
Cuadro N° 02: Exportación de Peces Ornamentales de Loreto, Periodo 2014.....	33
Cuadro N° 03: Exportación de Peces Ornamentales de Loreto, Periodo 2015.....	34
Cuadro N° 04: Exportación de Peces Ornamentales de Loreto, Periodo 2016.....	35
Cuadro N° 05: Exportación de Peces Ornamentales de Loreto, Periodo 2017.....	36
Cuadro N° 06: Empresas Exportadoras de Peces Ornamentales, Periodo 2013.....	37
Cuadro N° 07: Empresas Exportadoras de Peces Ornamentales, Periodo 2014.....	38
Cuadro N° 08: Empresas Exportadoras de Peces Ornamentales, Periodo 2015.....	39
Cuadro N° 09: Empresas Exportadoras de Peces Ornamentales, Periodo 2016.....	40
Cuadro N° 10: Empresas Exportadoras de Peces Ornamentales, Periodo 2017.....	41
Cuadro N° 11: País de Destino de las Exportaciones de Peces Ornamentales, Periodo 2013.....	42
Cuadro N° 12: País de Destino de las Exportaciones de Peces Ornamentales, Periodo 2014.....	44
Cuadro N° 13: País de Destino de las Exportaciones de Peces Ornamentales, Periodo 2015.....	45
Cuadro N° 14: País de Destino de las Exportaciones de Peces Ornamentales, Periodo 2016.....	46

Cuadro N° 15: País de Destino de las Exportaciones de Peces Ornamentales, Periodo 2017.....	47
Cuadro N° 16:Empresas Exportadoras de Peces Ornamentales, Periodo 2013- 2017.....	49
Cuadro N° 17:Número de Empresas Exportadoras de Peces Ornamentales, Periodo 2013 – 2017.....	51
Cuadro N° 18:País de Destino de las Exportaciones de Peces Ornamentales, Periodo 2013 – 2017.....	52
Cuadro N° 19:Exportaciones de la Empresa Acuatrade SAC por País de Destino, Periodo 2013-017.....	53

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	<u>Pág.</u>
Gráfico N° 01: Exportación de Peces Ornamentales de Loreto, Periodo 2013.....	33
Gráfico N° 02: Exportación de Peces Ornamentales de Loreto, Periodo 2014.....	34
Gráfico N° 03:Exportación de Peces Ornamentales de Loreto, Periodo 2015.....	35
Gráfico N° 04:Exportación de Peces Ornamentales de Loreto, Periodo 2016.....	36
Gráfico N° 05:Exportación de Peces Ornamentales de Loreto, Periodo 2017.....	37
Gráfico N° 06:Empresas Exportadoras de Peces Ornamentales, Periodo 2013.....	38
Gráfico N° 07:Empresas Exportadoras de Peces Ornamentales, Periodo 2014.....	39
Gráfico N° 08:Empresas Exportadoras de Peces Ornamentales, Periodo 2015.....	40
Gráfico N° 09:Empresas Exportadoras de Peces Ornamentales, Periodo 2016.....	41
Gráfico N° 10:Empresas Exportadoras de Peces Ornamentales, Periodo 2017.....	42
Gráfico N° 11:País de Destino de las Exportaciones de Peces Ornamentales, Periodo 2013.....	43
Gráfico N° 12:País de Destino de las Exportaciones de Peces Ornamentales, Periodo 2014.....	44
Gráfico N° 13: País de Destino de las Exportaciones de Peces Ornamentales, Periodo 2015.....	45
Gráfico N° 14: País de Destino de las Exportaciones de Peces Ornamentales, Periodo 2016.....	46

Gráfico N° 15: País de Destino de las Exportaciones de Peces Ornamentales, Periodo 2017.....	47
Gráfico N° 16:Empresas Exportadoras de Peces Ornamentales, Periodo 2013-2017.....	50
Gráfico N° 17:Número de Empresas Exportadoras de Peces Ornamentales, Periodo 2013 – 2017.....	51
Gráfico N° 18:País de Destino de las Exportaciones de Peces Ornamentales, Periodo 2013 – 2017.....	52
Gráfico N° 19:Exportaciones de la Empresa Acuatrade SAC por País de Destino, Periodo 2013-017.....	54

CAPÍTULO I

1.1. INTRODUCCIÓN.

La exportación de peces ornamentales es una de las principales actividades económicas de la región Loreto, y la tercera en importancia después de la madera y los combustibles en el periodo de estudio 2013 – 2017. Debido a estudios efectuados por el Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana (IIAP), son aproximadamente 10,000 las familias que dependen de esta actividad en Loreto a lo largo de toda la cadena productiva, que va desde las zonas de pesca o acopio hasta la exportación a mercados internacionales.

De acuerdo a la presente investigación, las exportaciones fueron realizadas por 27 empresas y se dirigieron a 34 mercados de destino llegando a sumar US\$ 15,505,523.32 en el periodo 2013 - 2017. La principal empresa exportadora fue ACUATRADE S.A.C. que concentró el 57.36% del valor exportado equivalente a la suma de US\$ 8,894,711.25; mientras que el mercado de destino que concentró el mayor valor de los envíos fue Hong Kong con el 37.22% del valor de los envíos, ascendiendo a la suma de US\$ 5,771,773.21. Esta situación demuestra una gran concentración de las exportaciones en pocas empresas y pocos mercados de destino, hecho que reviste de mucho riesgo ya que, si cualquiera de ellos entra en crisis, acarrearía en su caída a las cifras de exportación de la región. En tal sentido, resulta de urgencia comenzar a diversificar empresas y mercados.

La estructura de esta investigación se detalla en el Índice, mostrando total coherencia entre un capítulo y otro con la finalidad de demostrar la Hipótesis General planteada, así como las Hipótesis Específicas. Luego, se estudian los datos y se validan las hipótesis para, posteriormente, arribar a las Conclusiones y Recomendaciones, en los respectivos capítulos que conforman la presente investigación.

1.2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

En la región Loreto, se viene exportando productos que provienen de la biodiversidad, caracterizados por ser materia prima con poco valor agregado; el principal producto de exportación es la madera, que es también una de las principales actividades generadoras de divisas para la región, aunque sin planes eficaces de manejo de este recurso y poca conciencia ambientalista, otro de los principales productos de exportación es el combustible proveniente principalmente de la refinería de Petroperú, también se tiene a los peces ornamentales, seguido por algunos productos agroindustriales como el camu camu, el palmito, sachu inchi, entre otros, y por último se tiene a la artesanía. Todos estos sectores constituyen una importante fuente generadora de empleo e ingresos para la sociedad y la región en su conjunto.

En tanto, a la exportación de peces ornamentales, a pesar de las distintas dificultades que presenta en los últimos años en relación a las exportaciones, aún representa un negocio rentable para hacer empresa y tiene el potencial para recuperar los niveles de crecimiento y comercialización a nichos de mercado especializados en el exterior.

En el marco del presente contexto, surge la creación, formalización y operación de la empresa ACUATRADE S.A.C; iniciando sus actividades en el año 2012, cuyo objeto, valga la redundancia se traduce en la exportación de peces ornamentales, el mismo que logra concretarse el siguiente año; puesto que el primer año fue una etapa de consolidación de gestión administrativa, legal y comercial de la empresa. De esta manera la empresa empezó a generar en forma directa e indirecta réditos para los fines privados, divisas locales y puestos de trabajo a la cadena del sector.

1.2.1. PROBLEMA GENERAL.

Consecuencia de la propia actividad y las gestiones de comercialización respectiva resultan provechosas y de a poco va posicionándose en el mercado nacional e internacional en la comercialización y distribución de peces ornamentales a través de sus exportaciones expresadas en Valor FOB y sus volúmenes de venta en cantidades.

ACUATRADE S.A.C. establece una política de empresa que le permite diferenciarse de la competencia para mantener los estándares de calidad incidiendo mucho en la capacitación de su personal, mejora continua de sus equipos y buenas prácticas de trabajo, el cual suma a establecer precios competitivos. Adicionalmente ofrece a sus clientes en el exterior de peces ornamentales en cantidades adecuadas, especies y sobretodo el cumplimiento a tiempo de los embarques.

En consecuencia, ACUATRADE S.A.C progresivamente va teniendo una participación relevante y estratégica en el mercado exportador de peces ornamentales de la Región Loreto en los últimos 5 años.

En tal sentido, el Problema General queda planteado de la siguiente manera:

¿Cuál fue la participación estratégica de la empresa ACUATRADE S.A.C. en el mercado exportador de peces ornamentales de la región Loreto, en el periodo 2013 – 2017?

1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

1. ¿Cuántas empresas conformaron el mercado exportador de peces ornamentales de la región Loreto, en el periodo 2013 – 2017?
2. ¿Cuál fue el principal mercado de destino de las exportaciones de peces ornamentales de la región Loreto, en el periodo 2013 - 2017?
3. ¿A qué mercados de destino se dirigieron principalmente las exportaciones de peces ornamentales de la empresa ACUATRADE S.A.C. en el periodo 2013 – 2017?

1.3. OBJETIVOS.

1.3.1. OBJETIVO GENERAL.

Analizar la participación estratégica de la empresa ACUATRADE S.A.C. en el mercado exportador de peces ornamentales de la región Loreto, en el periodo 2013 – 2017.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

1. Identificar el número de empresas que conformaron el mercado exportador de peces ornamentales de la región Loreto, en el periodo 2013 – 2017.
2. Determinar el principal mercado de destino de las exportaciones de peces ornamentales de la región Loreto, en el periodo 2013 – 2017.
3. Identificar los mercados de destino a donde se dirigieron principalmente las exportaciones de peces ornamentales de la empresa ACUATRADE S.A.C., en el periodo 2013 – 2017.

CAPÍTULO II

2.1. MARCO TEÓRICO.

2.1.1. ANTECEDENTES.

Ministerio del Ambiente (2016), en el *“Informe Final de Consultoría: Prospección, Distribución y Análisis Socioeconómico de Peces Ornamentales en las Regiones de Loreto y Ucayali”*, indica que la pesca en la región Loreto es el tercer producto de exportación y precisa que las exportaciones de peces ornamentales en miles de US\$ FOB mantienen una tendencia creciente en el largo plazo (2002-2014), desligándose de las fluctuaciones de los productos Forestales y los Combustibles; los otros dos rubros significativos en las exportaciones. En dicho estudio también se hace mención sobre la cadena de valor de peces ornamentales, conformado por pescadores de orilla o “pishiñeros”, acopiadores y/o intermediarios y exportadores; los cuales son los llamados agentes económicos, es decir, aquellas personas que, en forma individual o agrupada, se dedican a la pesca ornamental, ya sea en forma artesanal o empresarial, tanto para el comercio local, dentro de la Región Loreto e incluso Lima u otros departamentos o con fines de exportación. La recolección o captura de los peces ornamentales en la amazonía se realiza como una actividad complementaria a la agricultura y crianza de animales, mientras se espera la cosecha o el beneficio. La realizan especialmente hombres, niños, jóvenes y mayores a través de toda la amazonía, siendo en algunas cuencas más conocida y desarrollada la actividad. Existen familias dedicadas completamente a la actividad de captura de peces ornamentales durante todo el año. Mientras que, el acopio se realiza principalmente por los pescadores especializados que compran a otros pequeños pescadores de su lugar. En los últimos años los pescadores especializados venden directamente a los acuarios exportadores, especialmente por su capacidad en rapidez y volumen para conseguir las especies de exportación. El tradicional acopiador es el ex pescador especializado que se convierte en habilitador o regatón de una determinada zona de pesca que por su mejor contacto con los

compradores de los acuarios exportadores se mantiene viajando permanentemente entre la zona de pesca y la ciudad de Iquitos. La recolección, pesca o captura de peces se realizan de acuerdo a su temporada de abundancia y luego manteniéndolos en rapisheos (jaulas flotantes fabricadas con troncos flotantes y recubiertas por mallas) o en pozas de tierra, se va enviando a Iquitos de acuerdo al pedido de los exportadores. En cuanto a los exportadores se pueden clasificar entre los que principalmente venden a Miami y los Ángeles y ocasionalmente a otros destinos, conocido como los Mayameros (mercados de intermediarios) y los que venden exclusivamente a destinos que no son Miami y Los Ángeles, exportan a Europa, Asia y norte de USA, New York y Canadá, o sea a mercados de destinos finales. Los exportadores a destinos finales mayormente son acuarios de mejor infraestructura y de mayor conocimiento en el manejo de peces ornamentales, se encuentra en este grupo extranjeros y peruanos, en el grupo de exportadores a mercados intermediarios exclusivamente se encuentran peruanos y acuarios de menor capacidad en el manejo de las negociaciones para las exportaciones. Las compras de peces de los exportadores han cambiado en los últimos años, de la pesca y la compra al barrer a la compra según pedido de exportación o de acuerdo a la necesidad de reposición de stock en acuario de cada especie. El mantenimiento de peces se realiza en pozas de tierra, peceras, bandejas y cajones de madera forrados con plástico.

Con respecto al consumidor típico final de los peces ornamentales, se le denomina “aficionado” y es quien se provee de peces de los acuarios minoristas. Los acuaristas minoristas se abastecen de los mayoristas, del reproductor y algunas veces de los intermediarios internacionales. Los consumidores se pueden clasificar de la siguiente manera: acuaristas mayoristas, reproductor internacional, intermediario internacional (traders y brokers), acuarista minorista y aficionados (principiantes, intermedios y expertos).

Es de importancia mencionar que los tesisistas RUÍZ, Junior y FLORES, Miguel (2016) en la tesis “*Calidad del Agua en el Manejo Post Captura de Potamotrygon Motoro "Raya Motoro" (Pisces: Potamotrygonidae) en el Acuario Comercial "Amazon Tropicals Aquarium" de la Ciudad de Iquitos, Perú*” proponen las mejores condiciones para un manejo adecuado en calidad del agua para

temperatura (T°) y pH en un acuario comercial, para así, contribuir en la sobrevivencia y comercialización de *Potamotrygon motoro* “raya motoro”, desde el momento en que la especie sea confinada en el acuario hasta su exportación al mercado nacional e internacional. Los peces amazónicos peruanos, por su variedad, abundancia, belleza y alto valor en el mercado internacional, han dado origen a un negocio sumamente lucrativo que, en la actualidad, representa movimientos económicos del orden de millares de dólares (USA), generando significativos ingresos por concepto de divisas. Es por este motivo que la exportación de peces ornamentales está considerada como una actividad socioeconómica muy importante en la Región de Loreto, de la cual dependen numerosas familias. Es importante conocer algunos de los factores que se deben controlar para el mantenimiento de peces en cautiverio, los cuales son fundamentales para disminuir la alta mortalidad que se presentan en los centros de acopio y en general durante todo el proceso de traslado hasta el usuario final. Cabe anotar que éste es un problema inherente a esta actividad debido a la falta de planes de manejo y normativas de seguimiento durante el proceso de captura, almacenamiento y exportación. Pero hasta ahora el porcentaje de mortalidad sigue siendo significativo, más aún en las casas comerciales para la exportación de peces ornamentales, desde la captura hasta el ingreso a la casa de exportación el 20%, durante la permanencia en el acuario 30% y en el transporte aéreo (su destino) hasta 15%. La pérdida de peces ornamentales en la Amazonía Peruana, debido a mortalidad por enfermedades y otras causas referidas al manejo, representa un equivalente del 100% de lo exportado como consecuencia del mal manejo y falta de uso de medicinas se presenta tasas de mortalidad que se manifiestan a partir del volumen capturado. Aproximadamente el 50% se pierde en el proceso de comercialización, producto de un manejo inadecuado desde el momento de la captura hasta efectuarse la exportación.

PINEDO MANZUR, Martín (2015), en el artículo denominado “*Cruzando la Frontera Colombiana*”, publicado en la revista especializada *Exportando.Pe* N° 15, señala que las zonas de frontera propician una dinámica comercial muy activa, ya que es donde confluyen poblaciones que incentivan el intercambio comercial.

