

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Tema: “Estrategias de internacionalización de larva de camarón de la empresa “Lardema” ubicada en el cantón Manta, Provincia de Manabí y la diversificación de mercados”

Trabajo de titulación previa la obtención del
título de Licenciada en Comercio Exterior

AUTORA: Andrango Guatemal Erika Dayana

TUTORA: MSc. Realpe Delgado Ofelia Beatriz

Tulcán, 2022

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que la estudiante Andrango Guatemal Erika Dayana con el número de cédula 1727461152 ha elaborado el trabajo de titulación: “Estrategias de internacionalización de larva de camarón de la empresa “Lardema” ubicada en el cantón Manta, Provincia de Manabí y la diversificación de mercados”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva

f 

Realpe Delgado Ofelia Beatriz

TUTORA

f..... 

López Cadena Julio Iván

LECTOR

Tulcán, junio de 2022

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de **Licenciada** en la Carrera de Comercio Exterior de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Yo, Andrango Guatemal Erika Dayana con cédula de identidad número 1727461152 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



f.....

Andrango Guatemal Erika Dayana

AUTORA

Tulcán, junio de 2022

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Andrango Guatemal Erika Dayana declaro ser autor/a de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Estrategias de internacionalización de larva de camarón de la empresa “Lardema” ubicada en el cantón Manta, Provincia de Manabí y la diversificación de mercados” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



f.....

Andrango Guatemal Erika Dayana

AUTORA

Tulcán, junio de 2022

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por guiar cada uno de mis pasos en el lapso de mi vida universitaria y por ser mi fuerza.

A la Universidad Politécnica Estatal del Carchi por darme la oportunidad de continuar con mis estudios para ser una excelente profesional

También agradezco al Msc. Edison Caza por ser un apoyo durante la realización de mi trabajo de titulación y compartir sus conocimientos, de igual manera a la Msc. Beatriz Realpe por siempre estar al pendiente del bienestar de los estudiantes de la Carrera de Comercio Exterior al Msc. Jimmy Valdivieso por ser una guía para la realización de mi trabajo de investigación, y al Msc. Julio López por compartir sus conocimientos y ser la guía principal en la culminación de mi trabajo investigativo y de igual manera a la Msc. Liliana Montenegro por ser una gran docente de apoyo, así como a todos los docentes que fueron parte de la carrera universitaria.

De manera especial a Elsy una amiga que siempre confió en mí y a la distancia estuvo brindándome su apoyo, de igual forma a mi amiga Antonella que durante el transcurso de la carrera universitaria supo brindarme sus consejos y escucharme en situaciones complicadas.

A grandes amigos como; Abel M, Ronald V, Alex Ch, Dayana R, Johana M, Esteban A, Emilie A y a mis amigos Edith y Hugo que siempre han sido incondicionales
Al Ingeniero Gastón Ignacio Andrade que me dio la apertura para realizar la investigación en su empresa.

¡A todas las personas que estuvieron junto a mi durante este proceso, un Dios les pague!

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por darme siempre la fuerza y sabiduría para no rendirme, a mi familia, amigos quienes estuvieron apoyándome y dándome ánimos para no rendirme;

A mi madre María Guatemal por ser mi ejemplo de superación diaria quien pese a las adversidades jamás me ha dejado sola. A mi padre Agustín Andrango que a la distancia me brindó su apoyo, motivación y consejos, el que me inculcó el valor del trabajo. Gracias por el esfuerzo que han realizado y por ayudarme a cumplir uno de mis sueños.

A mis hermanos Dennis y Ángel que a pesar de nuestras diferencias estuvieron al pendiente de mí, a mi cuñada Daniela y a mi sobrina María Paz, los quiero mucho.

A mi amiga Elsy Quishpe que es una excelente mujer, consejera y quien fue mi apoyo durante los tiempos difíciles, y con sus consejos me guio por un gran camino.

ÍNDICE

I. PROBLEMA	22
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	22
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	24
1.3. JUSTIFICACIÓN	24
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	25
1.4.1. Objetivo General.....	25
1.4.2. Objetivos Específicos	25
1.4.3. Preguntas de Investigación	26
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	27
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	27
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL	33
2.3. MARCO TEÓRICO	35
2.3.1. Teoría de la Ventaja Competitiva (Michael Porter)	35
2.3.2. Teoría de la Ventaja Comparativa (David Ricardo).....	36
2.3.3. Teoría de la Internacionalización (Buckley y Casson).....	36
2.3.4. Cadena Productiva.....	37
2.4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL.....	38
2.4.1. Variable Independiente: Estrategia de internacionalización	38
2.4.1. Variable Dependiente: Diversificación de mercados	43
III. METODOLOGÍA.....	44
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	44
3.1.1. Enfoque.....	44
3.1.1.1. Enfoque Cualitativo de investigación.....	44
3.1.1.2. Enfoque Cuantitativo de investigación.....	44
3.1.2. Tipo de Investigación	45

3.1.2.1. Investigación descriptiva	45
3.1.2.2. Investigación documental	45
3.1.2.3. Investigación de campo	45
3.2. IDEA A DEFENDER	46
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	47
3.3.1. Definición de variables	47
3.3.2. Operacionalización de variables	48
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	50
3.4.1. Método inductivo.....	50
3.4.2. Método deductivo	50
3.4.3. Técnicas	50
3.4.3.1. Entrevistas	51
3.4.3.2. Base de datos Trade map	51
3.4.3.3. Base de datos CobusGroup.....	51
3.4.3.4. Ficha de observación	51
3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO	52
3.6. ANÁLISIS SITUACIONAL DE LOS PRINCIPALES IMPORTADORES DE LARVA DE CAMARÓN A NIVEL MUNDIAL.....	54
3.7. ANÁLISIS SITUACIONAL DE LOS PRINCIPALES EXPORTADORES DE LARVA DE CAMARÓN A NIVEL MUNDIAL (2017-2021).....	57
3.7.1. Exportadores de Ecuador partida 0306.36.11	58
3.8. ESTUDIO DE MERCADO	62
3.8.1. Indicadores políticos.....	62
3.8.1.1. Acuerdos comerciales.....	62
3.8.1.2. Balanza comercial.....	63
3.8.1.3. Estabilidad política	66
3.8.1.4. Estabilidad del sistema bancario	70
3.8.1.5. Barreras arancelarias y no arancelarias	71

3.8.2. Indicadores económicos	73
3.8.3. Indicadores sociales	77
3.8.4. Ubicación geográfica.....	82
3.8.5. Matriz del Perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM).....	83
3.9. MERCADO DE CONSUMO.....	86
3.9.1. Realidad actual de Perú	86
3.9.2. Principales zonas costeras	87
3.9.3. Principales ciudades con mayor población en el mercado peruano	88
3.9.4. Análisis de la situación actual por ciudad	90
3.9.5. Perfil del consumidor.....	91
3.9.5.1. Factores sociales	91
3.9.5.2. Factores psicográficos	92
3.9.5.3. Factores de comportamiento.....	93
3.9.5.4. Calificación de la ciudad destino.....	93
3.9.6. Cobertura del proyecto	94
3.9.6.1. Exportaciones y proyecciones de larva de camarón de Perú.....	94
3.9.6.2. Importaciones y pronósticos de larva de camarón de Lima	95
3.9.6.3. Producción y pronósticos Nacional de larva de camarón.....	97
3.9.6.4. Exportaciones de larva de camarón Lima.....	99
3.9.6.5. Importaciones de larva de camarón Lima.....	99
3.9.6.6. Producción de larva de camarón Lima	101
3.9.6.7. Producción de larva de camarón del Laboratorio LARDEMA	104
3.9.6.8. Abastecimiento de demanda.....	106
3.10. EVALUACIÓN DE LA MEJOR ESTRATEGIA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN.....	107
3.10.1. Análisis del ciclo de vida del producto para la internacionalización	107
3.10.2. Estrategias del producto.....	112

3.11. ESTUDIO TÉCNICO.....	117
3.11.1. Macro localización (país, provincia)	117
3.11.2. Localización de la planta por el método de puntos.	118
3.11.2. Micro localización	119
3.11.3. Propuesta de identidad empresarial	120
3.11.3.1. Organigrama de conformación de la empresa	120
3.11.3.2. Misión.....	120
3.11.3.3. Visión	120
3.11.3.4. Valores y políticas	120
3.11.3.5. Matriz FODA.....	121
3.11.3.6. Manual de funciones.....	122
3.11.4. Infraestructura de la empresa.....	128
3.11.4.1. Instalaciones y distribución de la planta.....	129
3.11.4.2. Maquinaria operativa y equipos	129
3.11.5. Mapa de procesos	131
3.11.5.1. Descripción de los procesos	131
3.11.5.2. Propuesta de manejo en los procesos acuícolas.....	135
3.11.6. Producto.....	136
3.11.6.1. Ficha técnica del producto	136
3.11.6.2. Marca	137
3.11.6.3. Envase y empaque	137
3.11.6.4. Precio en el país destino	138
3.11.6.5. Precio de la competencia	139
3.11.7. Frecuencia de compra.....	140
3.11.8. Ventajas competitivas.....	141
3.11.9. Certificaciones internacionales.....	143
3.11.8. Aspectos legales para su constitución.	145

3.12. ESTUDIO LOGÍSTICO	153
3.12.1. Cadena de suministro	153
3.12.2. Cadena de abastecimiento.	154
3.12.3. Distribución física.....	154
3.12.4. Diseño del canal de distribución.....	156
3.12.5. Cadena de valor	159
3.13. ESTUDIO FINANCIERO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN.....	160
3.13.1. Inversión en activos fijos	160
3.13.2. Inversión en activos diferidos o constitución	161
3.13.3 Costos operacionales	162
3.13.4. Estructura del financiamiento	165
3.13.5 Balance general.....	166
3.13.6. Estados de resultados sin financiamiento	167
3.13.7. Flujo neto de efectivo	168
3.13.8. Indicadores financieros.....	169
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	170
4.1. RESULTADOS	170
4.1.1. RESULTADOS DE LA FICHA DE OBSERVACIÓN.....	170
4.1.2. RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS	171
4.1.2.1. Entrevista gerente general empresa LARDEMA	171
4.1.2.2. Entrevista a entidades conecedoras del área.....	172
4.2. DISCUSIÓN	177
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	181
5.1. CONCLUSIONES	181
5.2. RECOMENDACIONES.....	182
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	183
VII. ANEXOS	187