Así sucede con el comercio fronterizo entre Perú y Colombia, en la zona del Trapecio Amazónico, que muestra un comportamiento muy positivo debido a la creciente demanda de productos peruanos, como se ha podido comprobar en recientes trabajos de prospección. El flujo comercial de productos peruanos se realiza por vía fluvial desde Iquitos (Perú) hasta la zona de frontera, y tienen como destino las ciudades de Leticia (Colombia), Tabatinga (Brasil) y Benjamín Constant (Brasil). Es muy común encontrar en las góndolas de los supermercados de estas ciudades productos de alimentos peruanos como: leche en lata y caja, yogur, embutidos, queso, conservas de pescado en graded, filete y lomo, en aceite vegetal y agua con sal; además, pescado en salsa de tomate. Este mercado también demanda pescado fresco y congelado de los denominados “grandes bagres” (dorado, doncella o pintadilla). Existe también un notable consumo de ají charapita en conserva al natural (enteros), crema, tipo tabasco y en polvo; así como pulpa de diferentes frutas amazónicas, como camu camu, guayaba, cocona y acaí. En cuanto a bebidas, el mercado fronterizo también demanda néctares y jugos de frutas en cajas, bebidas gaseosas y conocidas marcas de cerveza. Además, los habitantes del Trapecio Amazónico cada vez requieren más materiales de construcción peruanos, como varillas de fierro, cemento, sanitarios, mayólicas y drywall. Asimismo, los compradores colombianos demandaron peces ornamentales vivos, constituyéndose en uno de los productos más transados. Este artículo se relaciona con la presente tesis magistral, en el sentido que en ella se señala que entre los mercados de destino de la exportación de combustibles y productos agropecuarios figura Colombia, mercado que debe ser aprovechado adecuadamente dada la cercanía existente.

Por otra parte, investigadores como ORTEGA, Armando; CRUZ, Yanis y PUENTES, Vladimir (2015) postularon un estudio titulado “*Dinámica de la Actividad Pesquera de los Peces Ornamentales Continentales de Colombia*”, quienes precisan que, Colombia es uno de los países que todavía comercializa peces ornamentales a partir de especímenes capturados del medio natural. Esta actividad no es solo importante en la Orinoquia y la Amazonia de donde provienen la mayor parte de peces ornamentales del país, sino también de otras regiones de Colombia como el Pacífico, el Caribe y las cuencas del río Magdalena

y Catatumbo, donde poco a poco la actividad se ha convertido en una alternativa para algunas comunidades de estas regiones. El proceso de generación de conocimiento sobre los peces ornamentales ha tenido esfuerzos por parte de la Autoridad Pesquera desde el INCODER, ICA y ahora con la Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca -AUNAP-, pues la acuarofilia es una actividad que cada vez acoge más gente no solo a nivel nacional, sino también en países del Lejano Oriente, Estados Unidos y Europa. La gran diversidad de peces silvestres que ofrece Suramérica al comercio de peces ornamentales, es insuperable por otras regiones del mundo. Por eso es clave conocer cada vez más de estas pesquerías, que son de pequeña escala y alto impacto social, ejercida en muchas localidades por grupos étnicos e indígenas. Consecuentemente, se analizan las perspectivas de la actividad pesquera ornamental, donde se evidencia que la tendencia al aumento de las exportaciones fue entre 1991 y 2002 y la tendencia a la disminución de las mismas se ha dado entre 2003 y 2013, con una relación exportación – renta que muestra que, aunque se incremente el número de unidades vivas exportadas, esto no representa un incremento de la renta para los usuarios. De hecho, se observa que hay una disminución del número de unidades exportadas, pero la renta se mantiene estable, lo que significa que el valor de los peces ha aumentado en especies particulares. Se describe como las tendencias de la pesquería han cambiado por las exigencias de la demanda, de manera que esta se ha dirigido a la captura de especies raras, pues ya otras han sido reproducidas y comercializadas en cautiverio en otros países. Otra tendencia es la de comenzar a cultivar peces ornamentales donde se muestran algunas de las iniciativas que se han dado en el país.

SALAZAR, Edgar y OLIVA, Winston (2013) en su tesis de grado denominada “*Análisis de las Exportaciones de Peces Ornamentales de Loreto, Periodo 2008-2012*”, efectúan un análisis descriptivo del sector poniendo énfasis en las diferentes especies exportadas, las empresas exportadoras y el mercado o país de destino. Asimismo, el estudio manifiesta que, el mercado internacional muestra preferencia por los peces ornamentales de agua dulce, sobre todo por aquellos que provienen de la Amazonía por ser considerado “exóticos” debido a los colores y

formas y en tal sentido se cuenta con un mercado para el producto que debe aprovecharse de manera racional sin que afecte el medio natural y respetando los protocolos de extracción regulados por las entidades competentes. Las conclusiones que sostienen los tesisas producto de la investigación son que las exportaciones de peces ornamentales de Loreto en el periodo 2008 – 2012 tuvieron un comportamiento variable caracterizados por incrementos y caídas año a año. Este comportamiento cíclico se asemeja a los ciclos económicos mundiales en el periodo de estudio, marcado notablemente por la crisis financiera que se inició en el año 2008 y tocó fondo el 2009 para mostrar una recuperación en el 2010. El 2011 y 2012 tuvieron crecimientos negativos similares a la recesión moderada por la que atravesó el mundo. Bajo ese contexto el acuario comercial denominado Stingray Aquarium S.A.C. realizó el 57.45% del monto total exportado. Es decir, las exportaciones de peces ornamentales de Loreto dependen de la actividad comercial de una sola empresa, existiendo en la actualidad 38 pero que no son determinantes en el resultado del valor exportado. Si se amplía la selección, se puede afirmar que cinco acuarios comerciales generan el 75.23% del monto total de las exportaciones. Esta dependencia de pocas empresas constituye una debilidad comercial que debe ser superada a la brevedad para diversificar el riesgo. En relación al mercado de destino las exportaciones de peces ornamentales de Loreto tuvieron como registro de envío a pocos países, concentrándose en China (42.75%), EE.UU. (18.73%) y Japón (12.45%) haciendo un total de 73.93%; es decir, $\frac{3}{4}$ del total exportado se dirigieron a 3 países; situación preocupante toda vez que se está a expensas de estos países sujeto a los vaivenes económicos y comerciales. En promedio, se exportaron 200 especies diferentes de peces ornamentales, pero solo una de ellas (*Tetra Neon*) fue la que envió el mayor número de unidades llegando a representar el 59.73% del total de unidades exportadas. La dependencia de una sola especie puede traer consigo una sobrepresión al medio natural, más aún, teniendo en cuenta que se realizan labores extractivas para obtenerlas. Si se amplía al número de especies exportadas, se puede notar que 10 de ellas representan el 81.20% del total de unidades enviadas al extranjero.

SUAREZ, Francisco (2012) en su tesis de grado “*Estudio de Factibilidad para la Implementación del Aquascaping (Decoración Formal de Acuarios) como concepto de diseño para promocionar la Acuariofilia en la ciudad De Quito*”, indica que la acuariofilia es el arte de crear y reproducir el hábitat natural del pez logrando se asemeje al de su medio de origen, este hobby se ha ido modificando a través de la historia de la humanidad. En tiempos antiguos, se mantenía a peces en estanques no por afición sino como un medio de sustento, el hobby en si inició cuando dos especies de peces se extraviaron, para después reproducirse selectivamente. Principalmente en China se empezaron a reproducir grandes cantidades de carpas en estanques que posteriormente se conocerían como acuarios, con mejor coloración, y acomodaciones físicas. Durante la investigación llevada en el transcurso del presente proyecto, se dedujo que, en el mercado ecuatoriano, especialmente el quiteño, existe un gran interés por parte de la gente hacia los peces ornamentales y acuarios, debido a que actualmente existe una tendencia muy importante de cuidado y aprecio por la naturaleza, por lo tanto, se puede implementar la acuariofilia como concepto y modelo de negocio en Quito. Ecuador al poseer una gran biodiversidad, tiene un alto potencial para promocionar la acuariofilia y el aquascaping, ya que cuenta con el clima y las especies ornamentales adecuadas. Al no existir una empresa consolidada en la ciudad de Quito, que promueva el aquascaping y la acuariofilia de manera formal, nace el proyecto de Jurupari que busca consolidarse como la empresa pionera en la implementación de la acuariofilia, Jurupari, al contar con clientes fijos, empezó a expandir su modelo y concepto. La oferta de peces y acuarios en el mercado local es muy irregular e informal, debido a que no existe una regulación clara con respecto a la comercialización de peces ornamentales ya que el Ministerio del Ambiente no cuenta con la legislación referente al tema, por otro lado, el Ministerio de Agricultura y Ganadería solo posee leyes en cuanto a la cría de truchas y tilapias es decir especies para el consumo humano, mas no para su comercialización en forma ornamental. El negocio cuenta con una proyección internacional debido a que en países vecinos como Perú y Colombia el aquascaping y la acuariofilia se encuentran más desarrollados que en Ecuador, por lo que es posible realizar convenios con expertos de estos países en el tema para

dar plusvalía al proyecto. La acuariofilia no está promocionada correctamente, por lo que se ha distorsionado el concepto del negocio, derivando en una idea netamente comercial, sin importar que se tendría un impacto ambiental importante, como poner en peligro de extinción las especies que se comercializan. La estrategia que al momento le conviene a Jurupari es implementar un CRM (Customer Relationship Management) para monitorear a su cartera de clientes ya establecida, fidelizarlos y posteriormente ampliarse mediante el uso del BTL (Below The Line), es decir métodos no tradicionales ni masivos para publicitar sus productos y servicios, entre sus clientes. Las tiendas que venden acuarios o peceras en la ciudad de Quito, no poseen personal técnico o especializado que pueda asesorar de manera objetiva al cliente, esto genera desconfianza en las personas, es por eso la propuesta de Jurupari en el presente proyecto se presenta como una alternativa posible. Financieramente el proyecto es viable y rentable, debido a que no requiere de una fuerte inversión, y tiene una gran expectativa de crecimiento en un horizonte de 5 años.

VELÁSQUEZ, Jaime y CORREA, Juan (2012) en su tesis de grado “*Creación de Empresa Piscícola Aguas Claras*”, presentan la creación de una empresa Piscícola de Aguas Claras que surge a la necesidad de producir peces ornamentales para los diferentes mercados, ya sean nacionales o internacionales. Los peces ornamentales son una excelente opción para personas que deseen decorar sus espacios y sentirse acompañados, además permiten que sean tenidos en espacios no aptos para una mascota de mayor tamaño y colaboran con la sana convivencia en viviendas gracias a que no producen ruidos, malos olores u otros factores que puedan afectar a otras personas. Es importante resaltar que gracias a las condiciones climáticas de la zona de Caldas y Antioquía pueden gozar de la reproducción de gran variedad de especies de peces ornamentales, por lo tanto, aprovechan esta ventaja para ser competitivos y producir excelentes ejemplares a precios acordes con el mercado. En los puntos de distribución aseveran que se caracterizaran por comercializar especies que no sean extraídas del medio y que sean producidas en sus instalaciones, ayudando así a la conservación de las especies acuícolas y al correcto desarrollo del medio ambiente. La alimentación

será no solo a base de alimentos concentrados tradicionales, se implementarán otras técnicas como el suministro de zooplancton, fitoplancton y diversos alimentos que puedan llevar a la disminución en la contaminación de los efluentes, brindando así un “producto verde”. Para la propuesta de empresa será de vital importancia la interacción con los clientes, los cuales siempre serán atendidos de una manera oportuna, ofreciéndoles unos excelentes servicios y puntualidad en las entregas; por lo tanto crearán un espacio en la red, en el cual el cliente podrá ver los lotes de peces próximos a salir y según lo que observen puedan realizar sus pedidos; adicionalmente existirá un espacio en el cual puedan escribir todas sus sugerencias para poder cumplirlas lo más rápido posible. Por lo tanto, uno de sus principales metas es que sus clientes se sientan satisfechos gracias al seguimiento brindado, la atención personalizada y la puntualidad en el momento de la entrega de los animales. Los animales serán transportados en las mejores condiciones posibles, dentro de bolsas con oxígeno y se pondrán de a 6 bolsas en cajas de cartón, velando siempre por la seguridad del animal y su confort. Después de tener establecido el cultivo se empezarán a realizar experimentos sobre la utilización de las hormonas que influyen en la ovoposición de las hembras (extractos de hipófisis de carpa), con la cual se buscará mejorar la productividad y la competitividad de la empresa. Igualmente se realizarán pruebas para reproducir especies que no se han podido reproducir en cautiverio para garantizar con esto un aumento en la oferta de estas especies y así reducir la pesca indiscriminada en los diferentes ríos del país. En el país, el aprovechamiento de peces ornamentales se realiza con fines de exportación desde la década de 1950, y hoy pasados más de 50 años, no existe un conocimiento biológico y ecológico claro de este recurso que permita un aprovechamiento sostenible. Los peces ornamentales tuvieron un auge enorme en la década de los 70 como consecuencia de los estímulos gubernamentales para su explotación. En 1975, Colombia fue el tercer exportador de peces ornamentales del mundo y para 1978 se movilizaban cerca de 3'150.000 ejemplares provenientes del río Amazonas, 850.000 del río Putumayo, y 4'600.000 de la zona de Inírida. La exportación a finales de la década de los 70 llegó a producir cerca de ocho millones de dólares anuales que en términos actuales correspondería aproximadamente a 12 millones de dólares y

la exportación total de peces ornamentales del país entre 1995 y 2005 representó ingresos de 49,2 millones de dólares, de los cuales el 88% proviene de peces extraídos de la Orinoquia con un promedio anual de 2,2 millones de dólares para esta región.

2.1.2. BASES TEÓRICAS.

Para respaldar el plan de investigación se hace mención de teorías firmes sobre el comercio internacional y de acuerdo a ello se postula una conocida teoría sobre la “*Teoría de la Ventaja Absoluta*” planteada por SMITH, Adam (1776), quién destaca la importancia del libre comercio para que la riqueza de las naciones se incremente, basándose en el ejemplo de que ningún jefe de familia trataría de producir en casa un bien que incurriera en un costo mayor que comprarlo. Si se aplicara este ejemplo concretamente a un país extranjero "A", se llegaría a la conclusión de que "A" podría proveer a otro país "B" de un bien más barato de lo que el país "B" pudiera producirlo. De esta manera se puede definir a la ventaja absoluta como la capacidad de producir un bien a un costo absolutamente menor medido en términos de unidades de trabajo. Según el postulado cada país se especializa en producir aquellas mercancías para las que tenga ventaja absoluta, medida ésta por el menor coste medio de la producción en términos de trabajo con respecto a los demás países. De este modo, al seguir este principio todos los países saldrían ganando con el comercio y se lograría la misma eficiencia a nivel internacional. Esta teoría, trató de generalizar el principio de la división del trabajo al marco internacional, la cual tiene, sin embargo, algunos puntos débiles. El valor de una mercancía dentro del país viene determinado por la mano de obra necesaria para su producción. Si el producto de una determinada actividad productiva pudiera venderse a un precio superior al valor del trabajo que contiene, la mano de obra ocupada en otras actividades productivas las abandonaría y se emplearía en esta otra actividad más remuneradora; la oferta en esta industria aumentaría hasta que descendiera al nivel del valor trabajo contenido en el producto. Si el precio de una mercancía fuera inferior al valor del trabajo que contiene, la mano de obra abandonaría esta

industria y su oferta en el mercado descendería, con el consiguiente aumento del precio del producto hasta que dicha diferencia desaparezca. Si bien la teoría del valor trabajo resulta ser un instrumento valioso para explicar el comercio en el interior de un país, no lo es tanto cuando se utiliza para explicar el comercio entre las naciones, por la carencia o menor grado de movilidad de los factores productivos a nivel internacional. Pues si un país tiene ventaja absoluta en la producción de varios bienes, este país los produciría todos y el otro ninguno.

Fue RICARDO, David (1817) quien, unos cuarenta años después de la publicación del libro de Smith, aportó un enfoque más elaborado a través de la “*Teoría de la Ventaja Comparativa*” que apuntaba a demostrar, mediante la noción de beneficio mutuo, que el comercio internacional libre de trabas beneficia a todos los que participan del mismo, aun a aquellos países que cuenten con desventajas absolutas en todos sus productos. La clave consistía en el concepto de ventajas comparativas o relativas (en vez de absolutas) que, según Ricardo, explican las causas del comercio entre países y la estructura del mismo. Estas ventajas comparativas no surgen de la mera comparación de los costos de producción de un bien determinado entre un país y otro (ventajas absolutas) sino de las diferencias entre los costos relativos de distintos bienes al interior de un país y los de los mismos bienes en otro país. La teoría de la ventaja absoluta, dice que un país debe especializarse en la producción y exportación de bien que produce eficientemente (con menor costo), es decir, donde tenga una ventaja absoluta. De acuerdo con esta teoría, si un país tiene ventajas absolutas en todos los bienes, no habrá comercio. David Ricardo formuló su teoría de la comparativa como a la teoría de Smith. Esta teoría nos dice que así un país tenga desventajas absolutas en la producción de bienes, en algunos de ellos esas desventajas serán menores, es decir, existirían ventajas relativas, o ventajas comparativas. El modelo ricardiano se explica y se entiende mejor, por medio de los precios relativos de los bienes. Una diferencia en los precios relativos de los bienes entre dos países constituye la base de las actividades comerciales entre ellos con beneficios mutuos. Aquel país que tenga menor precio relativo de un bien (x)

comparado con otro país, tiene ventaja comparativa en dicho bien (x) y por consiguiente debe especializarse en la producción y exportación del bien (x) de su ventaja comparativa. Pero a medida que el país se especializa en la producción del bien (x) de su ventaja comparativa, y aumente su producción, incurrirá en costos de oportunidad crecientes, lo que hará que los precios relativos del bien (x) tiendan a igualarse en ambos países.

Por otro lado, a raíz de los postulados anteriores surge otra teoría denominada la “*Teoría de Dotación de Factores*”, basada en el modelo de HECKSCHER - OHLIN (1919 y 1933), quienes explican la composición del comercio internacional a partir de las ventajas comparativas, en lo que se asemeja a Ricardo. Sin embargo, en este enfoque esas ventajas ya no tienen origen exclusivamente en cuestiones tecnológicas, sino que resulta también relevante la dotación de factores de la producción. En otras palabras, las ventajas comparativas aparecen como resultado de la relación entre recursos y tecnología, es decir, entre la abundancia o escasez relativa de los factores de producción y la intensidad en el uso de los mismos en la producción de un bien. La tesis central es que los países tienden a especializarse y a exportar bienes que hacen uso intensivo de los factores en que tienen oferta relativamente abundante, mientras que tenderán a importar productos que utilizan intensivamente sus factores relativamente escasos. Vale decir que un país que dispone en mayor medida de mano de obra que de capital (un país con abundancia relativa de mano de obra) encontrará conveniente especializarse en bienes en cuya producción se haga uso intensivo de mano de obra.

De acuerdo a NORTH, Douglas (1977) en su “*Teoría de la Base de Exportación*” indica que una región puede ofrecer un mercado demasiado pequeño, pero sostiene, al menos en fases iniciales, un ritmo de desarrollo dinámico y persistente. De aquí que las actividades económicas con una producción altamente exportable constituyen el motor de desarrollo regional. La expansión dinámica de tales actividades de exportación amplía el mercado regional y crea condiciones de soporte económico para que surjan nuevas actividades de producción de bienes y servicios para el mercado local y regional. La Base de Exportación de una región

lo conforma la actividad exportadora, que puede ser agrícola, minera, industrial o terciaria. El tipo de las actividades que sirven de base de exportación y el ritmo del desarrollo determinan la estructura del ritmo del desarrollo regional. La argumentación básica de este enfoque del desarrollo regional, se puede resumirse así Una región ofrece un mercado demasiado pequeño, pero sostiene al menos en las fases iniciales, un ritmo de desarrollo dinámico y persistente. De aquí que las actividades económicas con una producción altamente exportable constituyen el motor del desarrollo regional. La expansión dinámica de tales actividades de exportación amplía el mercado regional y crea condiciones de soporte económico para que surjan nuevas actividades de producción en bienes y servicios para el mercado local y regional. La “Base de exportación” de una región la conforman la actividad exportadora, que puede ser: agrícola, minera, forestal, industrial o terciaria. El tipo de las actividades que sirven de base de exportación y el ritmo del desarrollo determinan la estructura (ritmo del desarrollo regional). Esta teoría acentúa excesivamente la importancia del sector exportador en el desarrollo regional y descuida el incremento de otros factores de desarrollo tales como; el gasto gubernamental en la región, las inversiones en actividades regionales, el consumo regional (como el de inmigración), el surgimiento de un liderazgo político, económico, regional, dinámico y emprendedor, etc. Según esta teoría, el desarrollo es inducido por las actividades exportadoras que a su vez dependen del desarrollo de la demanda “externa” de la región. A largo plazo una región podrá mantener un crecimiento económico sostenible solo cuando diversifica su base de exportación, atrayendo nuevas industrias dinámicas que sustituyen a otros con tendencia a estancarse o desaparecer.

La “*Teoría de la Base de Exportación*” es un enfoque útil tanto para comprender, el proceso de desarrollo regional como para planear el desarrollo en regiones subdesarrolladas. Es importante señalar que la Real Academia Sueca de ciencias otorga conjuntamente el premio Nobel de Economía de 1993 a Douglas North y Robert Vogel por haber “renovado la investigación en “economía”, son pioneros en la rama de la historia económica que ha sido denominada “nueva historia económica”.

En economía hay por lo menos cuatro diferentes estructuras de mercado o tipos de competencia que se dan entre las empresas y en referencia a ello se hace mención a la “*Teoría de la Empresa de Coase*” de COASE, Ronald (1937), quién postula que, un mercado competitivo es aquel donde existen muchas empresas compitiendo en el mercado; donde cada una de ellas lucha por conseguir y retener clientes. En un mercado muy competitivo las empresas no pueden modificar el precio al que se compra y se vende el producto o servicio en cuestión, pues se dice que están sometidas al precio y la cantidad determinados por el mercado o por el equilibrio de oferta y demanda. Es por ella que a las empresas de competencia perfecta se les conoce como empresas tomadoras de precio. En una industria de estructura monopólica hay una sola empresa que cubre toda la demanda del mercado y por ello está en capacidad de ofrecer una cantidad y calidad de producto mucho más bajo que en competencia perfecta, pero a un precio mucho mayor. Una de las desventajas, al menos desde el punto de vista teórico, es que el monopolio absorbe una parte del bienestar de los consumidores y causa pérdida social. Por estos dos motivos el monopolio se considera una estructura industrial ineficiente. Los mercados de competencia monopolística son, como lo indica su nombre, industrias donde hay muchas empresas, pero cada una tiene un control limitado sobre un sector del mercado y cierto nivel de discrecionalidad para establecer precios que dependen de su grado de diferenciación. En estas industrias es relativamente fácil entrar y salir. Los mercados oligopólicos están constituidos por un número limitado de empresas que compiten en cantidad (Cournot) o precio (Bertrand) dependiendo del modelo que se utilice para analizarlos. En estos mercados se puede terminar en una guerra de precios.

En esa misma línea surge otra “*Teoría de la Empresa*” expuesto por WILLIAMSON, Oliver (1985); quién argumenta que la empresa es un nexo de contratos y subraya la relevancia de conceptos claves como los derechos de propiedad y los costos de transacción que son la base para entender los intereses particulares de los individuos que tiene con la transacción económica en una empresa y que originan conflictos de interés. Adicionalmente; hace énfasis en que

el factor clave para evaluar la eficiencia del intercambio de recursos es la transacción; es decir, un intercambio en donde se involucran bienes, servicios o dinero. Y es entonces la tarea de cada uno de los individuos dentro de la organización la que debe ser considerada como el elemento fundamental de análisis, ya que en esa tarea se encierra la transacción que se llevara a cabo. En otras palabras, cada persona que esté involucrada en una empresa debe percibir que los beneficios que transfiere a su contraparte contractual, es decir su patrón, le generan un beneficio. En esta medida, las personas trabajarán con más empeño y tendrán incentivos para mejorar los términos de las transacciones que realizan. El enfoque contractualista intenta responder la siguiente interrogante: ¿Qué objetivos son reemplazados cuando son sustituidos el intercambio clásico del mercado en el que el producto es vendido a un precio uniforme a todos sin restricciones por formas de contractualización más complejas (incluidos modos de organización económicos, no mercado)? Esta pregunta se responde con dos conceptos centrales: a) La empresa debe de considerarse como un nexo de contratos y b) la unidad de análisis fundamental es la transacción o intercambio. El primer concepto dice que la empresa es una unidad legal donde continuamente se establecen relaciones de intercambio de recursos entre diferentes agentes económicos por los cuales se transfieren activos. En este nexo de contratos, participan los clientes, los proveedores, los accionistas los gerentes, los obreros, etc. En cualquier organización convergen una serie de individuos, cada uno con varios intereses propios que le motivan a acudir a la empresa para realizar un intercambio determinado. Por ejemplo, un obrero realiza un intercambio de trabajo por cierta cantidad de dinero en forma de salario. Una empresa solo existe a medida que existan los contratos (obligaciones verbales o escritas de hacer o no hacer algo) por los cuales se llevan a cabo todas las transacciones que ocurran dentro de la misma. El segundo concepto exhorta que la transacción no es más que la transferencia de uno o varios recursos de una persona a otra. Dentro de la organización continuamente se hacen intercambio de recursos de una persona a otra. Dado a que muchas transacciones son repetitivas en cuanto a las condiciones en que se llevan a cabo, la gente desarrolla habilidades suficientes para manejarlas sin problema. La gente aprende a manejar transacciones de “rutina” de manera

bastante efectiva, sin embargo, cuando las condiciones de intercambio se modifican, las personas suelen detenerse para diseñar los nuevos términos de la transacción bajo nuevas condiciones, es decir, se rediseñan los términos de las transacciones que se llevarán a cabo dentro de la organización. Asimismo, la contraparte debe modificar sus características.

2.1.3. MARCO CONCEPTUAL.

a) Acuarios Comerciales.

Establecimientos comerciales dedicados a la compra, acopio, estabulación, tratamiento, preparación y exportación de peces ornamentales de la amazonía peruana, respetando toda la normatividad vigente.

b) Alevino.

Embrión que nace del huevo de los peces después del periodo de fecundación. Generalmente la exportación de peces ornamentales está referido a los alevinos.

c) Buenas Prácticas Acuícolas.

Conjunto de prácticas de higiene adecuadas, cuya observancia asegura la calidad sanitaria de los recursos hidrobiológicos ornamentales. Son programas adoptados por cada establecimiento, para dar seguridad sanitaria a los especímenes que alojan.

d) Clasificación Arancelaria.

Método lógico y sistemático que, de acuerdo a normas y principios establecidos en la nomenclatura del arancel de aduanas, permiten identificar a través de un código numérico y su correspondiente descripción, todas las mercancías susceptibles de Comercio Internacional.

e) Competitividad Regional.

La competitividad de una empresa en el corto plazo está ligada al precio y desempeño de sus productos actuales, mientras que en largo plazo se enfoca en las competencias de la empresa para obtener una ventaja respecto a sus competidores. Posteriormente surgieron niveles más agregados para este término.

f) Cuota de Mercado.

Es la proporción que representan las ventas de una empresa, sobre el total de ventas de una empresa, sobre el total de las ventas del mercado, se trata de la fracción o porcentaje que tendrá la empresa sobre el mercado que está participando.

g) Despacho Aduanero.

Es el cumplimiento de las formalidades aduaneras necesarias para destinar las mercancías al consumo, la exportación o el paso a otro régimen aduanero.

h) Drawback.

Es un régimen aduanero de perfeccionamiento activo que consiste en la devolución de aranceles de importación de los insumos utilizados. Se ha reglamentado el régimen simplificado que significa un reembolso del 5% sobre el valor FOB (neto) exportado.

i) Especie Protegida.

Especie de la flora o fauna silvestre clasificada en alguna de las categorías de protección que establece la legislación (Reglamento de la Ley Forestal y de Fauna Silvestre. DS N ° 014-2001-AG).

j) Exoneraciones Tributarias.

Medidas cuyo objetivo es propiciar un mayor desarrollo de ciertos sectores de la economía; bajo diversos criterios, como el aislamiento geográfico, la prioridad en la atracción de inversiones, las medidas de activación económica, entre otros. Generalmente la mayoría de estas exoneraciones tienen un carácter político y

podría propiciar un comportamiento rentista por parte de los agentes económicos, quienes pueden destinar recursos a persuadir a las actividades competentes de la necesidad de aprobación, ampliación y/o prórroga de las exoneraciones tributarias.

k) Exportación.

Venta y salida de un producto nacional a través de la aduana de un país, cumpliendo con todos los requisitos y registros legales.

l) Inspección Sanitaria.

Es la revisión in situ del estado sanitario de peces ornamentales en los acuarios, comprende además la revisión de las instalaciones del acuario, así como de la verificación de las Buenas Prácticas Acuícolas del establecimiento. Las inspecciones sanitarias, en cuanto a productos hidrobiológicos se refiere, son realizadas por inspectores debidamente acreditados por el SANIPES-ITP.

m) Logística.

Es la encargada de la distribución eficiente de los productos de una determinada empresa con un menor costo y un excelente servicio al cliente. Por lo tanto la logística busca gerenciar estratégicamente la adquisición, el movimiento, el almacenamiento de productos y el control de inventarios, así como todo el flujo de información asociado, a través de los cuales la organización y su canal de distribución se encauzan de modo tal que la rentabilidad presente y futura de la empresa es maximizada en términos de costos y efectividad.

j) Peces Ornamentales.

El término “peces ornamentales” es un término genérico que describe a aquellos organismos acuáticos mantenidos en un acuario con propósitos de ornamento, incluyendo peces, invertebrados como corales, crustáceos, moluscos, equinodermos, así como roca viva.

k) Transporte Intermodal o Multimodal.

Es cuando transporta carga usando dos o más modos de transporte. Un ejemplo sería carga en recipientes que podrían tomarse primero a un puerto por camión, transportarlo por barco y tren, y finalmente transferiría a un camión para entregar a su último destino.

l) Valor FOB.

Valor de Mercado de las exportaciones de mercancías y otros bienes, en las aduanas fronterizas de un país incluidos todos los costos de transporte de los bienes, los derechos de exportación y el costo de colocar los bienes en el medio de transporte utilizado, a menos que este último costo corra a cargo del transportista.

m) Veda.

Acto administrativo que establece la autoridad competente por el cual se prohíbe extraer, procesar, transportar y comercializar un recurso hidrobiológico en un área determinada.

2.1.4. MARCO LEGAL.

a) Acuerdo Nacional – Décima Política de Estado.

El estado peruano se compromete a dar prioridad efectiva a la lucha contra la pobreza y a la reducción de la desigualdad social, aplicando políticas integrales y mecanismos orientados a garantizar la igualdad de oportunidades económicas, sociales y políticas. Asimismo, a combatir la discriminación por razones de inequidad entre hombres y mujeres, origen étnico, raza, edad, credo o discapacidad. En tal sentido, se privilegia la asistencia a los grupos en extrema pobreza, excluidos y vulnerables. Con este objetivo, partiendo de un enfoque de desarrollo humano sustentable, con equidad entre hombres y mujeres, sin discriminación, y en forma descentralizada, el Estado: a) asignará recursos crecientes de inversión social en educación y salud para maximizar la eficiencia de los programas, orientándolos hacia las personas de mayor pobreza; b) fomentará el pleno ejercicio de la ciudadanía y la

participación de los ciudadanos en situación de pobreza en la identificación de necesidades, el diseño de soluciones y la gestión de los programas.