VIII. GLOSARIO	211
----------------------	-----

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Orden jerárquico de aplicación de las normas (art. 425).	33
<i>Figura 2.</i> Fundamentación conceptual.....	38
<i>Figura 3.</i> Calificación POAM.....	52
<i>Figura 4.</i> Principales importadores a nivel Mundial top 10 2017- 2021	56
<i>Figura 5.</i> Principales destinos de exportación 2017-2021	58
<i>Figura 6.</i> Principales exportadoras	59
<i>Figura 7.</i> Top 5 principales exportadoras	59
<i>Figura 8.</i> Participación de empresas por provincia	60
<i>Figura 9.</i> Participación por provincia en las exportaciones.....	61
<i>Figura 10.</i> Balanza comercial Ecuador y Hong Kong.....	63
<i>Figura 11.</i> Balanza comercial Ecuador y China	64
<i>Figura 12.</i> Balanza comercial Ecuador y Perú	65
<i>Figura 13.</i> Tasa de crecimiento indicadores económicos China	74
<i>Figura 14.</i> Tasa de crecimiento indicadores económicos China	75
<i>Figura 15.</i> Tasa de crecimiento indicadores económicos Perú.....	77
<i>Figura 16.</i> Repartición de la actividad económica	82
<i>Figura 17.</i> Ubicación geográfica	82
<i>Figura 18.</i> Alternativas de decisión	108
<i>Figura 19.</i> Ciclo de vida del producto.	110
<i>Figura 20.</i> Tipología de la filial de producción	111
<i>Figura 21.</i> Creación de la filial de producción.	112
<i>Figura 22.</i> Penetración de mercado	113
<i>Figura 23.</i> Larva de camarón con enfermedades.....	116
<i>Figura 24.</i> Larva de camarón sana.....	116
<i>Figura 25.</i> Macro localización de la empresa.....	117
<i>Figura 26.</i> Localización principal en donde se ubicará la empresa.....	119
<i>Figura 27.</i> Organigrama de la empresa	120
<i>Figura 28.</i> Prototipo de la empresa.....	128
<i>Figura 29.</i> Mapa de procesos.....	131

Figura 30. Flujograma de producción	133
Figura 31. Marca	137
Figura 32. Aquaculture Stewardship Council	143
Figura 33. GLOBALG.A.P.	144
Figura 34. Best Aquaculture Practices	145
Figura 35. Cadena de suministro desde la obtención de materia prima	153
Figura 36. Distribución física del producto en el Perú	155
Figura 37. Diseño del canal de distribución	157
Figura 38. Canal Directo	157
Figura 39. Canal corto	158
Figura 40. Canal largo	158

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Formas de entrada a los mercados internacionales	38
Tabla 2. Estrategias de internacionalización riesgos y beneficios	40
Tabla 3. Definición de variables	47
Tabla 4. Variable independiente	48
Tabla 5. Variable dependiente.....	49
Tabla 6. Indicadores ficha de observación.....	51
Tabla 7. Clasificación arancelaria	54
Tabla 8. Principales importadores a nivel mundial	55
Tabla 9. Principales países exportadores de larva de camarón 2017-2021	57
Tabla 10. Acuerdos comerciales de los 3 principales países	62
Tabla 11. Estabilidad política de Hong Kong	66
Tabla 12. Estabilidad política de China.	67
Tabla 13. Estabilidad política de Perú	68
Tabla 14. Estabilidad del sistema bancario	70
Tabla 15. Barreras Arancelarias	71
Tabla 16. Barreras no arancelarias	72
Tabla 17. Indicadores económicos de Hong Kong	73
Tabla 18. Indicadores económicos de China.....	74
Tabla 19. Indicadores económicos de Perú.....	76

Tabla 20. Indicadores sociales	77
Tabla 21. Población total de los países de estudio	78
Tabla 22. Perfil del consumidor de China.....	79
Tabla 23. Perfil del consumidor de Hong Kong	80
Tabla 24. Perfil del consumidor Perú.....	80
Tabla 25. Actividad económica realizada por sector comercial	81
Tabla 26. Matriz POAM	83
Tabla 27. Resumen POAM	85
Tabla 28. Distancia/tiempo	86
Tabla 29. Realidad actual de Perú.....	86
Tabla 30. Zonas costeras del Perú.....	87
Tabla 31. Principales departamentos del Perú	88
Tabla 32. Situación actual por ciudad	90
Tabla 33. Indicador: Edad	91
Tabla 34. Género.....	91
Tabla 35. Idioma	91
Tabla 36. Gustos y preferencias	92
Tabla 37. Estilo de vida.....	92
Tabla 38. Hábitos de compra	93
Tabla 39. Evaluación del segmento del mercado.....	93
Tabla 40. Exportaciones de larva de camarón Perú	94
Tabla 41. Importaciones larva de camarón Perú.....	95
Tabla 42. Pronóstico de las importaciones de larva de camarón.	96
Tabla 43. Producción nacional de larva de camarón.....	97
Tabla 44. Pronóstico de la producción nacional.	98
Tabla 45. Exportaciones de larva de camarón Lima.....	99
Tabla 46. Importaciones de larva de camarón Lima.....	99
Tabla 47. Importaciones de Lima.....	100
Tabla 48. Proyecciones Lima.....	101
Tabla 49. Producción de larva de camarón Lima.....	101
Tabla 50. Producción de Lima	102
Tabla 51. Proyecciones de la producción en Lima	103
Tabla 52. Producción en semilla	104
Tabla 53. Producción de la empresa Lardema	104

Tabla 54. Proyecciones de la producción de la empresa Lardema	105
Tabla 55. Cobertura del proyecto.....	106
Tabla 56. Matriz Ciclo de vida del producto.....	107
Tabla 57. Ciclo de vida del producto	109
Tabla 58. Estrategias del producto	113
Tabla 59. Factor diferenciador	115
Tabla 60. Método cualitativo por puntos	118
Tabla 61. Matriz FODA	121
Tabla 62. Manual de funciones del Gerente General.....	122
Tabla 63. Manual de funciones de la secretaria	123
Tabla 64. Manual de funciones del contador	124
Tabla 65. Manual de funciones del asistente comercial.....	125
Tabla 66. Manual de Funciones jefe de producción	126
Tabla 67. Manual de funciones Biólogo	126
Tabla 68. Manual de funciones Obreros	127
Tabla 69. Instalaciones y asignación de la planta	129
Tabla 70. Maquinaria operativa y equipos.....	129
Tabla 71. Ficha de proceso de producción.....	132
Tabla 72. Descripción del proceso técnico de producción.....	133
Tabla 73. Producción y manejo acuícola	135
Tabla 74. Ficha técnica de la larva de camarón	136
Tabla 75. Fundas larveras	138
Tabla 76. Empaque para la distribución.....	138
Tabla 77. Precio promedio país destino	138
Tabla 78. Precio de la competencia.....	139
Tabla 79. Fase larvaria	140
Tabla 80. Ventajas competitivas	142
Tabla 81. Certificaciones ASC.....	144
Tabla 82. Entidades que intervienen en el proceso de internacionalización.....	150
Tabla 83. Cadena de abastecimiento en el mercado peruano.....	154
Tabla 84. Distribución física internacional.....	155
Tabla 85. Costos de distribución por cajas.....	156
Tabla 86. Cadena de valor.....	159
Tabla 87. Resumen Inversión en activos fijos	160

Tabla 88. Activos fijos	160
Tabla 89. Activos Diferidos	161
Tabla 90. Resumen costos operacionales.....	162
Tabla 91. Costos de producción	163
Tabla 92. Gastos administrativos	164
Tabla 93. Gastos de ventas.....	164
Tabla 94. Estructura de financiamiento	165
Tabla 95. Costo capital.....	165
Tabla 96. Balance General	166
Tabla 97. Estado de resultados sin financiamiento	167
Tabla 98. Flujo neto de efectivo.....	168
Tabla 99. Indicadores financieros	169
Tabla 100. Sucursales de los laboratorios larvarios	174
Tabla 101. Filiales de Producción.....	175
Tabla 102. Principales empresas de exportación de larvas de camarón	175

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Acta de la sustentación de pre-defensa.....	187
Anexo 2: Certificado del abstract por parte de idiomas	188
Anexo 3. Solicitud dirigida a la empresa.....	190
Anexo 4. Carta de aceptación de la empresa	191
Anexo 5. Fundamentación legal	192
Anexo 6: Laboratorios de larva de camarón del Ecuador	193
Anexo 7: Solicitud entrevista	195
Anexo 8. Protocolos de producción.....	196
Anexo 9. Criterios de clasificación, control de calidad.....	197
Anexo 10: Solicitud de información Ministerios de Producción Perú.....	198
Anexo 11: Ficha de observación (Formulario 01).....	199
Anexo 12: Entrevista Gerente General (Formulario 02).....	200
Anexo 13. Solicitud de entrevistas	202
Anexo 14. Formulario 003 (entrevista)	203

<i>Anexo 15.</i> Entrevista experto en comercialización de larvas de camarón	205
<i>Anexo 16.</i> Amortización del préstamo	206
<i>Anexo 17.</i> Depreciación de activos fijos	207
<i>Anexo 18.</i> Fotografías de la entrevista y visita a la empresa	208

RESUMEN

El entorno globalizado al que se enfrentan las empresas hoy en día presenta la necesidad de establecer una estrategia de internacionalización y formas de entrada en la cual se orienta en mantener un campo de acción y aprovechar aquellas oportunidades que ostentan los mercados internacionales.