- b) Decreto Legislativo N° 1053: Reglamento de la Ley General de Aduanas.
El presente Decreto Legislativo tiene por objeto regular la relación jurídica que se establece entre la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria - SUNAT y las personas naturales y jurídicas que intervienen en el ingreso, permanencia, traslado y salida de las mercancías hacia y desde el territorio aduanero.
- c) Decreto Legislativo N° 1159: Modificación de la Ley General de Aduanas.
Mediante este Decreto Legislativo se introducen cambios tales como: obligación de someter las mercancías a control no intrusivo; el despacho anticipado podrá hacerse aún no hayan ingresado las mercancías al Perú; los envíos postales que tengan un valor de hasta US\$ 200 estarán inafectos del pago de derechos aduaneros; etc.; promueve las pequeñas empresas en todas sus modalidades.
- d) Decreto Ley N° 25977 – Ley General de Pesca.
Esta Ley tiene por objeto normar la actividad pesquera con el fin de promover su desarrollo sostenido como fuente de alimentación, empleo e ingresos y de asegurar un aprovechamiento responsable de los recursos hidrobiológicos, optimizando los beneficios económicos, en armonía con la preservación del medio ambiente y la conservación de la biodiversidad.
- e) Decreto Supremo N° 012-2001-PE – Reglamento de la Ley General de Pesca.
Este Reglamento tiene el propósito de simplificar todas las normas y modificaciones dictadas, así como de incluir los mecanismos para generar estabilidad jurídica y económica que aliente a la inversión privada en el sector 15 pesquero, compatibilizando dichas normas con los criterios de manejo responsable y aprovechamiento sostenible de los recursos hidrobiológicos.

f) Ley N° 27037 - Ley de Promoción de la Inversión en la Amazonía.

Entre los principales incentivos se contemplan lo siguiente:

- Se fija en 5% la tasa de Impuesto a la Renta por rentas de tercera categoría, que afectará a los contribuyentes dedicados a actividades agropecuarias, acuicultura, pesca, turismo, manufactura vinculada al procesamiento, transformación y comercialización de productos primarios de las actividades mencionadas y transformación forestal, siempre que la producción en la zona corresponda a las actividades descritas y no sea menor al 70% de su producción total. Asimismo, el contribuyente deberá concentrar como mínimo el 70% de sus activos en la zona.
- Se exonera del pago de impuesto a la renta a todos aquellos que desarrollen actividades agrarias y/o de transformación o procesamiento de productos calificados como cultivo nativo y/o alternativo.
- Las empresas dedicadas al comercio en la amazonía, aplicarán una tasa de 10% para el pago del Impuesto a la Renta por rentas de tercera categoría sólo si reinvierten no menos del 30% de su renta neta, en proyectos de inversión de la amazonía.
- Se exonera del pago del IGV por operaciones de venta de bienes y servicios y contratos de construcción o primera venta de inmuebles efectuados en la zona, gozando además de crédito fiscal especial por concepto del IGV que corresponda a la venta de bienes fuera del ámbito, equivalente al 25% del Impuesto Bruto Mensual.
- Los beneficios tributarios que se refieren a las excepciones por pago del Impuesto a la Renta y del IGV e ISC mencionados en dicha Ley, se aplicarán por un período de 50 años.

g) Ley N° 28977: Ley de Facilitación del Comercio Exterior.

Establece disposiciones que buscan simplificar los trámites aduaneros relacionados con el despacho de mercancías que ingresan o salen del Perú, independientemente de su procedencia. Asimismo, establece medidas necesarias para el cumplimiento de los compromisos relativos a Procedimientos Aduaneros y Facilitación del Comercio, comprendidos en los Acuerdos Comerciales suscritos por el Perú. En términos prácticos se busca evitar costos innecesarios, mayor

rapidez y eficiencia en los despachos de mercancías que ingresan o salen del territorio.

h) Ley N° 29646: Ley de Fomento al Comercio Exterior de Servicios.

Contiene un marco normativo para el fomento del mencionado tipo de comercio. Asimismo, el segundo párrafo del artículo 1° de la mencionada Ley declara al Sector Exportación de Servicios de interés nacional ya que considera que tiene un valor estratégico y prioritario para el Estado.

i) Ley N° 29157 “Ley General de Aduanas”.

Entra en vigencia a partir del 1° de enero de 2010, la Ley General de Aduanas, define como Administración Aduanera a la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria-SUNAT como competente para aplicar la legislación aduanera, recaudar los derechos arancelarios y demás tributos aplicables a la importación para el consumo, aplicar otras leyes y reglamentos relativos a los regímenes aduaneros y ejercer la potestad aduanera.

j) Lista CITES.

La CITES (Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres) es un acuerdo internacional concertado entre los gobiernos. Tiene por finalidad velar por que el comercio internacional de especímenes de animales y plantas silvestres no constituye una amenaza para su supervivencia.

k) Resolución Ministerial N° 328 – 2003 – PRODUCE.

Por la que se establece que las Direcciones Regionales de la Producción serán las encargadas de aprobar los MAPE mediante Resolución Directoral y participarán en las diferentes fases del manejo pesquero, de acuerdo a las funciones de su competencia.

l) Resolución Directoral N° 671 – 2003 – GRL – DIREPRO.

Por la que se aprueba el “Programa de Manejo Pesquero de las especies *Merodontotus tigrinus* “tigrinus”, *Brachyplatystoma juruense* “zúngaro alianza” y

Myleus rubripinnis “curuhuara” en la cuenca amazónica del departamento de Loreto.

m) Resolución Ministerial N° 426 – 2003 – PRODUCE.

Por el cual se autoriza, en el marco de Programas de Manejo Pesquero, la extracción y comercialización con fines ornamentales de cuotas establecidas de alevinos de las especies Merodontotus tigrinus (tigrinus), Brachyplatystoma juruense (zúngaro alianza) y Myleus rubripinnis (palometa o curuhuara).

2.2. DEFINICIONES OPERACIONALES.

2.2.2. VARIABLES.

a) Variable Dependiente (Y)

Y : Exportación de Peces Ornamentales.

b) Variables Independientes (X)

X₁ : Empresas Exportadoras de Peces Ornamentales.

X₂ : Mercado de Destino.

2.2.3. INDICADORES E ÍNDICES.

VARIABLES	INDICADORES	ÍNDICES
Dependiente (Y):		
1. Exportaciones de Peces Ornamentales	1. Valor Exportado	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alto ➤ Medio ➤ Bajo
Independiente (X):		
1. Empresas Exportadoras	1. Número de empresas exportadoras de peces ornamentales	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Más de 20 ➤ Igual a 20 ➤ Menos de 20
2. Mercados de Destino	1. Cantidad de países de destino de las exportaciones de peces ornamentales	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Muchos ➤ Adecuado ➤ Pocos

2.3. HIPÓTESIS.

2.3.1. HIPÓTESIS GENERAL.

La empresa ACUATRADE S.A.C. ocupó el primer lugar en el mercado exportador de peces ornamentales de la región Loreto, en el periodo 2013 – 2017.

2.3.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS.

1. Las empresas que conformaron el mercado exportador de peces ornamentales de la región Loreto en el periodo 2013 – 2017, fueron menos de 20.
2. El principal mercado de destino de las exportaciones de peces ornamentales de la región Loreto en el periodo 2013 – 2017, fue Hong Kong.
3. Las exportaciones de peces ornamentales de la empresa ACUATRADE S.A.C. en el periodo 2013 – 2017, se dirigieron principalmente a Hong Kong y China.

CAPÍTULO III

3.METODOLOGÍA.

3.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.

De acuerdo al alcance o propósito de la investigación, el presente estudio fue Descriptivo, porque se buscó mostrar la participación estratégica de la empresa ACUATRADE S.A.C. en el mercado exportador de la región Loreto, durante el periodo 2013 – 2017, de acuerdo a cómo se presentó.

3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.

El diseño de la investigación es No Experimental, porque no se sometió a experimento alguno al entorno ni a los elementos integrantes de la investigación. Se recolectaron los datos históricos de los archivos existentes en la base de datos de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT Aduanas), Banco Central de Reserva del Perú), entre otros. Será un trabajo de gabinete.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA.

POBLACIÓN.

La Población del presente estudio comprendió a los acuarios exportadores de peces ornamentales que ascienden a 27 empresas, de acuerdo a los registros de la Dirección Regional de la Producción de Loreto, ente encargado de regular la actividad pesquera en la región.

MUESTRA.

La Muestra es igual a la Población; es decir, es decir, 27 acuarios comerciales exportadores de peces ornamentales de la región Loreto que se encuentran inscritos en la Dirección Regional de la Producción de Loreto.

3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.

TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

La técnica que se empleó en el presente estudio fue la revisión de información de segunda mano, ya que se revisaron las exportaciones de peces ornamentales de la región Loreto, del periodo 2013 – 2017 en los archivos de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT Aduanas), procediéndose a la captura de la información relacionada. Fue un trabajo de gabinete básicamente.

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

El instrumento que se empleó en el presente estudio fue principalmente la exploración y captura de los datos de las páginas de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT Aduanas), de las exportaciones de peces ornamentales de la región Loreto, en el periodo 2013 - 2017.

3.5. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

El procedimiento de recolección de datos se realizó de la siguiente manera:

- Se hizo una revisión en las páginas de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT Aduanas), de las exportaciones de las exportaciones de peces ornamentales de la región Loreto, llevadas a cabo en el periodo 2013 – 2017.
- Se remitió una carta a la empresa ACUATRADE S.A.C, solicitando autorización para usar sus datos.
- Se identificaron y recopilaron los registros de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT Aduanas) y otras instituciones oficiales, de las exportaciones de la región Loreto, realizadas en el periodo 2013 – 2017.
- La recolección de datos tuvo una duración aproximada de 30 días, periodo en el cual se depuraron los registros y datos existentes para quedarse con los valores de interés para la investigación.
- Los datos obtenidos son confidenciales y de uso exclusivo para la investigación.

- Una vez terminada la recolección de datos se procedió a la elaboración de la base de datos para el análisis estadístico respectivo.
- Finalmente se procedió a la elaboración del informe final de la tesis, para su respectiva sustentación.

3.6. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS.

- La información recolectada se procesó con ayuda de la hoja de cálculo Excel para windows.
- Seguidamente se procedió al análisis de los datos, para lo cual se hizo uso del análisis univariado y de estadígrafos diversos.
- Asimismo, se hizo uso de las frecuencias simples y relativas, media, moda, y otros estadígrafos para un buen análisis.
- Finalmente se elaboraron los cuadros y gráficos necesarios para presentar la información de las variables estudiadas.

3.7. PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS.

No aplica a la presente investigación porque se trata de un trabajo de gabinete y de revisión de series históricas. Los elementos de la Población y Muestra no son personas.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS.

Los resultados de la investigación se dan a conocer en el presente capítulo a través de un análisis detallado de las exportaciones de peces ornamentales realizadas desde la región Loreto, demostrando los valores de exportación, las empresas exportadoras y los mercados de destino, durante el periodo 2013 – 2017.

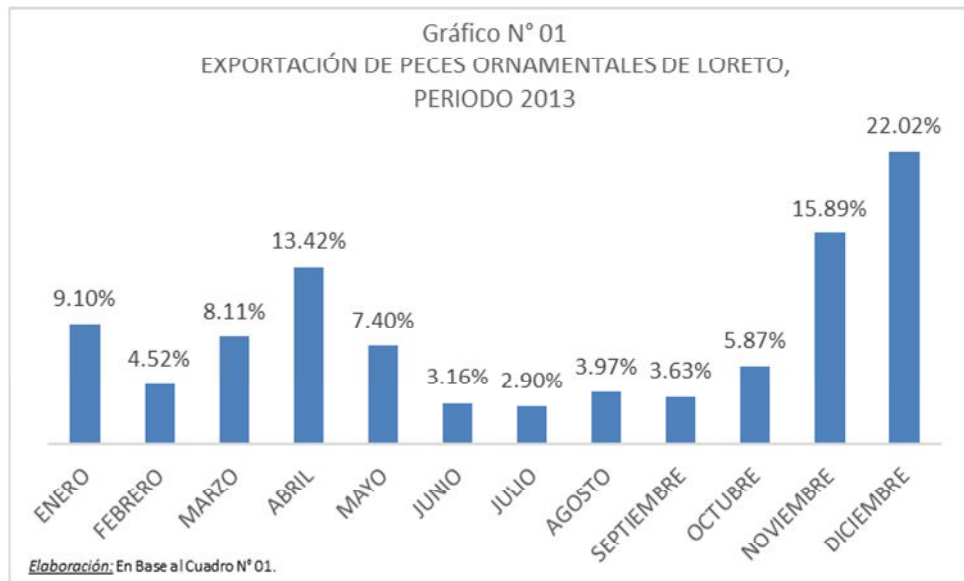
4.1. VALOR DE EXPORTACIÓN DE PECES ORNAMENTALES.

En el Cuadro N° 01, se analizan las exportaciones de peces ornamentales de la región Loreto llevadas a cabo en el periodo 2013, notándose que éstas alcanzaron la cifra de US\$ 3,601,170.50 equivalente al 9.69% de las exportaciones totales. Cabe destacar que el mes que se ejecutaron mayores envíos al exterior fue diciembre con US\$ 793,110.94; suma que representó el 22.02% del total de exportaciones de peces ornamentales. El mes de noviembre ocupó el segundo lugar con un valor de US\$ 572,242.44 (15.89% del total exportado); mientras que el mes de abril se situó en tercera ubicación con la suma de US\$ 483,450.68 (13.42% del total).

Cuadro N° 01
EXPORTACIÓN DE PECES ORNAMENTALES DE
LORETO,
PERIODO 2013

MESES	VALOR (US\$)	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
ENERO	327,705.81	9.10%	9.10%
FEBRERO	162,667.48	4.52%	13.62%
MARZO	292,161.92	8.11%	21.73%
ABRIL	483,450.68	13.42%	35.15%
MAYO	266,655.29	7.40%	42.56%
JUNIO	113,815.03	3.16%	45.72%
JULIO	104,266.69	2.90%	48.62%
AGOSTO	143,023.52	3.97%	52.59%
SEPTIEMBRE	130,818.35	3.63%	56.22%
OCTUBRE	211,252.35	5.87%	62.09%
NOVIEMBRE	572,242.44	15.89%	77.98%
DICIEMBRE	793,110.94	22.02%	100.00%
TOTAL	3,601,170.50	100.00%	100.00%

Fuente: SUNAT ADUANAS.



Fuente: elaboración propia

Las exportaciones de peces ornamentales de la región Loreto en el periodo 2014 tuvieron un ligero descenso de -0.93% en comparación con el año pasado, llegando a exportarse US\$ 3,567,657.48; producto de los menores envíos realizados durante el período. El mes con mayor valor fue noviembre con US\$ 541,967.20 (15.19% del total), seguido de abril con US\$ 504,808.90.

Cuadro N° 02
EXPORTACIÓN DE PECES ORNAMENTALES DE
LORETO,
PERIODO 2014

MESES	VALOR (US\$)	PORCENTAJE (%)	PORCENTAJE ACUMULADO
ENERO	345,577.51	9.69%	9.69%
FEBRERO	221,999.97	6.22%	15.91%
MARZO	395,448.19	11.08%	26.99%
ABRIL	504,808.90	14.15%	41.14%
MAYO	348,733.50	9.77%	50.92%
JUNIO	250,148.89	7.01%	57.93%
JULIO	182,552.41	5.12%	63.05%
AGOSTO	158,000.61	4.43%	67.47%
SEPTIEMBRE	145,468.76	4.08%	71.55%
OCTUBRE	156,266.72	4.38%	75.93%
NOVIEMBRE	541,967.20	15.19%	91.12%
DICIEMBRE	316,684.82	8.88%	100.00%
TOTAL	3,567,657.48	100.00%	100.00%

Fuente: SUNAT ADUANAS.



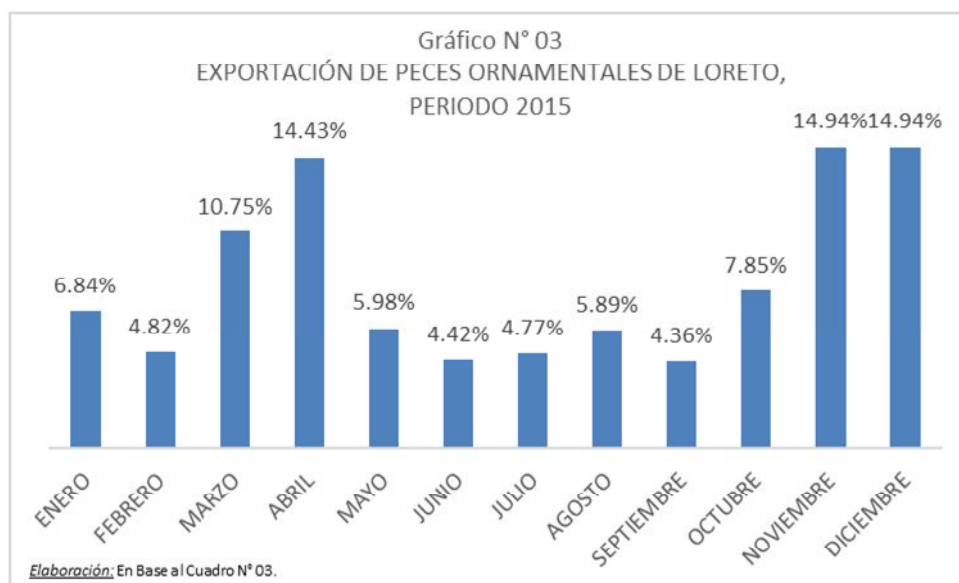
Fuente: elaboración propia

El año 2015 continuó la tendencia decreciente pues los valores exportados se redujeron en -16.75% comparativamente con el año 2014, ascendiendo a la suma de US\$ 2,970,068.33. Los meses de noviembre y diciembre obtuvieron los mismos valores exportados siendo de US\$ 443,875.16 cada mes, seguidos de abril con US\$ 428,468.66 (14.43% del valor total exportado).

Cuadro N° 03
EXPORTACIÓN DE PECES ORNAMENTALES DE LORETO,
PERIODO 2015

MESES	VALOR (US\$)	PORCENTAJE (%)	PORCENTAJE ACUMULADO
ENERO	203,111.98	6.84%	6.84%
FEBRERO	143,199.22	4.82%	11.66%
MARZO	319,359.43	10.75%	22.41%
ABRIL	428,468.66	14.43%	36.84%
MAYO	177,645.79	5.98%	42.82%
JUNIO	131,129.21	4.42%	47.24%
JULIO	141,718.84	4.77%	52.01%
AGOSTO	174,797.47	5.89%	57.89%
SEPTIEMBRE	129,604.58	4.36%	62.26%
OCTUBRE	233,282.83	7.85%	70.11%
NOVIEMBRE	443,875.16	14.94%	85.06%
DICIEMBRE	443,875.16	14.94%	100.00%
TOTAL	2,970,068.33	100.00%	100.00%

Fuente: SUNAT ADUANAS.



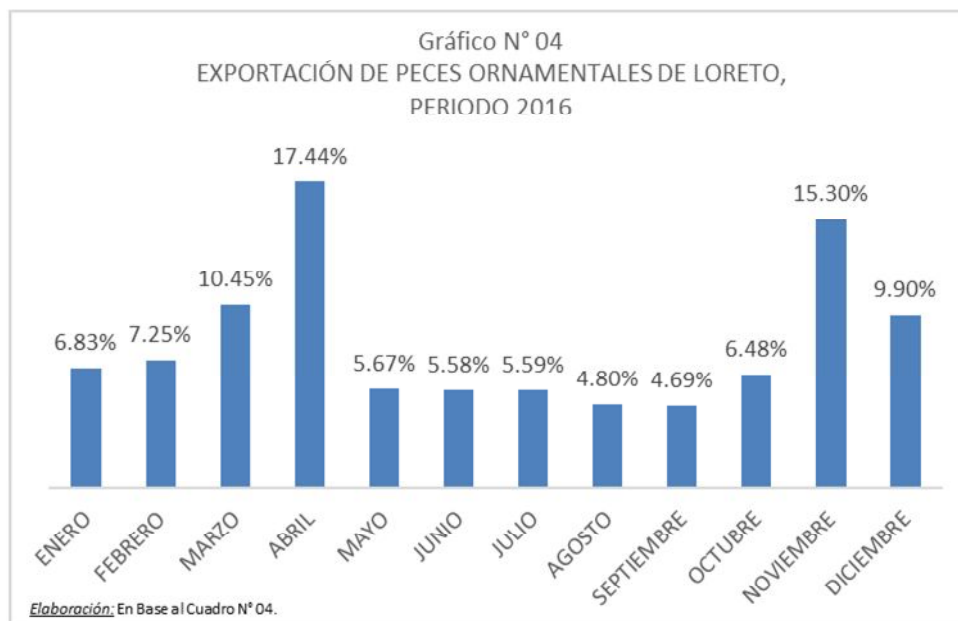
Fuente: Elaboración propia

Las exportaciones de peces ornamentales de la región Loreto cayeron en -6.75% en relación al año 2015. El mes de mayores envíos fue abril con US\$ 483,145.78; cifra que representó el 17.44% del valor total. El segundo lugar fue para el mes de noviembre con US\$ 423,841.79 (15.30% del valor total).

Cuadro N° 04
EXPORTACIÓN DE PECES ORNAMENTALES DE
LORETO,
PERIODO 2016

MESES	VALOR (US\$)	PORCENTAJE (%)	PORCENTAJE ACUMULADO
ENERO	189,247.79	6.83%	6.83%
FEBRERO	200,888.38	7.25%	14.09%
MARZO	289,503.32	10.45%	24.54%
ABRIL	483,145.78	17.44%	41.98%
MAYO	157,165.65	5.67%	47.66%
JUNIO	154,535.87	5.58%	53.24%
JULIO	154,835.40	5.59%	58.83%
AGOSTO	132,909.59	4.80%	63.63%
SEPTIEMBRE	129,869.68	4.69%	68.31%
OCTUBRE	179,480.35	6.48%	74.80%
NOVIEMBRE	423,841.79	15.30%	90.10%
DICIEMBRE	274,255.60	9.90%	100.00%
TOTAL	2,769,679.20	100.00%	100.00%

Fuente: SUNAT ADUANAS.



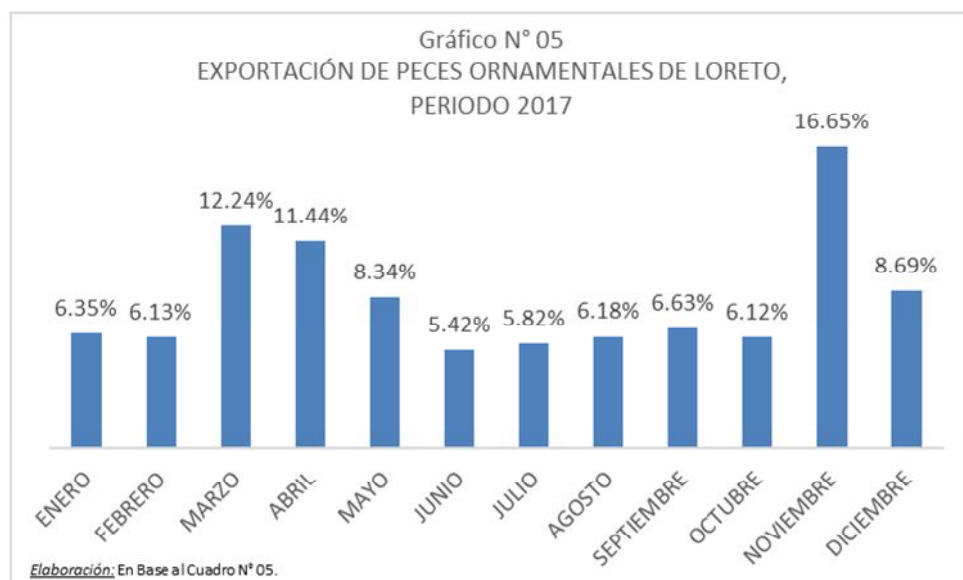
Fuente: elaboración propia

En el Cuadro N° 05, se puede ver que la exportación de peces ornamentales de Loreto alcanzó el valor de US\$ 2,654,268.62; inferior en -4.17% en comparación en el año 2016. Los mayores envíos fueron en noviembre y marzo por un valor de US\$ 441,889.07 (16.65%) y 324,930.16 (12.24%) respectivamente.

Cuadro N° 05
EXPORTACIÓN DE PECES ORNAMENTALES DE
LORETO,
PERIODO 2017

MESES	VALOR (US\$)	PORCENTAJE (%)	PORCENTAJE ACUMULADO
ENERO	168,549.74	6.35%	6.35%
FEBRERO	162,603.01	6.13%	12.48%
MARZO	324,930.16	12.24%	24.72%
ABRIL	303,703.48	11.44%	36.16%
MAYO	221,378.25	8.34%	44.50%
JUNIO	143,860.50	5.42%	49.92%
JULIO	154,434.83	5.82%	55.74%
AGOSTO	164,090.47	6.18%	61.92%
SEPTIEMBRE	175,849.82	6.63%	68.55%
OCTUBRE	162,410.08	6.12%	74.67%
NOVIEMBRE	441,889.07	16.65%	91.31%
DICIEMBRE	230,569.21	8.69%	100.00%
TOTAL	2,654,268.62	100.00%	100.00%

Fuente: SUNAT ADUANAS.



Fuente: elaboración propia

4.2. EMPRESAS EXPORTADORAS DE PECES ORNAMENTALES.

En el año 2013, veinticuatro (24) acuarios comerciales realizaron envíos al exterior de peces ornamentales por un valor de US\$ 3,601,170.50; tal como se puede observar en el Cuadro N° 06. De acuerdo a ello, la empresa ACUATRADE S.A.C. exportó US\$ 1,782,610.32 equivalente al 49.50% del total exportado de peces ornamentales, ubicándose en primer lugar; seguido de Stingray Aquarium SAC. con US\$ 636,497.28 (17.67% del total). Ambos acuarios comerciales pertenecen al mismo grupo empresarial.

Cuadro N° 06
LORETO: EMPRESAS EXPORTADORAS DE PECES
ORNAMENTALES, PERIODO 2013

N°	EMPRESA	MONTO (US\$)	PORCENTAJE (%)
1	ACUATRADE SAC.	1,782,610.32	49.50%
2	STINGRAY AQUARIUM SAC	636,497.28	17.67%
3	MF TROPICAL FISH EIRL.	343,400.50	9.54%
4	AMAZON COUNTRY EXPORTS SAC.	144,368.20	4.01%
5	AMAZON TROPICALS AQUARIUM EIRL.	122,282.45	3.40%
6	ACUARIO VALENTINA EIRL	110,078.00	3.06%
7	VELASQUEZ DELPINO CHRISTOPHER LUIS	95,650.50	2.66%
8	FISH LIVE PERU - ATA AQUARIUM SRL.	71,617.10	1.99%
9	NIJSSENI'S CORPORATION SRL	68,118.80	1.89%
10	OTRAS 15 EMPRESAS	226,547.35	6.29%
	TOTAL 24 EMPRESAS	3,601,170.50	100.00%

Fuente: SUNAT ADUANAS.



Fuente: elaboración propia

El año 2014, se redujo el valor exportado y también el número de empresas exportadoras, bajando de 24 a 23 acuarios comerciales. El mayor exportador fue ACUATRADE S.A.C con la cifra de US\$ 2,237,007.95 que representó el 62.70% del total; lo que significa que una sola empresa exporta más de la mitad del total, demostrando una total concentración y dependencia de ella. En segundo lugar se ubica MF Tropical fish EIRL. con US\$ 364,269.25 (10.21% del total), muy lejos de ACUATRADE S.A.C.

Cuadro N° 07
LORETO: EMPRESAS EXPORTADORAS DE PECES NAMENTALES,
PERIODO 2014

N°	EMPRESA	MONTO (US\$)	PORCENTAJE (%)
1	ACUATRADE SAC.	2,237,007.95	62.70%
2	MF TROPICAL FISH EIRL.	364,269.25	10.21%
3	AMAZON COUNTRY EXPORTS SAC.	300,714.25	8.43%
4	VELASQUEZ DELPINO CHRISTOPHER LUIS	132,711.30	3.72%
5	ACUARIO VALENTINA EIRL	88,621.20	2.48%
6	RIVER LAND PERU SAC.	70,284.15	1.97%
7	AMAZON TROPICALS AQUARIUM EIRL.	61,071.75	1.71%
8	NIJSSENI'S CORPORATION SRL.	50,338.00	1.41%
9	BIO INDUSTRIAL AMAZONAS SAC.	44,172.70	1.24%
10	OTRAS 14 EMPRESAS	218,466.93	6.12%
	TOTAL 23 EMPRESAS	3,567,657.48	100.00%

Fuente: SUNAT ADUANAS.



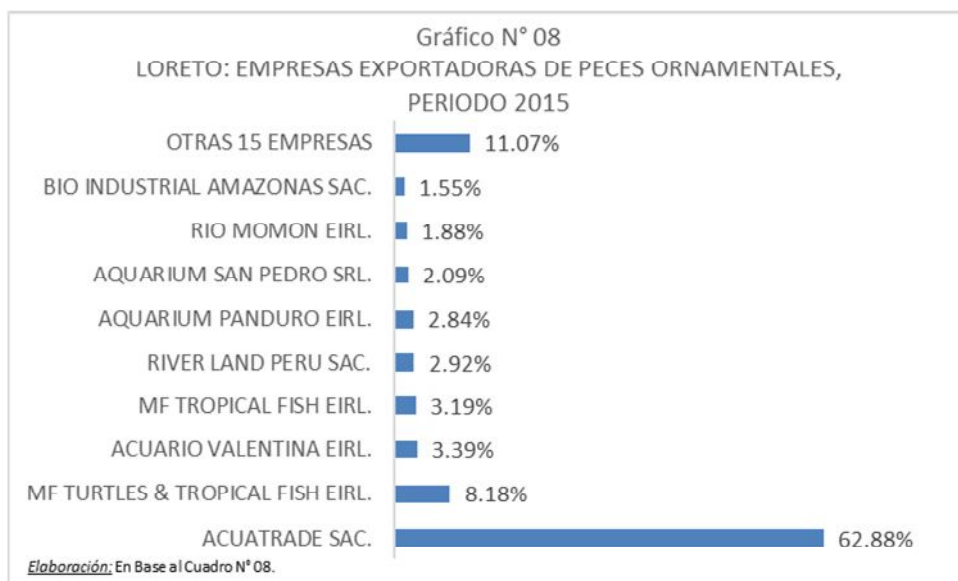
Fuente: elaboración propia

El año 2015, fueron 24 las empresas que exportaron peces ornamentales desde la región Loreto por un valor de US\$ 2,912,747.52. En este periodo, la empresa ACUATRADE S.A.C. reafirma su posición en el primer lugar al exportar peces ornamentales por un valor de US\$ 1,831,679.85; monto que representa el 62.88% del total, ubicándose como la principal proveedora del mercado internacional. El segundo sitio es para MF Turtles & Tropical Fish EIRL. con un monto exportado de US\$ 238,390.80 (8.18% del total).

Cuadro N° 08
LORETO: EMPRESAS EXPORTADORAS DE PECES
ORNAMENTALES, PERIODO 2015

N°	EMPRESA	MONTO (US\$)	PORCENTAJE (%)
1	ACUATRADE SAC.	1,831,679.85	62.88%
2	MF TURTLES & TROPICAL FISH EIRL.	238,390.80	8.18%
3	ACUARIO VALENTINA EIRL.	98,709.90	3.39%
4	MF TROPICAL FISH EIRL.	92,948.00	3.19%
5	RIVER LAND PERU SAC.	84,968.00	2.92%
6	AQUARIUM PANDURO EIRL.	82,771.56	2.84%
7	AQUARIUM SAN PEDRO SRL.	60,787.70	2.09%
8	RIO MOMON EIRL.	54,900.65	1.88%
9	BIO INDUSTRIAL AMAZONAS SAC.	45,193.20	1.55%
10	OTRAS 15 EMPRESAS	322,397.86	11.07%
	TOTAL 24 EMPRESAS	2,912,747.52	100.00%

Fuente: SUNAT ADUANAS.



Fuente: elaboración propia

El año 2016 se incrementó en una unidad las empresas exportadoras de peces ornamentales, registrándose 25 a pesar de haberse reducido el valor exportado. Nuevamente, ACUATRADE S.A.C. se mantuvo en el primer lugar con un monto exportado de US\$ 1,655,756.82; cantidad que significó el 59.78% del total, constituyéndose en la principal proveedora del mercado internacional. Muy distante, aparece en el segundo lugar la empresa Aquarium Panduro EIRL. con el 10.44% del valor total exportado equivalente a US\$ 289,290.36.