Es por ello por lo que la investigación tiene el objetivo de analizar estrategias de internacionalización y la diversificación de mercados, principalmente se recopiló información sobre la diversificación de mercados a través de un enfoque cuantitativo y datos estadísticos sobre los principales importadores de larva de camarón, a través del análisis POAM se diversifican los mercados y posteriormente se elaboró un análisis de los indicadores políticos, económicos y sociales en China, Hong Kong y Perú con la determinación del país destino, dando como resultados Perú.

A través del enfoque cualitativo de investigación se determinó el perfil del consumidor considerando a las principales empresas importadoras destacando que el producto es de elaboración primaria, así mismo se evaluó la mejor estrategia de internacionalización con el ciclo de vida del producto y las importaciones en valores FOB, mediante la matriz POAM y el análisis de la información primaria y secundaria se propone implementar la forma de entrada filial de producción considerando un análisis documental con los riesgos y beneficios a los que se enfrentan las empresas.

Mediante una entrevista se conoce el funcionamiento de la empresa y se obtiene información que será implementada dentro del estudio técnico para el laboratorio en el Perú, seguido de un estudio logístico considerando la ficha de observación para conocer factores que influyen al momento de la distribución y finalmente se realizó un estudio financiero para conocer la inversión que necesitará la empresa para su internacionalización con un TIR de 36% y un periodo de recuperación de aproximadamente 3 años.

Palabras clave: Estrategia de internacionalización, diversificación de mercados, larva de camarón, producción, filial de producción.

ABSTRACT

The globalized environment that companies face today presents the need to establish an internationalization strategy and forms of entry in which it is oriented to maintain a field of action and take advantage of those opportunities that international markets hold.

That is why the research has the objective of analyzing internationalization strategies and market diversification. Mainly information on market diversification was collected through a quantitative approach and statistical data on the main importers of shrimp larvae, through the POAM analysis, the markets are diversified and later an analysis of the political, economic and social indicators in China, Hong Kong and Peru was elaborated with the determination of the destination country, giving Peru as results.

Through the qualitative research approach, the profile of the consumer was determined considering the main importing companies, highlighting that the product is of primary elaboration, likewise the best internationalization strategy was evaluated with the life cycle of the product and imports in FOB values, through the POAM matrix and the analysis of primary and secondary information, it is proposed to implement the form of subsidiary production entry considering a documentary analysis with the risks and benefits that companies face.

Through an interview, the operation of the company is known and information is obtained that will be implemented within the technical study for the laboratory in Peru, followed by a logistical study considering the observation sheet to know factors that influence the moment of distribution and finally a financial study was carried out to know the investment that the company will need for its internationalization with an IRR of 36% and a recovery period of approximately 3 years.

Keywords: Internationalization strategy, market diversification, shrimp larva, production, production subsidiary.

INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años los laboratorios de larva de camarón muestran un crecimiento en producción y comercialización de larva de camarón, debido a la tecnificación en procesos que mejoran la calidad y resistencia del producto, es por eso por lo que esta investigación se enfoca en analizar estrategias de internacionalización para diversificar los mercados.

El presente trabajo investigativo contiene los siguientes capítulos:

Capítulo I: se establece la problemática de la investigación que llevan al análisis de estrategias de internacionalización como mecanismo para diversificar los mercados, además, los problemas que presenta la empresa LARDEMA, la justificación que responde 3 interrogantes (¿Por qué?, ¿Para qué? y ¿Para quién? va dirigida la investigación y los objetivos que serán resueltos durante la investigación.

Capítulo II: se describe la fundamentación teórica, iniciando con antecedentes investigativos relacionados con las 2 variables de estudio, la fundamentación legal para sustentar el trabajo, el marco teórico con las teorías aplicadas al comercio exterior, y la fundamentación conceptual que ayuda a la conceptualización de palabras claves.

Capítulo III: en el capítulo se describe gran parte de la metodología, la operacionalización de las 2 variables con sus instrumentos de recolección de datos los cuales serán utilizados en la investigación, aquí se utiliza el análisis estadístico en el que se plantea el estudio de mercado para escoger el país más adecuado bajo 3 indicadores (políticos, económicos y sociales) además, se plantean las principales estrategias de internacionalización, un estudio técnico de la empresa, un estudio logístico internacional para la comercialización dentro del país destino y el estudio financiero para conocer la inversión que necesita la empresa para su internacionalización, dando solución así a los objetivos planteados.

Capítulo IV: en este se detallan los resultados de la investigación a través de la ficha de observación y entrevistas realizadas a expertos en la temática las cuales fueron de gran ayuda para continuar con el proceso de investigación y la discusión.

Finalmente se presentan las conclusiones a las cuales se llega con el trabajo y recomendaciones que sirvan como base para próximos trabajos y así dar continuidad a la investigación, además se presentan las referencias bibliográficas de los documentos que han sido tomados como apoyo y los anexos respectivos.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente, la era de la globalización ha permitido que las empresas sobrepasen las fronteras nacionales logrando de esta manera su internacionalización. Fanjul (2020) menciona: “Las empresas que presentan procesos de internacionalización afrontan diferentes obstáculos y dificultades” (p. 76). Es considerable conocer los principales problemas que representa las empresas para continuar con estos procesos como; limitados recursos financieros, falta de personal capacitado, dificultad para identificar los posibles socios y el mercado, etc.

En definitiva, el proceso de internacionalización de las empresas se lleva a cabo mediante la exportación, las filiales de venta y las filiales de producción en el extranjero, inversión directa extranjera, así como mediante la celebración de convenios entre empresas, a través de contratos, alianzas, joint ventures o franquicias (Delgadillo de Lira, 2004).

Debido a la situación sanitaria con la pandemia (COVID 19) declarada por la Organización Mundial de Salud (OMS) en el mes de marzo la economía mundial tuvo una recesión lo que ocasionó que algunas empresas paralizaran sus actividades comerciales con el fin de salvaguardar la integridad y salud de sus empleados, pese a esto, con las diferentes medidas de bioseguridad en los últimos meses los países han permitido que se vuelva a la normalidad y las empresas buscan alternativas que ayuden al retorno de sus actividades

Un informe del Banco Central del Ecuador BCE (2020) evidencia:

La suspensión de las diferentes actividades productivas es el resultado de la pandemia del covid-19 y la inseguridad internacional de los socios comerciales que mantiene el Ecuador, son efectos de los factores que determinan los resultados de la previsión macroeconómica para este año (p. 7).

De la misma manera, durante un estudio realizado sobre la producción de larvas de camarón en el país. Aqua Feed (2020), evidencia que: “la disminución del sector camaronero ha golpeado a los laboratorios de larvas de camarón, por lo que la demanda mostró un 40% menos, se pasó de adquirir 8,000 millones de larvas a 4,800 millones en el 2020 (p.15). En el Ecuador existen alrededor de 205 laboratorios estos son como maternidades, donde nacen e inicia la crianza de larvas de camarón, siendo esto pieza clave para el sector camaronero, porque aquí inicia la cadena productiva de este producto.

En el país las PYMES que realizan el proceso de internacionalización a través de las diferentes estrategias y formas de entrada, han presenciado de varios desafíos, tales como: costos de producción, la obligación de contar con certificaciones nacionales e internacionales, volúmenes de producción, la falta de financiamiento para incrementar la capacidad de producción, entre otros. Estos son algunos de los desafíos que viven las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas que intentan internacionalizarse, según el Censo Nacional Económico (2010), del 2,2% y 5,1% de pequeñas y medianas empresas buscan un mercado internacional.

Solo el 6% del Total de PYMES tienen un alcance internacional, lo cual afirma la Problemática de Internacionalización que existe para estas empresas. La falta de implementación de Tecnología, capacitación, financiamientos e incentivos públicos son factores que impiden a las PYMES llegar a mercados extranjeros (Macias, 2014).

Por otra parte, la sobreproducción de larva de camarón es un problema para las empresas, porque ya cubren la demanda nacional, y requieren de apertura para el mercado internacional y existen restricciones y trabas para su comercialización, es por esta razón que solo han tenido la apertura para comercializar a limitados mercados, por otra parte, la forma de diversificar los mercados no solo se realiza con el producto si no también con el servicio de la asesoría y la implementación de criaderos.

Lardema es una empresa dedicada a la explotación de criaderos de camarones (camaroneras), criaderos de larvas de camarón (laboratorios de larvas de camarón) en la ciudad de Manta y uno de los principales problemas que enfrenta esta empresa es que se manejan bajo intermediarios por lo que muchas de las veces se generan pérdidas en su comercialización. Además, presentan desconocimiento en la búsqueda de mercados para su internacionalización.

También la mano de obra que se utiliza dentro de la empresa es deficiente, por lo que no ayudan a cubrir los tiempos de entrega de la producción y solo se contrata personal por temporada de cosecha. Además, no realizan capacitaciones recurrentes sobre la comercialización del producto el manejo y manipulación de la mercancía, por esto requieren de apoyo por parte de entidades que fomenten la incursión de nuevos mercados, de igual manera los precios del producto se han mantenido por varios años y no son competitivos, los entes reguladores de los laboratorios no incluyen dentro del programa de capacitación temáticas sobre internacionalización y diversificación de mercados.

Además, en la ubicación geográfica en la que se encuentra la empresa Lardema, para la producción de larva de camarón, existen otras empresas que se dedican a la misma actividad de este bien e incluso cuentan con más años de experiencia en el mercado, por lo que se encuentra en un entorno competitivo y es necesario analizar la implementación de estrategias que permitan mejorar el posicionamiento y así mejorar sus ventas y participación dentro del mercado nacional.