Cuadro N° 09
LORETO: EMPRESAS EXPORTADORAS DE PECES
ORNAMENTALES, PERIODO 2016

N°	EMPRESA	MONTO (US\$)	PORCENTAJE (%)
1	ACUATRADE SAC.	1,655,756.82	59.78%
2	AQUARIUM PANDURO EIRL.	289,290.36	10.44%
3	MF TURTLES & TROPICAL FISH EIRL.	187,790.00	6.78%
4	RIO MOMON EIRL.	86,942.30	3.14%
5	RIVER LAND PERU SAC.	76,262.59	2.75%
6	ACUARIO VALENTINA EIRL	73,174.90	2.64%
7	PIRAI EIRL.	57,288.75	2.07%
8	BIO INDUSTRIAL AMAZONAS SAC.	46,898.20	1.69%
9	AMAZON COUNTRY EXPORTS SAC.	38,316.80	1.38%
10	OTRAS 16 EMPRESAS	257,958.48	9.31%
	TOTAL 25 EMPRESAS	2,769,679.20	100.00%

Fuente: SUNAT ADUANAS.



Fuente: elaboración propia

El año 2017, fue el año con la menor cifra de exportación de peces ornamentales, pero con más empresas exportadoras, al haberse registrado 27. En primer orden, aparece totalmente consolidada como la principal exportadora de Loreto, la empresa ACUATRADE S.A.C. con la cifra de US\$ 1,387,656.31 que representa el 52.28% del valor exportado. Otra vez, Aquarium Panduro EIRL. se posiciona en el segundo lugar con una cifra de exportación de US\$ 335,286.15 (12.63% del total).

Cuadro N° 10
LORETO: EMPRESAS EXPORTADORAS DE PECES
ORNAMENTALES, PERIODO 2017

N°	EMPRESA	MONTO (US\$)	PORCENTAJE (%)
1	ACUATRADE SAC.	1,387,656.31	52.28%
2	AQUARIUM PANDURO EIRL.	335,286.15	12.63%
3	CATFISH TRADING SAC.	137,716.48	5.19%
4	PIRAI EIRL.	88,131.25	3.32%
5	RIO MOMON EIRL.	86,350.49	3.25%
6	MF TROPICAL FISH EIRL.	74,768.50	2.82%
7	MF TURTLES & TROPICAL FISH EIRL.	71,351.60	2.69%
8	RIVER LAND PERU SAC.	60,519.41	2.28%
9	GREEN FISH AQUARIUM EIRL.	58,443.10	2.20%
10	OTRAS 18 EMPRESAS	354,045.33	13.34%
	TOTAL 27 EMPRESAS	2,654,268.62	100.00%

Fuente: SUNAT ADUANAS.



Fuente: elaboración propia

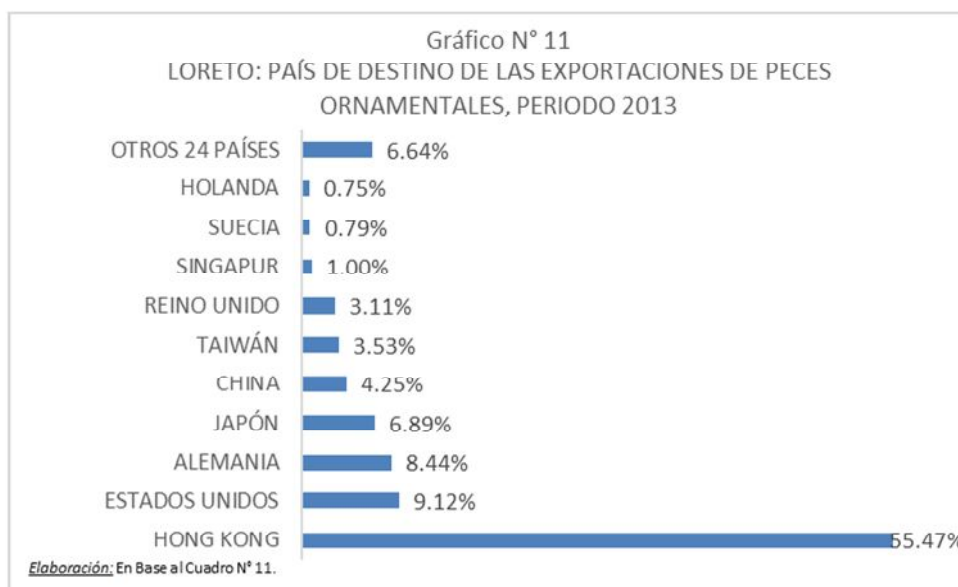
4.3. PAÍS DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE PECES ORNAMENTALES.

A continuación, se detallan los países de destino de los envíos de peces ornamentales de la región Loreto, constituyéndose en el mercado internacional para este producto de la región Loreto. En el periodo 2013, tal como se puede ver en el Cuadro N° 11, los envíos de peces ornamentales de la región Loreto se dirigieron a 34 países del mundo, destacando Hong Kong como el principal destino, al haber recibido el 55.47% de las exportaciones por un valor de US\$ 1,997,506.03. Quiere decir entonces que existe una gran concentración en un solo mercado ya que más de la mitad de los envíos van a un solo mercado que es Hong Kong, situación que resulta preocupante ya que, si algo malo le llegara a pasar, como por ejemplo una crisis económica, o si deciden poner restricciones a las importaciones, redundaría negativamente en las cifras de exportación de la región Loreto. Estados Unidos fue el segundo mercado al haber recibido envíos de peces ornamentales por un monto de US\$ 328,316.17; lo que significó el 9.12% del total. Muy cerca se encuentra Alemania al haber sido el destino del 8.44% de las exportaciones con US\$ 304,049.72 ocupando el tercer lugar. La cuarta ubicación es para Japón con US\$ 248,005.48 (6.89% del total).

Cuadro N° 11
LORETO: PAÍS DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES
DE PECES ORNAMENTALES, PERIODO 2013

N°	EMPRESA	MONTO (US\$)	PORCENTAJE (%)
1	HONG KONG	1,997,506.03	55.47%
2	ESTADOS UNIDOS	328,316.17	9.12%
3	ALEMANIA	304,049.72	8.44%
4	JAPÓN	248,005.48	6.89%
5	CHINA	153,040.32	4.25%
6	TAIWÁN	126,993.15	3.53%
7	REINO UNIDO	112,117.40	3.11%
8	SINGAPUR	36,089.89	1.00%
9	SUECIA	28,600.53	0.79%
10	HOLANDA	27,161.47	0.75%
11	OTROS 24 PAÍSES	239,290.34	6.64%
	TOTAL 34 PAÍSES	3,601,170.50	100.00%

Fuente: SUNAT ADUANAS.



Fuente: elaboración propia

De acuerdo a lo observado en el Cuadro N° 12, las exportaciones de peces ornamentales de la región Loreto en el año 2014 se redujeron en comparación con el año 2013, coincidiendo con una reducción de los países de destinos, que pasaron de 34 al año 2013 a 29 el año 2014. En este contexto, Hong Kong se erigió en el principal destino de los envíos de peces ornamentales de la región Loreto, al haber recepcionado el 42.91% de las exportaciones por un valor de US\$

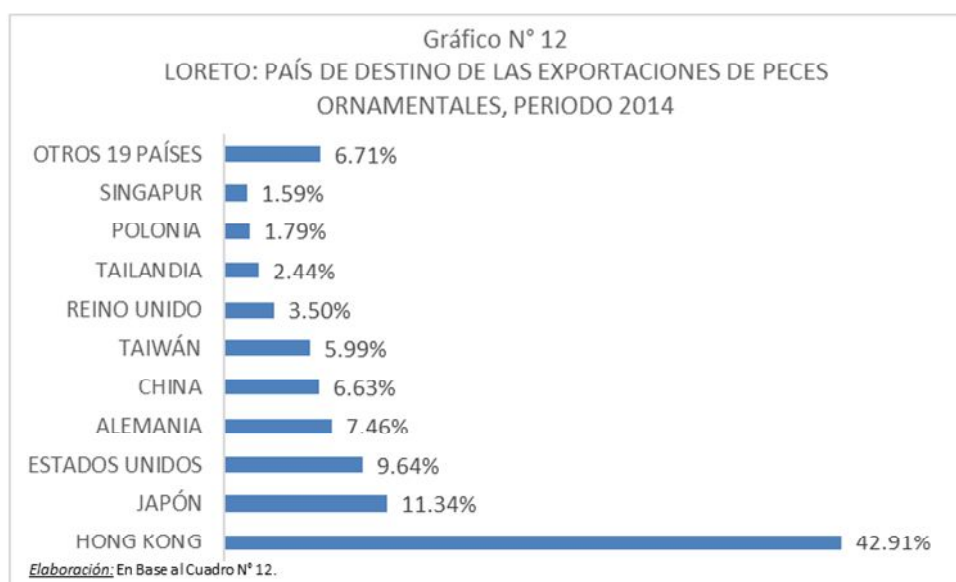
1,530,929.24. En segundo orden aparece Japón, otro país asiático, con el 11.34% de los envíos ascendente a la suma de US\$ 404,463.39. Estados Unidos aparece en el tercer lugar al haber sido el destino del 9.64% de los envíos por un monto de US\$ 343,974.81; y, en cuarto puesto está Alemania con 7.46% de las exportaciones totales equivalente a la suma de US\$ 266,323.79.

Cuadro N° 12

LORETO: PAÍS DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE PECES ORNAMENTALES, PERIODO 2014

N°	EMPRESA	MONTO (US\$)	PORCENTAJE (%)
1	HONG KONG	1,530,929.24	42.91%
2	JAPÓN	404,463.39	11.34%
3	ESTADOS UNIDOS	343,974.81	9.64%
4	ALEMANIA	266,323.79	7.46%
5	CHINA	236,417.08	6.63%
6	TAIWÁN	213,748.88	5.99%
7	REINO UNIDO	124,866.70	3.50%
8	TAILANDIA	87,089.25	2.44%
9	POLONIA	63,833.11	1.79%
10	SINGAPUR	56,709.36	1.59%
11	OTROS 19 PAÍSES	239,301.87	6.71%
	TOTAL 29 PAÍSES	3,567,657.48	100.00%

Fuente: SUNAT ADUANAS.



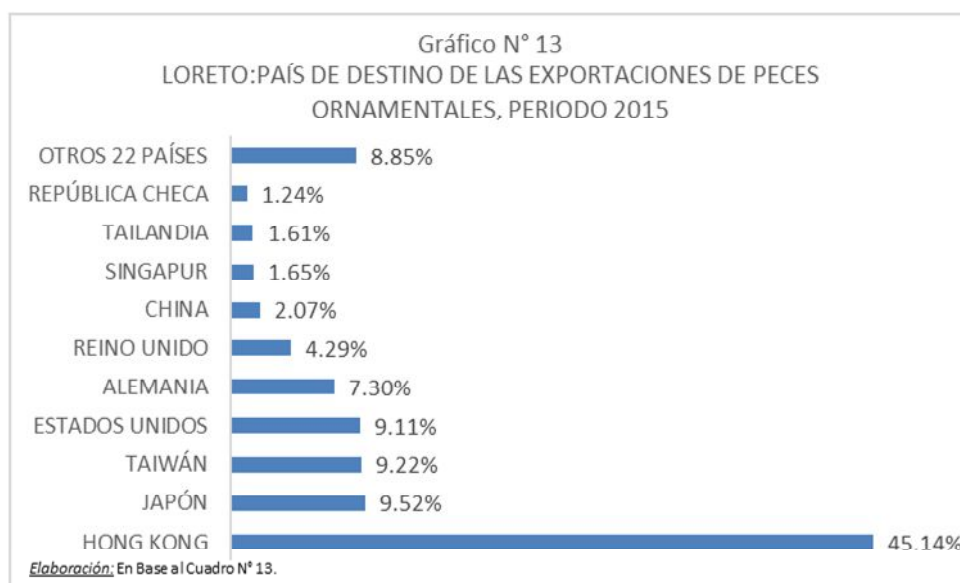
Fuente: elaboración propia

El año 2015, se incrementaron los países de destino a 32 para las exportaciones de peces ornamentales originarios de la región Loreto, a pesar de haberse reducido el monto exportado en -18.36% significando el monto de US\$ 2,912,747.52. El primer mercado de destino fue Hong Kong, al haber recibido el 45.14% del valor enviado que asciende a US\$ 1,314,855.47. El segundo destino fue Japón, país al que se despacharon peces ornamentales por un monto de US\$ 277,214.23 que representó el 9.52% del total exportado.

Cuadro N° 13
LORETO: PAÍS DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES
DE PECES ORNAMENTALES, PERIODO 2015

N°	EMPRESA	MONTO (US\$)	PORCENTAJE (%)
1	HONG KONG	1,314,855.47	45.14%
2	JAPÓN	277,214.23	9.52%
3	TAIWÁN	268,664.68	9.22%
4	ESTADOS UNIDOS	265,361.69	9.11%
5	ALEMANIA	212,696.48	7.30%
6	REINO UNIDO	124,824.28	4.29%
7	CHINA	60,293.88	2.07%
8	SINGAPUR	47,963.48	1.65%
9	TAILANDIA	46,901.50	1.61%
10	REPÚBLICA CHECA	36,207.46	1.24%
11	OTROS 22 PAÍSES	257,764.37	8.85%
	TOTAL 32 PAÍSES	2,912,747.52	100.00%

Fuente: SUNAT ADUANAS.



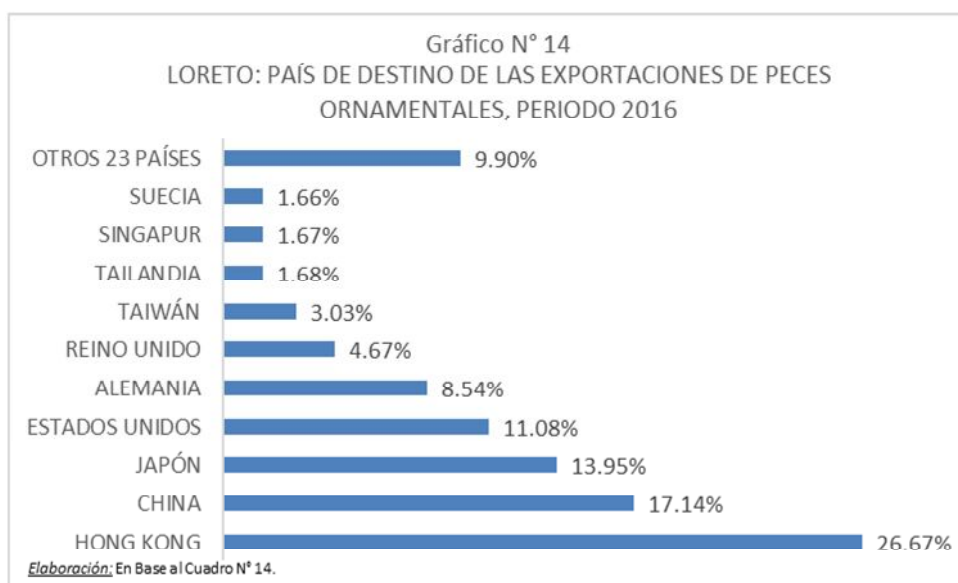
Fuente: elaboración propia

El año 2016, los países de destino para las exportaciones de peces ornamentales de la región Loreto fueron 33; mostrando el incremento de un país en relación al periodo anterior. Hong Kong se consolida como el principal mercado de destino, al haberse destinado el 26.67% de los envíos por un valor de US\$ 738,614.33 mostrando una reducción significativa de -43.83% en relación al año anterior. China surge notablemente en segunda ubicación, al haber concentrado envíos por US\$ 474,604.23 (17.14%).

Cuadro N° 14
LORETO: PAÍS DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE PECES ORNAMENTALES, PERIODO 2016

N°	EMPRESA	MONTO (US\$)	PORCENTAJE (%)
1	HONG KONG	738,614.33	26.67%
2	CHINA	474,604.23	17.14%
3	JAPÓN	386,437.98	13.95%
4	ESTADOS UNIDOS	306,796.04	11.08%
5	ALEMANIA	236,584.53	8.54%
6	REINO UNIDO	129,475.58	4.67%
7	TAIWÁN	84,024.52	3.03%
8	TAILANDIA	46,598.06	1.68%
9	SINGAPUR	46,252.36	1.67%
10	SUECIA	46,007.88	1.66%
11	OTROS 23 PAÍSES	274,283.69	9.90%
	TOTAL 33 PAÍSES	2,769,679.20	100.00%

Fuente: SUNAT ADUANAS.