El limitado conocimiento para el desarrollo de estrategias de internacionalización ha ocasionado que pierda mercado, lo que quiere decir es que a la empresa le falta innovar en nuevas estrategias para fomentar su diversificación y así ser reconocida en un ámbito internacional, por lo que se requiere continuar con la determinación de herramientas que le permita a la empresa ser más competitiva dentro del país, y a través de la diversificación de mercado conocer aquel país en el cual se aplicara estas estrategias, a la vez un estudio técnico, financiero y logístico servirán de apoyo durante esta investigación.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo contribuyen las estrategias de internacionalización de larva de camarón de la empresa Lardema en la diversificación de mercados?

1.3. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación se desarrolló con el fin de analizar estrategias de internacionalización de la larva de camarón de la empresa Lardema y la diversificación de mercados, debido a que esta temática es importante porque se busca potencializar las exportaciones de este producto, siendo el principal elemento para obtener un camarón de calidad, de la misma manera el conocer una estrategia adecuada permitirá a la empresa expandirse hacia un nuevo mercado internacional y de esta manera obtener beneficios económicos, competitivos y comerciales.

La investigación busca proporcionar información de gran relevancia que será de beneficio para la empresa y el sector acuícola, gracias a los conocimientos académicos adquiridos de

exportación e importación se determinarán los principales mercados que se dedican a la comercialización de larva de camarón.

El propósito de la investigación es dar a conocer las principales estrategias de internacionalización y formas de entrada en el mercado internacional, que sean favorables en el proceso de comercialización del producto, y además conocer la forma de diversificación nacional en el país destino y que sirva de aporte para los estudiantes de la carrera de Comercio Exterior y el sector acuícola de la zona 4 del Ecuador.

El beneficiario directo será la empresa Lardema, que se dedica a la producción de larva de camarón quienes, al contar con un estudio de mercado, y las estrategias de internacionalización permitirán concentrar su producción de forma periódica y por ende incrementar sus ventas manteniendo la rentabilidad y recuperando la inversión realizada. De manera indirecta también los beneficiarios que intervienen dentro del proceso de investigación serán; los trabajadores, transportistas, proveedores, etc.

Además, al realizar un estudio de mercado, se conocerá cual es apto para su internacionalización, de igual forma se verificará las principales estrategias para el respectivo análisis, a través del estudio técnico, se identificará la capacidad de producción y los años que tiene en el mercado, de igual forma el proceso de producción añadiendo el perfil comercial, la logística ayuda a conocer la distribución y proveedores nacionales y se identificará los internacionales y la síntesis de despacho a utilizar una vez realizada su internacionalización y el finalmente un estudio financiero permitirá ver la viabilidad que tiene el proyecto y si la empresa cuenta con la capacidad para invertir en su internacionalización

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

- Analizar las estrategias de internacionalización de larva de camarón de la empresa Lardema ubicada en el cantón Manta provincia de Manabí y la diversificación de mercados.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográficamente las estrategias de internacionalización de la empresa Lardema y la diversificación de mercados.

- Desarrollar un estudio de mercado para la internacionalización de larva de camarón de la empresa Lardema.
- Realizar el estudio técnico, logístico y financiero para la internacionalización de larva de camarón de la empresa Lardema y la diversificación de mercados

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cuáles son las estrategias de internacionalización?
- ¿Cómo se diversifican los mercados?
- ¿Cómo se determina una estrategia de internacionalización?
- ¿Cuál es la estrategia de internacionalización y la forma de entrada adecuada para la comercialización de larva de camarón de la empresa Lardema?
- ¿Qué inversión necesita la empresa para la internacionalización?
- ¿Cuáles son los principales mercados objetivo para la comercialización internacional de larva de camarón?
- ¿Qué tipo de acuerdos comerciales existen con los principales mercados objetivos?
- ¿Cuánto ha exportado la empresa Lardema en valores FOB durante los últimos 5 años?
- ¿Cuáles son los principales competidores de la empresa Lardema dentro de la zona 4?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para sustentar el siguiente trabajo de forma científica según la normativa se toman extractos de investigaciones anteriores que tengan relación con la temática propuesta como es; 30% de antecedentes investigativos o tesis y el 70% de artículos científicos, los cuales servirán de apoyo para el desarrollo de la investigación.

Muñoz, Durán, & González, (2017). *ANÁLISIS DEL SECTOR CAMARONERO ECUATORIANO Y SUS VENTAJAS COMPETITIVAS Y COMPARATIVAS PARA ENCARAR UN MERCADO INTERNACIONAL COMPETITIVO*. El siguiente artículo científico expone ciertos factores a cerca de la competitividad tomando referencia el diamante de Porter, el principal objetivo es verificar los problemas existentes sobre la competitividad dentro del sector camaronero tomando en cuenta la ventaja comparativa con el fin de mejorar el ingreso dentro del mercado internacional recolectando información de los principales destinos de exportaciones y las principales empresas que exportan este producto hacia estos mercados, a fin de conocer el nivel de competitividad que existente, por ello se toma datos de la Cámara Nacional de Acuicultura en la cual se establece que en este sector existen alrededor de 39 empresas exportadoras y aproximadamente 1300 productores y los intermediarios que son el enlace para su comercialización, de igual manera el camarón sigue siendo uno de los principales productos de exportación dentro de las exportaciones no petroleras del país que aportan mayormente en la economía. Ahora bien, los resultados obtenidos hacen referencia a la competitividad, se plantean estrategias con la visión de llegar a ser líderes en exportaciones en el sector camaronero, mejorando a la vez la logística a través de la aplicación de teorías, una de las estrategias que plantean es la de los precios, distribución y promoción, que tienen relación con el producto, a su vez las encuestas que aplican son favorables para esta investigación en la cual una de las ventajas que presenta el país es la ubicación geográfica para la obtención del camarón, principalmente ayuda durante el proceso de producción es decir desde la selección de padrotes, fecundación, maduración, desove, larva de camarón hasta que llegue al camarón juvenil y este sea de calidad, por último los principales mercados son China, Estados Unidos y parte de la Unión Europea, de igual manera al mejorar los procesos logísticos las empresas tienden a ser más competitivas en el mercado internacional.

El artículo presenta un aporte favorable para la investigación, por lo que enmarca el modelo de Porter para analizar la competitividad de las empresas del sector camaronero haciendo énfasis

en los laboratorios de larva, con el fin de lograr incursionarse en el mercado internacional, tomando en cuenta los aspectos relevantes que estos presentan, sin embargo, dentro de la investigación se considerarán puntos clave para la aplicación de estrategias que permitan la internacionalización de las empresas dedicadas a esta actividad comercial.

El artículo sobre *DIVERSIFICACIÓN DE MERCADOS Y CRECIMIENTO DE LA EXPORTACIÓN* de Álvarez & Myro, (2018), el cual menciona que la ubicación geográfica es importante para las exportaciones, se utiliza la metodología descriptiva para conocer la cuota de mercado constante, y de la misma forma se obtiene información para el desarrollo del mercado, la aplicación o conocimiento de diversificación ha sido eje fundamental para aprovechar de un mercado dinámico, la experiencia de las empresas, estado y la posibilidad de diferenciación en productos han presentado repercusiones positivas, por otra parte, la utilización de estrategias para fomentar las exportaciones han ocupado peso para las economías emergentes que se encuentran en constante crecimiento, además, un país que tiene especialización en mercados dinámicos tiene mayor ventaja para aumentar la cuota de participación, porque la relación de los costes o la calidad tienen superioridad, la evolución de las exportaciones de España que presentan como estudio dentro de este artículo es acelerado durante los últimos 10 años que se compara con otro país de la Unión Europea y es inferior al que presenta Alemania, se resalta que en el año 2003, la participación del mercado español presenta un valor más alto; con cuatro décimas por arriba del PIB mundial, tomando datos del Fondo Monetario Internacional (FMI) Es importante considerar que la producción ha sido una parte fundamental a conocer para medir la cuota de participación del mercado español, los resultados obtenidos al aplicar la cuota de participación en este país han sido beneficiosos para conocer más a fondo la realidad española por lo que en este sentido la composición de la oferta exterior presenta condiciones para su evolución, de este modo limitando la expansión desde tiempos anteriores y presentando favoritismos en la actualidad, todo esto como producto de una estrategia de estrategia de diversificación de mercados que inicio durante los primeros años. A la vez, la mayor concentración de la oferta de España está en la UE.

El aporte para la investigación se centra en la diversificación de nuevos mercados y que estos sean más dinámicos y presenten mayor oportunidad para el estudio, por otra parte, el conocer la correcta ubicación geográfica presenta mayor ventaja para la productividad en este sentido para la producción de larva de camarón, por lo cual este artículo es clave para el desarrollo de un diseño que mejora las ventas y la distribución de las mercancías, al conocer nuevos mercados las exportaciones del producto mejorarían y su participación incrementaría más de lo ocasional.

De la Ossa, Alviz, & González, (2017). *LA CULTURA Y LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS*. Artículo ISSN 2346-3384, en este artículo se detallan aspectos importantes sobre la internacionalización de las empresas y la cultura, para realizar esta investigación la autora utiliza el método hipotético-deductivo, partiendo desde la selección del tipo de bibliografía que se va a utilizar todo esto con el fin de conocer patrones que influyen en la cultura e inciden en la internacionalización de una empresa, así mismo a través de la estrategia de internacionalización, se analiza la forma de entrada en los mercados internacionales, ahora bien antes de realizar un estudio es importante conocer la parte interna de la organización, es decir un análisis sobre la planeación estratégica según se explica en este artículo. El análisis cultural lo enfocan a la situación de cada una de las regiones porque así se permite demostrar que cada país posee diversas culturas que pueden intervenir en el proceso de internacionalización de las empresas, porque no se conocen si existan oportunidades para que nuevas empresas ingresen dentro del mercado a pesar de que posea una excelente planificación estratégica, además el autor plantea que la cultura pueda generar conflictos porque los productos que ofertan las empresas sean restringidos para cierto tipo de población y todo esto sea por la ideología que ellos poseen, de esta manera la empresa estaría perdiendo tiempo y recursos económicos, sin embargo muchas de las empresas plantean establecer relaciones comerciales con personas de diversas culturas pues ellas son las que tienen mayor oportunidad de éxito en ese país. En los resultados encontrados durante el desarrollo de la investigación se menciona lo siguiente: en el campo de los negocios va a existir diversidad cultural, según sea al país en el cual se pretende internacionalizar la empresa, es por ello por lo que se plantea realizar un estudio a fondo en donde el principal objetivo sea conocer la cultura de dicho país, porque muchas veces es manifestado como un problema administrativo, para conocer más sobre la intervención, se realiza una revisión de distintos países, tales como; China, Alemania, Francia, Estados Unidos y Japón con el fin de que se evidencie las diferencias culturales existentes, considerando a los valores, las creencias y las normas con dimensiones. También en las estrategias de internacionalización se encuentra cada una de las formas de entrada, que para conocer el país destino se deberá tomar en cuenta factores políticos existentes en cada uno, en definitiva, el proceso de internacionalización de las empresas es complejo y demanda de un excelente personal capacitado que contemple aptitudes y que sepa sobrellevar un problema como una oportunidad para llegar al éxito.

El aporte de este artículo en la investigación, se centra en la internacionalización de las empresas, por lo que la temática planteada menciona estrategias de internacionalización de la empresa Lardema, al conocer los resultados de la presente investigación y la referencia a las diversidades culturales de 5 países se puede establecer cómo influye la cultura en distintos países por lo que este puede ser un factor que limite a las empresas a su internacionalización y que así no se expandan al mercado internacional, a la vez se deberá realizar un estudio minucioso de los factores políticos porque son clave para el éxito empresarial.

El presente libro sobre *“ESTUDIO Y APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA HOJUELAS DE QUINUA ORGÁNICA”*. Agreda & Alcívar, (2017). menciona dentro de su investigación que las empresas que se encuentran a las diferentes actividades económicas y de exportación mantienen ciertos problemas que les limita su comercialización internacional como ejemplo; la falta de conocimiento sobre estudio de mercado, negociación internacional, por lo que esto ha perjudicado sus intereses y el crecimiento empresarial, a través de este libro los autores hablan a cerca de la limitada comercialización y aplicación de estrategias que les permitan conocer nuevos mercados. Durante el proceso de investigación del libro se muestra la metodología de observación con ella conocen el funcionamiento y la parte interna de la empresa, con el método analítico estudiar la situación actual del subsector de la quinua, hasta llegar al desarrollo final, el método de síntesis, se lo toma como un complemento de los descritos anteriormente y por último el método histórico lógico, en el establecer antecedentes históricos del producto a estudiar. Asimismo, determinan y proponen estrategias de internacionalización más idóneas con un diagnóstico que aplican empresas ecuatorianas. Se ostentan datos del BCE, en el que se determina el consumo nacional aparente de productos cereales del país dando realce a los valores nutricionales que poseen aquellos. Como resultado los investigadores dicen que para internacionalizar un producto se debe conocer el proceso que está relacionado con la aduana y factores legales que puedan repercutir en esto, además recalcan que cada país tiene un servicio de aduana diferente por lo que debe presentar documentación pertinente de acuerdo con los parámetros que se establezcan, para conocer la estrategia adecuada fue necesario aplicar encuestas y transferir información con los principales entes reguladores de comercio exterior en el país, y así se llega a la conclusión de que es necesario mantener relación con las entidades de gobierno para estar a la vanguardia de las tendencias de mercado y a la vez realizar este tipo de investigación ayudará a la expansión y fomento de las exportaciones y no solo de la quinua, sino también de otros productos que se comercializan solo de manera nacional.

En este artículo se explica cómo aplicar una estrategia de internacionalización adecuada para el producto, y la participación que tienen las entidades relacionadas con el comercio exterior del país, a la vez se conoce como actúa el consumidor alemán frente a este producto, por lo que es un aporte positivo debido a que se fomenta la exportación de productos no tradicionales que se producen en el país y determinan los factores que pueden ser limitantes para la comercialización.

Elghoul & González, (2016) establecen el siguiente tema de investigación: *ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE LARVAS DE CAMARÓN DESDE ECUADOR DURANTE EL AÑO 2015-2016* previo a la obtención del título de Ingeniería en Comercio y Finanzas Internacionales, de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, utilizando la investigación cualitativa, cuantitativa y teórica, plantean analizar la situación actual de las exportaciones de larva de camarón hacia mercados internacionales, identificando la producción de los laboratorios en el Ecuador con el fin de establecer canales de distribución que sean eficiente al comercializar este producto, de la misma manera establecen estrategias para incrementar la producción, por otra parte se llega a determinar que dentro del país existe un potencial de producción de este bien por lo que se puede comercializarse a nivel internacional utilizando canales de distribución adecuados, cabe recalcar que la falta de apoyo por parte de las entidades del gobierno son un limitante para potencializar la exportación hacia otros mercados. Además mediante investigaciones realizadas se obtiene resultados favorables que permiten conocer mercados potenciales y acogedores para este producto, por lo que gracias a la producción de larvas de camarón se ha implementado nuevas tecnologías que permiten tecnificar cada uno de los procesos con el fin de obtener un camarón de calidad y resistente a los cambios climáticos, sin embargo se determina que según las proyecciones realizadas en esta investigación las exportaciones de camarón incrementarán los siguientes años, de igual forma a nivel local se comercializa en un 93% y se distribuyen a las diferentes zonas costeras del Ecuador obteniendo un porcentaje de venta favorable y un costo de aproximadamente de \$2,3. por otra parte, el cuidado genético de la larva de camarón durante el proceso de curación es beneficioso y atractivo porque se ofrece un producto con un riesgo menor de mortalidad, y se potencializan las exportaciones de este sector.

El estudio realizado en esta investigación evidencia la situación que atraviesa el sector acuícola en la producción y exportación de larvas de camarón debido a su calidad tiene una alta

aceptación en el mercado extranjero, pero del mismo modo por el limitado apoyo de las entidades gubernamentales no se ha logrado potencializar este producto, por lo que el aporte dentro de la investigación resulta beneficioso, y se consolida como una oportunidad el aprovechamiento de las propuestas realizadas para una mejora en la interpretación de los datos.

Frohmann , Mulder, Olmos, & Urmeneta, (2016) *INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES: INNOVACIÓN PARA EXPORTAR*, investigaciones sobre el proyecto de la Cuenta de las Naciones Unidas para el Desarrollo de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL la investigación realizada busca conocer los impactos positivos que presentan las PYMES en la productividad, comercio e innovación, el objetivo principal es robustecer cada una de las herramientas y políticas que son fuentes de apoyo para la internacionalización e innovación con el fin de obtener datos sobre las exportaciones e identificar el potencial exportador como resultado de la aplicación de 3 componentes tales como; el trabajo colaborativo, aplicación de nuevos enfoques e identificación de la financiación, para realizar esta investigación se toma como objeto de estudio a los siguientes países (Nicaragua, El Salvador, Ecuador y Perú) y se trabaja en conjunto con cada uno de los organismos que intervienen en la promoción y comercio, entre los resultados obtenidos se encuentran las dificultades que presentan las PYMES al momento de su internacionalización, la falta de conocimiento, la escasa información entre las entidades existentes y las limitadas herramientas que puedan facilitar estos procesos, por otra parte, al estrechar lazos institucionales entre las entidades gubernamentales en cada uno de los países, se logrará un intercambio de información de forma consecutiva, pues esto ayudará a potencializar la internacionalización para cada una de las PYMES y por ende la diversificación de las exportaciones.

Esta investigación presenta la alternativa para potencializar la internacionalización de las empresas a través de la transferencia de información entre entidades que intervienen en los procesos de comercialización, a la vez se conoce las características y la capacidad de exportación de cada una de las empresas, por otro lado el aporte que presenta dentro de la investigación es de gran relevancia por lo que establece herramientas que fomenten el potencial exportador y la internacionalización de nuevas empresas a través de herramientas que incorporen esta temática dentro de las políticas gubernamentales, también tomando en consideración a la innovación como fuente principal de fortalecimiento para el comercio.

2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Para la elaboración del presente trabajo de investigación de fundamental tener en cuenta la normativa nacional e internacional la cual será de apoyo para la sustentación, por lo que se logrará un desarrollo más eficiente, además se debe considerar el orden jerárquico que se estipula dentro del artículo 425 de la Constitución de la República del Ecuador, para ello se detalla lo siguiente;

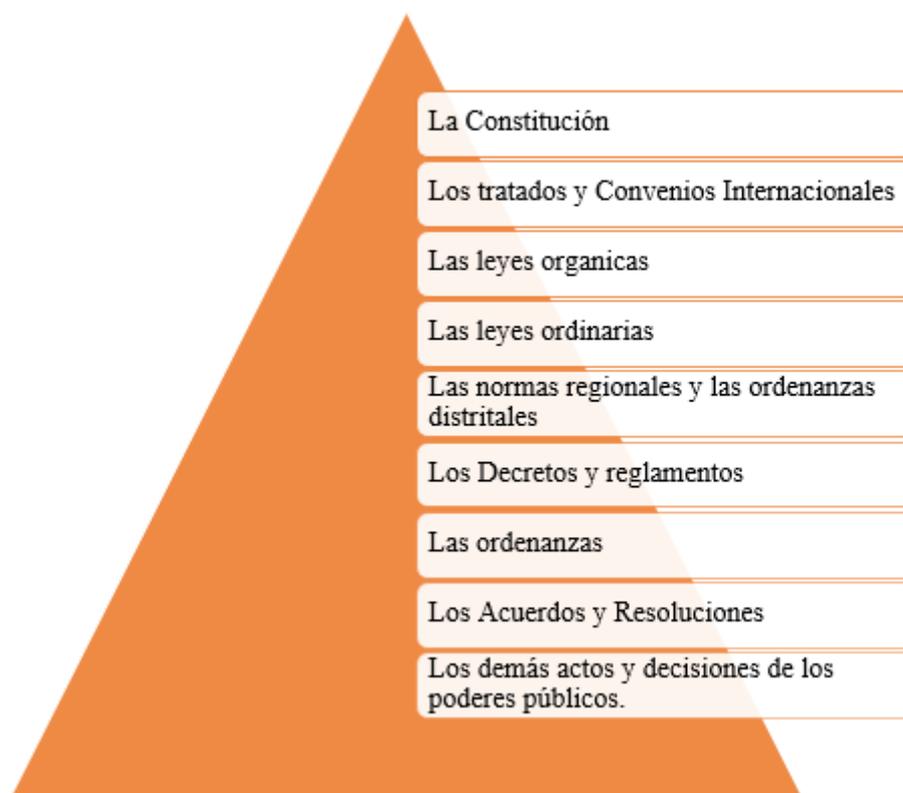


Figura 1. Orden jerárquico de aplicación de las normas (art. 425).
Fuente: Constitución de la República del Ecuador (2008).