Fuente: elaboración propia

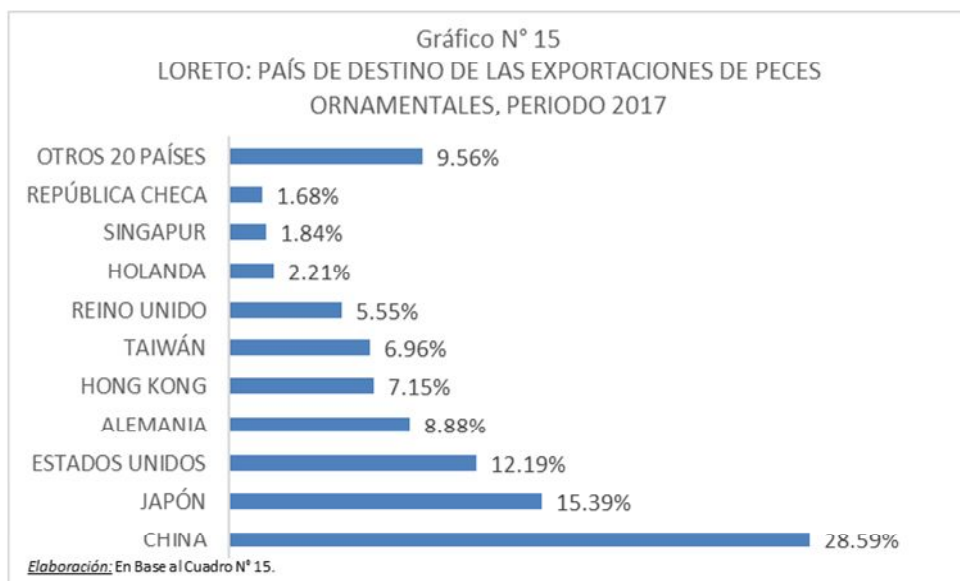
El año 2017, los países de destino se redujeron en tres (03) pasando de 33 a 30. Este periodo marca un hito sin precedentes en toda la serie en estudio, pues el primer mercado de destino de las exportaciones de peces ornamentales de la región Loreto pasó a ser China con el 28.59% de las exportaciones, equivalente a US\$ 758,729.26; desplazando a Hong Kong al quinto lugar con el 7.15% de las exportaciones ascendiendo a US\$ 189,868.14. El segundo destino fue Japón con el 15.39% de los envíos (US\$ 408,531.67).

Cuadro N° 15

LORETO: PAÍS DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE PECES ORNAMENTALES, PERIODO 2017

N°	EMPRESA	MONTO (US\$)	PORCENTAJE (%)
1	CHINA	758,729.26	28.59%
2	JAPÓN	408,531.67	15.39%
3	ESTADOS UNIDOS	323,423.30	12.19%
4	ALEMANIA	235,804.43	8.88%
5	HONG KONG	189,868.14	7.15%
6	TAIWÁN	184,817.38	6.96%
7	REINO UNIDO	147,224.65	5.55%
8	HOLANDA	58,714.74	2.21%
9	SINGAPUR	48,722.85	1.84%
10	REPÚBLICA CHECA	44,674.04	1.68%
11	OTROS 20 PAÍSES	253,758.16	9.56%
	TOTAL 30 PAÍSES	2,654,268.62	100.00%

Fuente: SUNAT ADUANAS.



Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN.

La exportación de peces ornamentales constituye una de las principales actividades generadoras de divisas de la región Loreto, así que reviste de singular importancia por el empleo que genera tanto de manera directa como indirecta. Dentro de la cadena productiva se encuentran los pescadores (familias íntegras dedicadas a esta actividad), quienes son los proveedores de los acuarios comerciales. Los acuarios comerciales son los que llevan adelante los envíos al exterior.

En el periodo en estudio 2013 – 2017, fueron 27 los acuarios comerciales que realizaron envíos al exterior, pero ACUATRADE S.A.C. ha llevado a cabo más de la mitad de las exportaciones, lo que demuestra una fuerte concentración. Por otro lado, las exportaciones se dirigieron a 34 países de destino, pero Hong Kong concentró la mayor parte de ellas demostrando, también, concentración en un solo mercado.

La posición estratégica ubica a la empresa ACUATRADE S.A.C. en primer lugar en los envíos al exterior, teniendo a Hong Kong como mercado de destino. Pero, resulta necesario analizar el entorno para evaluar los determinantes de este comportamiento. En ese mismo sentido, evidenciar las ventajas que ofrecen los mercados internacionales en relación a los accesos y facilitación al comercio, para poder evidenciar por qué unos concentran un mayor porcentaje de las exportaciones y por qué otros no; si es por cercanía, o por la existencia de un Tratado de Libre Comercio (TLC) que reduce los aranceles significativamente buscando incrementar los flujos comerciales, o algún otro factor que explique el comportamiento del mercado.

En este sentido, no existe mejor manera de abordar la discusión que a través de la validación de las hipótesis.

5.1. VALIDACIÓN DE HIPÓTESIS.

5.1.1. HIPÓTESIS GENERAL.

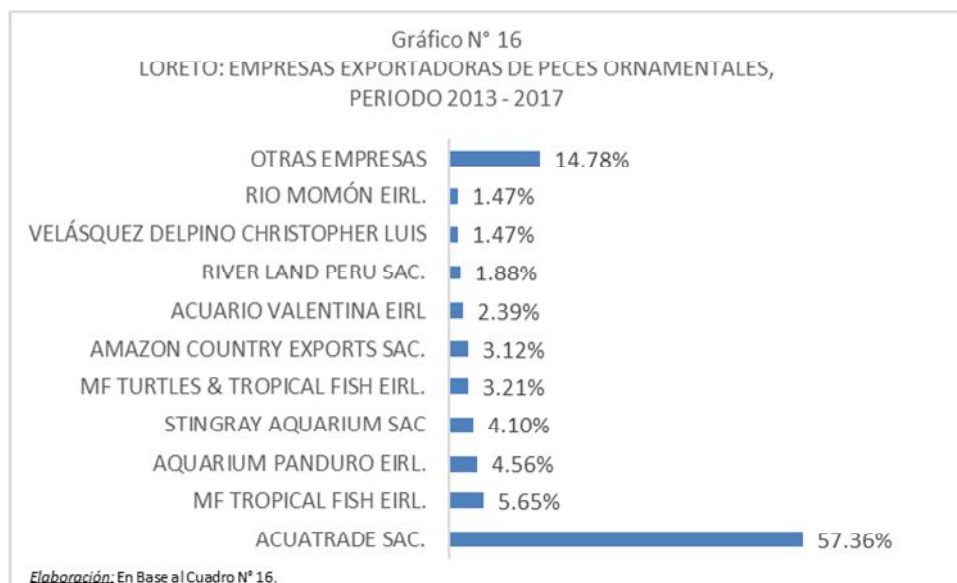
“La empresa ACUATRADE S.A.C. ocupó el primer lugar en el mercado exportador de peces ornamentales de la región Loreto, en el periodo 2013 – 2017”.

En el Cuadro N° 16, se puede observar el ranking de acuarios comerciales que exportaron peces ornamentales desde la región Loreto durante el periodo 2013 – 2017, el mismo que ascendió a 27 empresas que realizaron envíos al exterior por un monto de US\$ 15,505,523.32. La primera ubicación corresponde a la empresa ACUATRADE S.A.C. que concentró el 57.36% del valor exportado equivalente a la suma de US\$ 8,894,711.25. Tal como se puede ver, las cifras de exportación dependen en gran medida del esfuerzo comercial de la referida empresa, situación que reviste de mucho riesgo al depender de ella, pues si entra en crisis o falencia arrastrará el comportamiento del sector de manera dramática.

Cuadro N° 16
LORETO: EMPRESAS EXPORTADORAS DE PECES ORNAMENTALES,
PERIODO 2013 - 2017

N°	EMPRESA	MONTO (US\$)	PORCENTAJE (%)
1	ACUATRADE SAC.	8,894,711.25	57.36%
2	MF TROPICAL FISH EIRL.	875,386.25	5.65%
3	AQUARIUM PANDURO EIRL.	707,348.07	4.56%
4	STINGRAY AQUARIUM SAC	636,497.28	4.10%
5	MF TURTLES & TROPICAL FISH EIRL.	497,532.40	3.21%
6	AMAZON COUNTRY EXPORTS SAC.	483,399.25	3.12%
7	ACUARIO VALENTINA EIRL	370,584.00	2.39%
8	RIVER LAND PERU SAC.	292,034.15	1.88%
9	VELÁSQUEZ DELPINO CHRISTOPHER LUIS	228,361.80	1.47%
10	RIO MOMÓN EIRL.	228,193.44	1.47%
10	OTRAS EMPRESAS	2,291,475.43	14.78%
	TOTAL 27 EMPRESAS	15,505,523.32	100.00%

Fuente: SUNAT ADUANAS.



Fuente: elaboración propia

CONCLUSIÓN:

SE ACEPTA LA HIPÓTESIS GENERAL DEBIDO A QUE LA EMPRESA ACUATRADE S.A.C. OCUPÓ EL PRIMER LUGAR EN EL MERCADO EXPORTADOR DE PECES ORNAMENTALES DE LA REGIÓN LORETO, EN EL PERIODO 2013 – 2017.

5.1.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS.

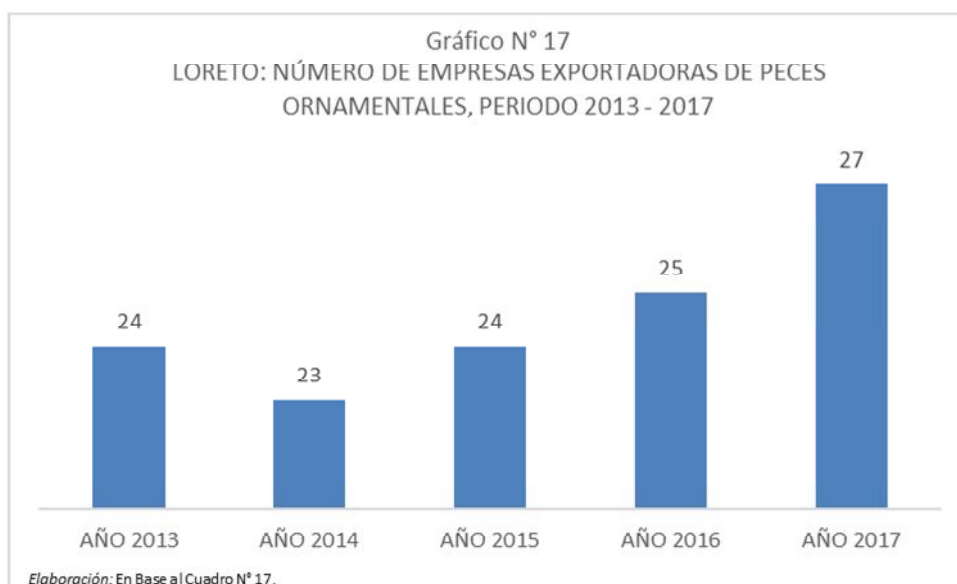
1° Hipótesis Específica: “Las empresas que conformaron el mercado exportador de peces ornamentales de la región Loreto en el periodo 2013 – 2017, fueron menos de 20”.

De acuerdo a lo mostrado en el Cuadro N° 17, el número máximo de acuarios comerciales que exportaron peces ornamentales desde Loreto, durante el periodo 2013 – 2017, fue 27 y corresponde al año 2017. En ese mismo sentido, el año 2014 se registró el menor número de empresas exportadoras y fue de 23. El promedio de toda la serie fue de 24.6 empresas que exportaron la cifra promedio de US\$ 3,101,104.66. Como se puede notar, en ningún año el número de empresas exportadoras fue inferior a 23.

Cuadro N° 17
LORETO: NÚMERO DE EMPRESAS
EXPORTADORAS DE PECES
ORNAMENTALES, PERIODO 2013 - 2017

AÑOS	N° DE EMPRESAS	VALOR FOB (US\$)
AÑO 2013	24	3,601,170.50
AÑO 2014	23	3,567,657.48
AÑO 2015	24	2,912,747.52
AÑO 2016	25	2,769,679.20
AÑO 2017	27	2,654,268.62
PROMEDIO	24.6	3,101,104.66

Fuente: SUNAT ADUANAS.



Fuente: elaboración propia

CONCLUSIÓN:

SE RECHAZA LA 1° HIPÓTESIS ESPECÍFICA DEBIDO A QUE, LAS EMPRESAS QUE CONFORMARON EL MERCADO EXPORTADOR DE PECES ORNAMENTALES DE LA REGIÓN LORETO EN EL PERIODO 2013 – 2017, FUERON MÁS DE 20.

2° Hipótesis Específica: “El principal mercado de destino de las exportaciones de peces ornamentales de la región Loreto en el periodo 2013 – 2017, fue Hong Kong”.

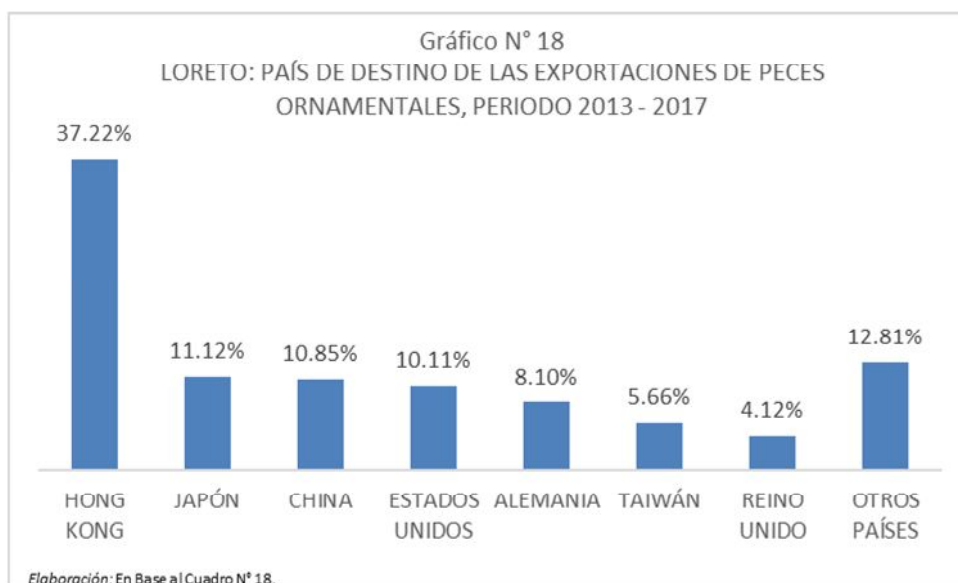
En el Cuadro N° 19, se muestran los países de destino de las exportaciones de peces ornamentales de la región Loreto en el periodo 2013 – 2017, destacando en primer orden Hong Kong con el 37.22% del valor de los envíos, ascendiendo a la suma de US\$5,771,773.21; secundados por Japón con US\$ 1,724,652.75 (11.12% del total).

Cuadro N° 18

LORETO: PAÍS DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE PECES ORNAMENTALES, PERIODO 2013 - 2017

N°	EMPRESA	MONTO (US\$)	PORCENTAJE (%)
1	HONG KONG	5,771,773.21	37.22%
2	JAPÓN	1,724,652.75	11.12%
3	CHINA	1,683,084.77	10.85%
4	ESTADOS UNIDOS	1,567,872.01	10.11%
5	ALEMANIA	1,255,458.95	8.10%
6	TAIWÁN	878,248.61	5.66%
7	REINO UNIDO	638,508.61	4.12%
8	OTROS PAÍSES	1,985,924.91	12.81%
	TOTAL	15,505,523.82	100.00%

Fuente: SUNAT ADUANAS.



Fuente: elaboración propia

CONCLUSIÓN:

SE ACEPTA LA 2° HIPÓTESIS ESPECÍFICA EN EL SENTIDO QUE, EL PRINCIPAL MERCADO DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE PECES ORNAMENTALES DE LA REGIÓN LORETO EN EL PERIODO 2013 – 2017, FUE HONG KONG.