La Constitución de la República del Ecuador (2008)

En el Título VI Régimen de desarrollo capítulo cuarto; que habla sobre la Soberanía económica específicamente en la sección séptima a cerca de la política comercial, es fundamental considerar los artículos 304, 306 en el cual se establecen objetivos que tienen relación con promover, regular, insertar, fortalecer, contribuir, impulsar y evitar, todo esto relacionado con las políticas comerciales y la comercialización ambientalmente responsable, además estos artículos hablan generalmente sobre la implementación de estrategias y el fomento de las exportaciones, por lo que ha impuesto el gobierno como iniciativa sobre el comercio internacional (Ver anexo 5).

Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (COPCI)

El presente trabajo investigativo, se encuentra respaldado también por el (COPCI) en el cual se encuentra el libro IV sobre el Comercio Exterior, sus Órganos de control e instrumentos, dentro del Título IV del Fomento y la Promoción de las Exportaciones se aprecia el artículo 93 el cual establece el fomento a la exportación, el Estado garantizará cada uno de los procesos que elevan la competitividad de las empresas a través de mecanismos de control e incluso programas en donde se obtengan beneficios de preferencias arancelarias a través de acuerdos comerciales que estimulen la diversificación del comercio y se acceda a mercados más amplios, a la vez se establece la devolución de los impuestos, siempre y cuando sean productos de exportación con materiales incorporados, también los productos podrán acogerse a los diferentes regímenes especiales aduaneros para obtener beneficio de este. Por otra parte, en el libro V de la Competitividad Sistémica y de la Facilitación aduanera, dentro del Título II de la Facilitación Aduanera para el Comercio, el artículo 104 establece principios fundamentales que se refieren a la Facilitación al Comercio Exterior, Control Aduanero, Cooperación e intercambio de información, Buena fe, Publicidad y Aplicación de buenas prácticas internacionales, que tienen el objetivo de simplificar y armonizar cada uno de los procedimientos e información que estén asociados con la comercialización de mercancías. (ver anexo 5).

Plan de Creación de Oportunidades (2021-2025)

En el (PCO) mencionan los Ejes, Objetivos y Políticas para crear oportunidades específicamente en el eje económico objetivo 3 establece lo siguiente: Fomentar la productividad de la mano con la competitividad para los diferentes sectores del Ecuador en este sentido el sector agrícola, industrial, acuícola, y pesquero, considerando el impacto ambiental que puedan ocasionar en los procesos que realizan, cabe recalcar que se pretende incentivar a los sectores a utilizar tecnología modernas que no ocasionen impacto ambiental, además de buscar satisfacer la demanda nacional y la inclusión de los ciudadanos en la búsqueda de nuevos mercados para la comercialización, además de potencializar las capacidades a través de incentivos otorgados por las entidades gubernamentales para investigación y desarrollo y por último en el Plan se presentan metas que se lograrán a través del trabajo en conjunto.

El Gobierno Nacional busca impulsar y firmar acuerdos comerciales que permitan mejorar la competitividad, muchas organizaciones de exportadores del Ecuador han obtenido beneficios de las diferentes relaciones comerciales que se presentan en el país con los distintos gobiernos,

por lo que han optado por su internacionalización y buscan impulsar la oferta exportable e incursionar en nuevos mercados internacionales a través de la diversificación, actualmente el nuevo gremio de exportadores que corresponde a (banano, cacao, camarón, plátano y pesca) y que representa el 70% de las ventas de productos no petroleros trabajan bajo 3 ejes, agenda comercial, fomento y competitividad para las exportaciones, están en busca de llegar a un acuerdo con las 10 mayores economías del mundo todo esto alineados a los objetivos del Gobierno.

2.3. MARCO TEÓRICO

2.3.1. Teoría de la Ventaja Competitiva (Michael Porter)

Según Porter (1980) menciona;

La competitividad puede establecer resultados positivos o negativos para las empresas. Por lo que, si una empresa desea permanecer en un mercado competitivo, debe tener ventaja sobre sus competidores, y para ello se debe desarrollar una ventaja competitiva. Para que una empresa tenga ventaja competitiva debe basarse en 3 principios; liderazgo en costos, diferenciación y el enfoque.

La presente investigación se basa en la teoría de la ventaja Competitiva debido a que para la internacionalización de larva de camarón de la empresa Lardema se necesita principalmente conocer el potencial exportador, es decir las fortalezas, debilidades que posteriormente servirán para aprovechar las oportunidades que se presentan dentro del mercado internacional.

Además, Porter dentro de su investigación sobre estrategia competitiva menciona que son como acciones sean ofensivas o defensivas que posee una empresa, por lo que, se crea una posición defensiva dentro de las organizaciones, y presenta las 5 fuerzas competitivas que permite determinar el entorno competitivo de la empresa. A pesar de que las empresas busquen diferentes caminos el resultado será el mismo, de acuerdo con las circunstancias que se les presente.

Por otro lado, las empresas que se encuentran ya posicionadas en el mercado buscan alcanzar su mayor rentabilidad, para ello se necesita estar al tanto la estructura del tipo de empresa y además de conocer el posicionamiento frente a la competencia, al momento de realizar la planificación interna de las organizaciones se debe estructurar los objetivos de la empresa que deben estar alineados a medir los resultados sean a corto y largo plazo y a los logros que se

requieren dentro del mercado. Al conocer los 3 principios de la ventaja competitiva de Porter, la empresa conocerá la más adecuada para competir dentro de los mercados internacionales con otras empresas, acogiéndose a las necesidades del cliente, y por ende se tendrá un constante crecimiento dentro del mercado, es por esto por lo que se aplicará el liderazgo en costos como una alternativa para la internacionalización.

2.3.2. Teoría de la Ventaja Comparativa (David Ricardo)

Durante los últimos años el incremento de las exportaciones de larva de camarón ha sido significativo para la producción nacional, por lo que los laboratorios que se dedican a la comercialización de este bien han implementado mejoras dentro de la cadena productiva tal es el caso, de avances dentro de la nutrición y sistemas automatizados que mejoran la producción camaronera ecuatoriana a través de esto se logra la detección de enfermedades tempranas de este producto. La teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo establece lo siguiente;

“Un país tiene una ventaja comparativa en la producción de un bien cuando el coste de oportunidad durante la producción de este producto en relación de otros bienes sea menor en este país de lo que lo suele ser en otros países” (Krugman & Obstfeld, 2006, pág. 29)

Es por ello por lo que el Ecuador se especializa en la producción de larva de camarón, postlarva de camarón y camarón juvenil, en la cual los factores determinantes más importantes son el capital, el trabajo, y el aprovechamiento de nuevas tecnologías implementadas en los procesos productivos que de esta manera alcanzan un nivel de sobrevivencia para el producto del 90%, por lo que gracias a esto se pretende lograr mayor exportación.

Los criaderos de larva de camarón tienen la capacidad para producir a un tiempo reducido y con la implementación de nuevas tecnologías a menor costo, cabe recalcar, que este producto es la base para obtener el camarón final, esto hace que los laboratorios o empresas dedicadas a esta producción mantengan una ventaja comparativa.

2.3.3. Teoría de la Internacionalización (Buckley y Casson)

La internacionalización de las empresas se caracteriza cada vez más por la ampliación a mercados más dinámicos y globalizados, para que una empresa logre este proceso deberá adoptar una serie de estrategias en la cual se deberá considerar como factores importantes, los

recursos, y las capacidades que presentar, así como las amenazas y oportunidades que se puedan presentar durante el proceso.

“La teoría de la internacionalización está fundamentada por el reconocimiento de las falencias que presenta el mercado y del conocimiento, siendo el último valorado elocuentemente porque de este modo se permite determinar el grado de inversión por parte de las empresas” (Buckley y Casson, 1976).

Además, se dice que la teoría de la internalización de la empresa se origina desde la teoría de los costes de transacción. De allí parte el supuesto de que no hace falta ningún tipo de control cuando los mercados son competitivos, debido a que se elimina toda posibilidad de ser sustituido por parte de otra empresa y no desarrolla un comportamiento oportunista, pues bien, se fuerza a las organizaciones a que actúen de carácter eficiente.

A nivel internacional existen varias teorías sobre la internacionalización de las empresas, la relación de la teoría con la investigación es que al aplicar las estrategias de internacionalización las empresas suelen ser más competitivas siendo los principales aspectos para considerar; costos, factores políticos y riesgos que se presentan para la internacionalización, además la empresa tiene que estar en la capacidad productiva para abastecer la demanda.

2.3.4. Cadena Productiva

Según Gottret y Lundy (2007) manifiestan que;

Una cadena productiva implica un número de etapas que se encuentran conectadas, a través de la unión con los siguientes factores; producción, transformación y consumo. Lo que implica considerar los diferentes procesos productivos y la intervención económica que se produce entre la oferta y demanda.

La cadena productiva parte desde la provisión de insumos, producción, transformación hasta la comercialización porque así se permite llegar al consumidor final, todo esto va relacionado con el trabajo, la tecnología e innovación haciendo que el producto sea más competitivo en el mercado.

El sector acuícola maneja diferentes procesos de producción que a lo largo del tiempo han logrado beneficios, de este modo, los laboratorios de larva de camarón muestran diversos

factores que han logrado la permanencia en el mercado, dando como resultado la producción camaronesa de calidad, gracias a la correcta alimentación y buena genética, además el incremento de hectáreas ha hecho que este bien se pueda mantener en un ambiente favorable y lograr un nivel de sobrevivencia del 70% al 90%.

2.4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

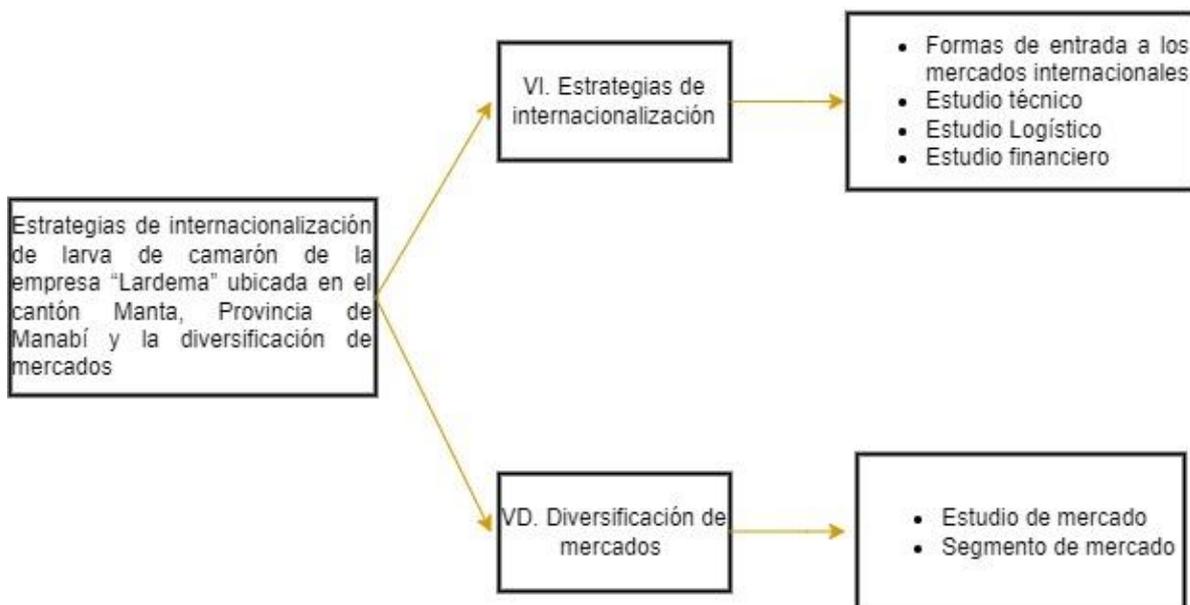


Figura 2. Fundamentación conceptual

2.4.1. Variable Independiente: Estrategia de internacionalización

Estrategias de internacionalización

La estrategia de internacionalización suele ser una decisión que se toma a largo plazo por parte de la empresa que pretende establecerse en otro país. Esta consta de varias opciones que le permiten a la corporación proceder fuera del país al que pertenece, para ello se debe diferenciar cada una de ellas, y conocer la adecuada para realizar el proceso de internacionalización de la empresa.

Formas de entrada a los mercados internacionales

Tabla 1. Formas de entrada a los mercados internacionales

ESTRATEGIA GLOBAL	ESTRATEGIA TRANSNACIONAL	ESTRATEGIA INTERNACIONAL	ESTRATEGIA MULTINACIONAL
<ul style="list-style-type: none"> • Sucursal comercial 	<ul style="list-style-type: none"> • Filial de producción 	<ul style="list-style-type: none"> • Exportación directa 	<ul style="list-style-type: none"> • Joint Venture productivo

• Filial de producción	• Trading company I+D	• Exportación Indirecta	• Sucursal comercial
• Franquicia		• Consorcio	• Filial de producción
• Licencia		• Piggy Back	
• Llave en mano		• Joint Venture Comercial	

Sucursal comercial: Una sucursal es una empresa comercial de la misma dirigida por un representante que tiene derecho a representarla, esta es una de las alternativas que utilizan las empresas para su expansión.

Filial de producción: Esta presenta una alternativa que puede ser ostentada por las empresas que se encuentran en economías en desarrollo y emergentes porque así aprovecha las oportunidades de países que se encuentran en diversas crisis económicas.

Franquicia: La franquicia incluye un modelo económico en el que una entidad natural o legal otorga a un tercero el derecho a usar su marca registrada y operar bajo el mismo sistema comercial, por lo que esto requiere de menor inversión, y menos sistemas de control.

Contrato de llave en mano: “un contrato llave en mano, el contratista es responsable del diseño y construcción; En otras palabras, hace todo el trabajo necesario para poner en marcha la fábrica a un precio acordado y dentro de un plazo determinado” (Globalnegotiator, 2013).

Licencia: “es un acuerdo entre dos empresas de distintos países, mediante el cual una cede el derecho a otra empresa de utilizar una patente, marca, diseño con relación al producto, promoción o servicio, a cambio del pago de un royalty” (CEUPE, 2021)

Trading company I+D: “se compra un producto en un país y posteriormente se lo vende en diferentes, a través de su propia red de distribución” (GlobalNegotiator, 2021).

Exportación directa: esta consiste en que la empresa debe vender directamente al mercado internacional sin la utilización de algún intermediario, la empresa es la que realiza los contactos con otras en el extranjero y presenta un mayor compromiso.

Exportación Indirecta: este tipo de exportación presenta diversos tipos de intermediarios, tal es el caso; comprador extranjero, agente independiente, trading company y bróker. Esta es una forma fácil y económica para exportar.

Consortio: es un tipo de contrato celebrado por dos o más agentes, que ejecutan actividades económicas similares o complementarias, con el fin de efectuar una organización común, que les permita mejorar la capacidad comercial de la empresa, y así implementar una serie de proyectos. que son difíciles de lograr individualmente.

Piggy Back: “acuerdo entre dos organizaciones del mismo país en el que una empresa no registrada en un país extranjero, normalmente una PYME, se beneficia de la estructura de otra empresa existente en el mercado o país de destino, y de esta manera vender los productos” (Mercantil, 2017).

Joint Venture Comercial: Una empresa conjunta es una asociación temporal, establecida por dos o más entidades comerciales, tienen el objetivo de ejecutar un proyecto o actividad específica relacionada con el comercio, cada una de las partes tienen el compromiso si existen pérdidas o ganancias al igual que la inversión y los costos.

Joint Venture productivo: “El objetivo de una empresa conjunta de producción suele ser diverso, porque se encarga de la producción de bienes, a incursionar en nuevos mercados o el soporte en diferentes eslabones de la cadena productiva” (Sánchez, 2019).

- ***Riesgos y beneficios de la internacionalización***

Tabla 2. Estrategias de internacionalización riesgos y beneficios

ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN	BENEFICIOS	RIESGOS
Estrategia Global	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción de costos • Mayor competitividad • incremento de los consumidores 	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo operacional • Disgustos del consumidor • Limitada adaptabilidad
Estrategia Transnacional	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción de costos • Inversiones 	<ul style="list-style-type: none"> • Daño ecológico

Estrategia Internacional	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones al personal • Aumento de empleo • Incremento de la competitividad • Nuevas oportunidades para el negocios y producto • Generación de empleo • Disminución de costos • Aumento de las ventas 	<ul style="list-style-type: none"> • Afectan la economía del país • Lenta recuperación de la inversión • Retos en la organización • Costos del transporte elevados • Barreras comerciales
Estrategia Multinacional	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de la producción y el empleo • Productos a precios accesibles • Fácil acceso a préstamos bancarios. • Aplicación del I+D+I 	<ul style="list-style-type: none"> • Debilidad en el control de los procesos productivos • Limitada adaptabilidad • Desigualdad • Contaminación ambiental

Fuente: Adaptado de Hill, 2011

Estudio Técnico

Gastón, (2021) indicó;

A través de un estudio técnico se puede determinar la producción óptima y así alcanzar la utilización de los recursos que se encuentran disponibles para la producción de bienes o servicios y a la vez adquirir información sobre el capital, mano de obra y recursos materiales para iniciar el proyecto (párr. 2).

Al realizar un estudio técnico se determinará la ubicación de la empresa, la capacidad instalada para la producción, así como la infraestructura, y la distribución por áreas en la empresa, y una descripción detallada de los procesos productivos de la larva de camarón, además, se conoce la maquinaria operativa y equipos que se utilizan, este punto es importante dentro de la

investigación porque se conocerá la parte interna y externa de la empresa y así conocer lo que se utilizara para su internacionalización y si estimar datos para realizar el estudio financiero.

Estudio Logístico

El estudio logístico presenta la forma en cómo será distribuido el producto sea en transporte nacional o internacional, aquí se establecen ciertos criterios que se deberán considerar, tal como; la cadena logística permite hacer un seguimiento de manera estratégica del producto, siendo clave al momento de realizar las operaciones de comercio internacional, a la vez el empaque el cual forma parte fundamental del producto junto con el embalaje, porque le da mayor seguridad al transportarlo, por último los Incoterms son términos de negociación, su fin es facilitar el intercambio de bienes utilizando un lenguaje estandarizado por el comprador y vendedor, estableciendo responsabilidades y obligaciones para las partes.

Estudio Financiero

Es el estudio en el que se analiza la factibilidad de un proyecto de investigación, considerando los recursos disponibles y capacidad económica que posee la empresa, el principal objetivo es dar a conocer si el proyecto tendrá rentabilidad económica y recuperará la inversión.