3° Hipótesis Específica: “Las exportaciones de peces ornamentales de la empresa ACUATRADE S.A.C. en el periodo 2013 – 2017, se dirigieron principalmente a Hong Kong y China”.

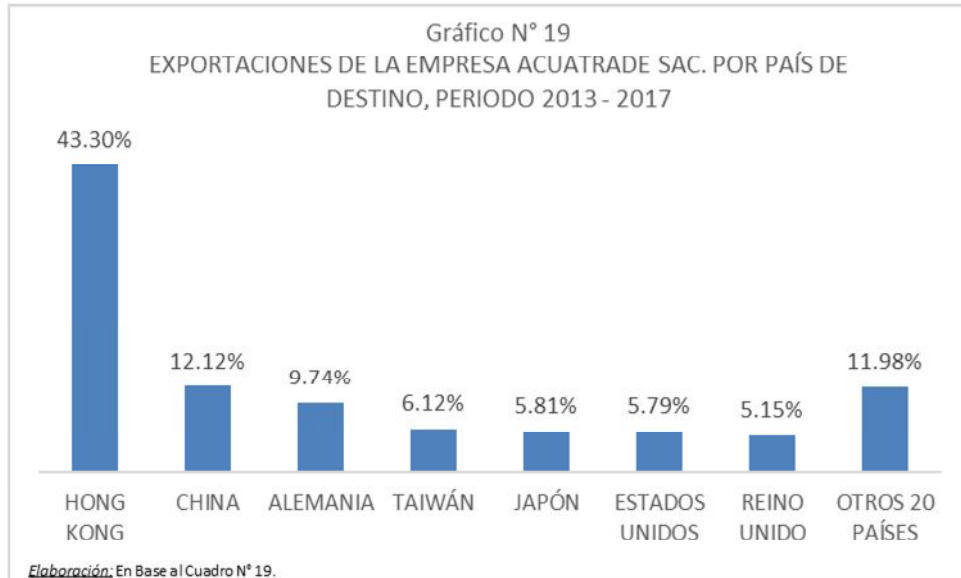
La empresa ACUATRADE S.A.C. exportó peces ornamentales por un monto de US\$ 11,192,596.89 durante el periodo 2013 – 2017 a 27 países diferentes; sin embargo, Hong Kong se constituyó en el principal destino al haber recibido el 43.30% de los envíos de ACUATRADE S.A.C., por un valor de US\$ 4,846,255.79; seguido de China, mercado que aglutinó el 12.12% de los envíos con la cifra de US\$ 1,356,055.42. ambos mercados concentran el 55.42% de las exportaciones; es decir, más de la mitad.

Cuadro N° 19

EXPORTACIONES DE LA EMPRESA ACUATRADE SAC. POR PAÍS DE DESTINO, PERIODO 2013 - 2017

N°	PAÍS DE DESTINO	VALOR FOB (US\$)	PORCENTAJE (%)
1	HONG KONG	4,846,255.79	43.30%
2	CHINA	1,356,055.42	12.12%
3	ALEMANIA	1,089,836.53	9.74%
4	TAIWÁN	684,547.54	6.12%
5	JAPÓN	650,650.17	5.81%
6	ESTADOS UNIDOS	648,003.18	5.79%
7	REINO UNIDO	575,870.24	5.15%
8	OTROS 20 PAÍSES	1,341,378.02	11.98%
	TOTAL 27 PAÍSES	11,192,596.89	100.00%

Fuente: SUNAT ADUANAS.



Fuente: elaboración propia

CONCLUSIÓN:

SE ACEPTA LA 3° HIPÓTESIS ESPECÍFICA EN EL SENTIDO QUE, LAS EXPORTACIONES DE PECES ORNAMENTALES DE LA EMPRESA ACUATRADE S.A.C., EN EL PERIODO 2013 – 2017, SE DIRIGIERON PRINCIPALMENTE A HONG KONG Y CHINA.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA.

De acuerdo a lo analizado en los capítulos anteriores, se puede ver que existe una concentración muy fuerte de las exportaciones de peces ornamentales de la región Loreto en pocas empresas exportadoras y pocos mercados de destino. Situación que reviste de mucho riesgo sobre todo en la dependencia de pocos mercados

La posición estratégica de la empresa ACUATRADE S.A.C. la ubica en primer lugar, pero sus envíos se concentran prácticamente en dos mercados: Hong Kong (43.30%) y China (12.12%), significando el 55.42% del total. A continuación, se detallan las propuestas:

1. Es imprescindible que la empresa ACUATRADE S.A.C. lleve adelante una estrategia de diversificación de mercados que le permita desconcentrar el riesgo y la dependencia. Para ello, se propone que procure participar en ferias internacionales y ruedas de negocios para conocer nuevos compradores y, de esta manera ampliar el mercado actual. El riesgo latente de un mercado concentrado es que, si éste entra en crisis por cualquier motivo, afectará sustancialmente los valores exportados no solo de la empresa sino también de la región, tal como se vio con la exportación de madera aserrada a México, mercado que fue afectado por la crisis del 2008 manifestándose en menores pedidos de Estados Unidos a México, y México dejó de comprar a Loreto, trayendo como consecuencia la quiebra de las empresas exportadoras de madera y de otras empresas relacionadas de manera directa e indirectamente con la actividad. Esto se debe evitar con los exportadores de peces ornamentales, y la única manera de hacerlo es a través de la diversificación de mercados. La diversificación administrada estratégicamente debe ser una práctica cotidiana, buscando de brindar nuevos horizontes a la empresa, ya que enfrentarse sola al mercado no es recomendable.

2. Otra propuesta válida es apoyarse en socios estratégicos como PROMPERÚ y MINCETUR, con el propósito de participar en eventos de salidas de mercado, bajo el auspicio del pabellón Perú. Del mismo modo, los ejecutivos de la empresa ACUATRADE S.A.C. deben salir a visitar a sus clientes en el mundo para enterarse de primera mano cómo les está yendo, qué necesitan y de qué manera se les fideliza. Así mismo, deben visitar mercados emergentes para este producto, tales como República Checa, Singapur, etc.

3. Se propone inducir la profesionalización de las áreas encargadas de la producción (biólogos, médicos veterinarios, etc.), tendientes a obtener un producto de calidad que marque la diferencia con otros del mismo rubro. Asimismo, la profesionalización debe alcanzar a la plana gerencial, debiendo evidenciar el dominio del idioma inglés para las negociaciones con los compradores, así como el dominio de las herramientas modernas de la administración estratégica que le permitan posicionarse adecuadamente en el mercado y mantenerse en él.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES.

1. En el periodo de estudio 2013 – 2017, la exportación de peces ornamentales constituye la tercera actividad generadora de divisas para la región Loreto después de la madera aserrada y los combustibles. Del mismo modo, genera empleo de manera directa e indirecta para miles de familias amazónicas a lo largo de toda la cadena productiva, desde la pesca o extracción del recurso hasta la exportación a mercados internacionales
2. La empresa ACUATRADE S.A.C. ocupó el primer lugar en la participación estratégica del mercado exportador de peces ornamentales de la región Loreto, en el periodo 2013 – 2017, periodo en el que las exportaciones totales sumaron la cifra de US\$ 15,505,523.32. De este total, la empresa ACUATRADE S.A.C. realizó envíos por un valor de US\$ 8,894,711.25 equivalente al 57.36%; constituyéndose en la principal exportadora de la región.
3. La cantidad de empresas exportadoras de peces ornamentales de la región Loreto durante el periodo de estudio, osciló entre 23 y 27 como los valores mínimos y máximos. Así, por ejemplo, el año 2013 se tuvo la menor cantidad de empresas que fueron 23; sin embargo, el año 2017 llegaron a su máxima expresión con 27 empresas. En promedio, exportaron 24.6 empresas por un valor anual de US\$ 3,101,104.66.
4. Las exportaciones de peces ornamentales de la región Loreto en el periodo 2013 – 2017 se dirigieron a 34 mercados de destino, siendo Hong Kong el principal al haber recibido envíos por un valor de US\$ 5,771,773.21 significando el 37.22% de las exportaciones. Cabe destacar que este mercado tiene un alto poder adquisitivo y se caracteriza por ser una sociedad de consumo, donde la acuarofilia se encuentra totalmente desarrollada, y los

peces amazónicos son muy requeridos. El mercado japonés se sitúa en el segundo lugar al haber sido destino del 11.12% de las exportaciones, por un valor de US\$ 1,724,652.75. Estos dos mercados concentran el 48.34% de las exportaciones; es decir, aproximadamente la mitad de los envíos realizados al extranjero.

5. La empresa ACUATRADE S.A.C. fue la principal exportadora de peces ornamentales de la región Loreto en el periodo 2013 – 2017, habiendo realizado envíos por US\$ 8,894,711.25 equivalente al 57.36% de las exportaciones totales de este producto. Los mercados a los que exportó ACUATRADE S.A.C. fueron: Hong Kong en primer orden con envíos por US\$ 4,846,255.79 que significó el 43.30% del total; y China por un valor de US\$ 1,356,055.42 que representó el 12.12% del total. Es de destacar que ambos mercados concentran el 55.42% de las exportaciones de la empresa ACUATRADE S.A.C.

CAPÍTULO VIII

RECOMENDACIONES.

1. En vista de la importancia que reviste la exportación de peces ornamentales para la región Loreto, se recomienda que las autoridades del sector apliquen la normativa existente en su integridad ya que existe mucha informalidad en todos los eslabones de la cadena. Informalidad por parte de los pescadores, de los acuarios comerciales que alquilan los papeles para exportar, competencia desleal entre ellos trayendo abajo los precios de venta con la consiguiente pérdida para todos, entre otros problemas. Existe la normativa, pero no se viene aplicando como manda la ley.
2. Se recomienda que las empresas exportadoras lleven adelante una estrategia de diversificación de mercados, ya que entre Hong Kong (37.22%) y Japón (11.12%) concentran el 48.34% de los envíos de peces ornamentales al exterior, de la región Loreto. Es decir, dos países aglutinan casi la mitad de las exportaciones. La diversificación de estos mercados tiene como propósito diversificar el riesgo, valga la redundancia; no esta forma no estaría tan expuestos a los vaivenes de los referidos países.
3. Del mismo modo, la empresa ACUATRADE S.A.C. también tiene concentrada las exportaciones de peces ornamentales en dos mercados: Hong Kong (43.30%) y China (11.12%); acumulando entre ambos el 55.42% de los envíos; es decir, más de la mitad. En tal sentido, se recomienda diversificar mercado para diluir los riesgos existentes, de tal manera que, si estos países dejan de comprar, se podría recurrir a los otros clientes para compensarlos.
4. Se recomienda profesionalizar el equipo encargado de la producción, con el objetivo de tener y ofrecer un producto diferenciado al mercado. De igual manera, la plana gerencial y ejecutiva debe tener amplios conocimientos de las herramientas modernas, tales como la administración estratégica,

dominio de técnicas de negociación, capacidad para elaborar adecuadamente la plantilla de costos, comunicación eficaz, dominio de idiomas siendo indispensable el inglés para poder comunicarse con los clientes, entre otros.

5. Se recomienda que los acuarios comerciales estén agremiados o asociados para frenar la actividad de los informales, que hacen mucho daño a los que trabajan cumpliendo con la ley y los reglamentos. Además, los informales crean una competencia desleal provocando la caída de los precios, con la consecuente pérdida para los demás exportadores. Los gremios que existen actualmente no representan a todos los acuaristas, y se mueve más bien con intereses personales.

CAPÍTULO IX

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- COASE, Ronald (1937). “*Teoría de las Firmas*”. (Investigación). EE. UU.: Universidad de Virginia.
- GREENSPAN, Alan. (1999). “Teoría del Crecimiento”. (Investigación científica). EE. UU.: Departamento de Economía de la Universidad de Boston.
- HECKSCHER, Eli y OHLIN, Bertil (1933). “Teoría de la Dotación de Factores”. (Investigación). Estocolmo: Universidad de Estocolmo (Suecia).
- KEYNES, John Maynard (1936). “Teoría General del Empleo, el Interés y el Dinero”. (Libro). Editorial Palgrave MacMillan. Reino Unido de Gran Bretaña: Cambridge University.
- LUCAS, Robert. (1995). “Sobre los Mecanismos de Desarrollo Económico”. (Investigación científica). EE. UU.: Departamento de Economía de la Universidad de Chicago.
- MATHEWS, Juan Carlos (2008). “Internalización de las MYPES”. (Publicación). Lima: Proyecto MYPE Competitiva - Agencia de los Estados Unidos Para el Desarrollo Internacional (USAID).
- MATHEWS, Juan Carlos (2006). “El Reto de las Exportaciones MYPE”. Lima: Proyecto MYPE Competitiva – Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID).
- Ministerio del Ambiente (2016). “Informe Final de Consultoría: Prospección, Distribución y Análisis Socioeconómico de Peces Ornamentales en las Regiones de Loreto y Ucayali”. (Documento de Trabajo). Lima: Ministerio de Ambiente.
- NORTH, Douglas (1977). “Teoría de la Base de Exportación”. (Libro). Editorial Mundo Nuevo. EE. UU.: Universidad de Princetown.

- ORTEGA, Armando; CRUZ, Yanis y PUENTES, Vladimir (2015) postularon un estudio titulado “Dinámica de la Actividad Pesquera de los Peces Ornamentales Continentales de Colombia”. (Investigación). Colombia: Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca.
- PINEDO MANZUR, Martín. (2015). “Cruzando la Frontera Colombiana”. Artículo publicado en la Revista especializada Exportando.Pe N° 15. Lima: Comisión de Promoción del Perú Para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ.
- PINEDO MANZUR, Freddy Martín (2010). “Estudio Socio – Económico y Demográfico de la Población de la Región Loreto, Periodo 2007 – 2008”. (Trabajo de Investigación). Iquitos: Oficina General de Investigación; Facultad de Ciencias Económicas y de Negocios; Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.
- PINEDO MANZUR, Freddy Martín (2010). “Determinación de la Línea Base de Pobreza en la Periferia de la Ciudad de Iquitos, Periodo 2008”. (Trabajo de Investigación). Iquitos: Oficina General de Investigación; Facultad de Ciencias Económicas y de Negocios; Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.
- RICARDO, David (1817). “Teoría de las Ventajas Comparativas”. (Libro). Editorial: Ediciones Pirámide, Sexta Edición.
- RUÍZ, Junior y FLORES, Miguel (2016). “Calidad del Agua en el Manejo Post Captura de Potamotrygon Motoro "Raya Motoro" (Pisces: Potamotrygonidae) en el Acuario Comercial “Amazon Tropicals Aquarium” de la Ciudad de Iquitos, Perú”. (Tesis de Grado). Iquitos: Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.
- SALAZAR, Edgar y OLIVA, Winston (2013). “Análisis de las Exportaciones de Peces Ornamentales de Loreto, Periodo 2008-2012”. (Tesis de Grado). Iquitos: Facultad de Ciencias Económicas y de Negocios de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.
- SMITH, Adam (1776). “Teoría de la Ventaja Absoluta”. (Investigación). Cambridge: Universidad de Cambridge.

- SOLOW, Robert (1988). “Teoría de Crecimiento Endógeno”. (Publicación). USA: Universidad de Harvard.
- STIGLITZ, Joseph (2003). “Inversión de las Rentas”. (Estudio de Investigación). Fondo Editorial del Banco Mundial. USA: Banco Mundial.
- SUAREZ, Francisco (2012). “Estudio de Factibilidad para la Implementación del Aquascaping (Decoración Formal de Acuarios) como concepto de diseño para promocionar la Acuariofilia en la ciudad De Quito”. (Tesis de Grado). Quito: Universidad internacional del Ecuador.
- VELÁSQUEZ, Jaime y CORREA, Juan (2012) “Creación de Empresa Piscícola Aguas Claras”. (Tesis de Grado). Caldas: Corporación Universitaria Lasallista, Caldas – Antioquía (Colombia).
- WILLIAMSON, Oliver (1985). “Teoría de la empresa”. (Investigación). EE. UU.: Universidad de Yale, Estados Unidos de Norteamérica,