En la investigación se determinará la inversión que se requerirá al momento de implementar las estrategias de internacionalización, y así se establecerá si la empresa está en la capacidad para internacionalizarse, considerando la capacidad productiva, la mano de obra y el proceso logístico, de igual forma se establecerá el tiempo en que se recuperará la inversión realizada.

VAN (VALOR ACTUAL NETO):

El VAN es una expresión utilizada en las finanzas y economía el cual ayuda a verificar la rentabilidad de los proyectos.

TIR (TASA INTERNA DE RETORNO)

La tasa interna de retorno es la tasa de interés que brinda una inversión. Es decir, el porcentaje de ganancia o pérdida que tendrá un proyecto para las cantidades que no han sido retiradas de del proyecto (Sevilla, 2021)

2.4.1. Variable Dependiente: Diversificación de mercados

Diversificación de mercados

Muchas organizaciones toman a la diversificación de mercados como una estrategia que ayuda a los productos a incursionar en la búsqueda de nuevos destinos de comercialización, existen varias maneras para diversificar, y cada una permite establecer un destino, de la misma manera se logra beneficios para las empresas, gracias a la globalización hoy en día los productos sobrepasan las fronteras logran así llegar a más consumidores y generar competitividad.

Estudio del mercado

A través del estudio de mercado se establecerá un mercado que posea características positivas para aplicar las estrategias de internacionalización, este estudio le permitirá a la empresa conocer el panorama comercial y así tomar una decisión. Se considera diversos factores que intervienen dentro del estudio como, por ejemplo;

Factores económicos: en este contexto se conoce el Producto Interno Bruto, Producto Interno Bruto per cápita, tasa de inflación de cada uno de los países, con el fin de conocer el nivel de renta.

Factores políticos: a través de este se conocerá diferentes acuerdos comerciales, balanza comercial, estabilidad política, barreras arancelarias y no arancelarias con relación a los diferentes países y al producto.

Factores sociales: dentro de los factores sociales se identifica el perfil del consumidor el cual es clave al realizar un estudio de mercado, y los habitantes existentes, además se clasifica la actividad comercial.

De esta manera, se recolecta información estadística para conocer el comportamiento del mercado se la tomará desde fuentes bibliográficas. De la misma forma se conoce a la competencia siendo esta importante dentro del estudio.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

La investigación tuvo como objetivo recopilar información que sirvió de apoyo para la interpretación de datos, dentro de los enfoques metodológicos se utilizan 2 tipos, un enfoque cuantitativo y cualitativo. A través de estos determinantes se empleó la metodología apropiada para el desarrollo de este trabajo de investigación a continuación se presentan los enfoques a utilizar:

3.1.1.1. Enfoque Cualitativo de investigación

Según Hernández-Sampieri, et al. (2014) manifestaron:

Para realizar el enfoque cualitativo es necesario tener una guía en base a áreas o temas característicos de investigación. No obstante, un estudio cualitativo a diferencia de los estudios cuantitativos desarrolla preguntas e hipótesis en todo momento en el que se recopila información (p. 7).

Un enfoque cualitativo en la presente investigación ayudó a definir las variables además se lo aplicó para conocer el comportamiento de las exportaciones y por ende del país destino, y así se determinó la forma de entrada para la internacionalización de larva de camarón del grupo Lardema, y para lograr un amplio panorama de investigación se obtuvo información por parte del laboratorio, de diferentes entidades gubernamentales y sitios web.

3.1.1.2. Enfoque Cuantitativo de investigación

Según Hernández-Sampieri, et al. (2014) indicaron:

El enfoque cuantitativo es consecutivo y demostrativo. Cada fase que se desarrolla antecede a la siguiente por lo que no se puede evadir pasos, se debe seguir un orden riguroso. Todo es secuencial, parte de un orden de ideas que va delimitándose y, una vez delimitada, nacen objetivos a la vez preguntas de investigación, se estudia la literatura y se construye la perspectiva teórica (p. 7).

En la investigación se recopiló datos cuantitativos para el desarrollo de estadísticas que posteriormente sirvieron para elaborar un análisis y a través de la diversificación de mercados conocer el mercado en el cual la empresa se internacionalizará y los posibles mercados en los cuales también puede optar por comercializar las larvas de camarón con la aplicación de una

matriz POAM, los datos se obtuvieron de sitios web como; Trademap, Cámara, Nacional de Acuicultura, e incluso con la información otorgada por la empresa se conoció la parte interna, se realizó un estudio logístico y financiero que servirán para la obtención de resultados.

3.1.2. Tipo de Investigación

3.1.2.1. Investigación descriptiva

“Las investigaciones descriptivas desarrollan especificaciones de las propiedades, los tipos y los perfiles de personas, o grupos para llevar a cabo un proceso, cosas o cualquier otra herramienta que se someta a un análisis” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014)

Este punto es muy importante por lo que mediante la investigación descriptiva se identificó los factores de estudio que involucran en la diversificación de mercados y así conocer el mercado objetivo y diversos aspectos que influyen en el desarrollo de las estrategias de internacionalización, además se analizó el segmento del mercado y los niveles de exportaciones para ello se recurre a la información proporcionada por la empresa y datos que fueron recopilados de sitios web.

3.1.2.2. Investigación documental

Según Sampieri et al., (2014);

La investigación documental es detectar, obtener y consultar la biografía y otros materiales que parten de otros conocimientos y/o informaciones recogidas moderadamente de cualquier realidad, de manera selectiva, de modo que puedan ser útiles para los propósitos del estudio p. 93.

A través de la investigación documental se realizó investigaciones de libros, artículos científicos, publicaciones con el fin de sustentar la investigación y la forma de entrada al mercado internacional.

3.1.2.3. Investigación de campo

El estudio de campo según Sampieri (2014) se refiere a la recopilación de datos en base a un registro metódico, legítimo, confidencial de conductas y situaciones que pueden ser notorias (párr. 4)

Se realizó una investigación de campo para verificar la situación actual que presenta la empresa Lardema con el fin de dar soluciones a la problemática y se determinó las estrategias de

internacionalización, a su vez se conoció las actividades que realizan dentro de la producción y así se elaboró de manera eficiente el estudio tanto financiero, logístico y técnico durante el presente trabajo.

3.2. IDEA A DEFENDER

Las estrategias de internacionalización de la larva de camarón de la empresa Lardema ubicada en el cantón de Manta provincia de Manabí contribuirán en la diversificación de mercados.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

3.3.1. Definición de variables

Tabla 3. Definición de variables

Tema	Variables	Definición conceptual	Definición real	Definición operacional
Estrategias de internacionalización de larva de camarón de la empresa Lardema ubicada en el cantón Manta provincia de Manabí y la diversificación de mercados.	VI. ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN	Según la Old School (2019): La internacionalización es una de las estrategias con mayor complejidad dentro de la empresa. Pese a esto, la progresiva globalización en los mercados la hace cada vez más necesaria.	Las estrategias de internacionalización sin decisiones que se las realiza a largo plazo tomadas por empresas que desean expandirse hacia un mercado internacional.	Dentro de esta variable el enfoque se basa en la internacionalización de las empresas que viene dada por el fenómeno de la globalización enfocada a la apertura de nuevas fronteras que van más allá de las nacionales.
	VD. DIVERSIFICACIÓN DE MERCADOS	La diversificación de mercados es una estrategia empresarial, que tiene el fin de expandir su mercado a nivel internacional, alcanzando así su mayor crecimiento.	Contextualizando la diversificación del mercado, permitirá una visión para expandir el producto hacia el mercado internacional logrando su exportación de manera eficiente.	Esta variable principalmente tiene un enfoque internacional en la diversificación de nuevos mercados los cuales se enfocarán en el fomento de las exportaciones y logrando satisfacer la demanda internacional.

3.3.2. Operacionalización de variables

Tabla 4. Variable independiente

Variable independiente	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnica	Instrumento
Estrategias de Internacionalización	Formas de entrada a los mercados internacionales	Número de sucursales comerciales	¿Cuáles son los laboratorios de larva de camarón que poseen sucursales comerciales?	Entrevista	Cuestionario
		Número de filiales de producción	¿Cuántos laboratorios tienen filiales de producción en otros países?		
	Volumen de exportaciones	¿Cuál es el porcentaje de exportación de la empresa? ¿Cuáles son los laboratorios que poseen una empresa conjunta en el Ecuador?			
	Número de empresas con joint venture				
Estudio técnico	Localización		¿Cuál es la ubicación en el país destino?	Entrevista	Cuestionario
	Infraestructura				
Estudio logístico	Empleados		¿Cuántos empleados se necesitará para la conformación de la empresa?	Análisis bibliográfico	Cuestionario
	Aspectos legales				
Estudio financiero	Distribución física del producto		¿Cómo será distribuido el producto?	Ficha de observación	Cuestionario
	Diseño del canal de distribución		¿Cuál es el canal de distribución adecuado?		
	Indicadores financieros		¿Cuál es la inversión para la internacionalización?	Análisis bibliográfico	Base de datos

Tabla 5. Variable dependiente

Variable dependiente	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnica	Formato
Diversificación de mercados	Estudio de mercado	Políticos	¿Cuáles son los indicadores políticos?	Análisis bibliográfico	Base de datos
		Económicos	¿Cuáles son los indicadores económicos de los principales países?	Análisis bibliográfico	Base de datos
		Sociales	¿Qué indicadores sociales se toman en cuenta para el estudio?	Análisis bibliográfico	Base de datos
		Segmento de mercado	¿Cuál es el principal destino de internacionalización?	Análisis bibliográfico	Base de datos
		Perfil del consumidor	¿Cuál es el perfil del consumidor? ¿Cuál es la frecuencia de compra?	Análisis bibliográfico	Base de datos

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1. Método inductivo

El método inductivo es determinado por la observación. Torres (2006) manifiesta que: Normalmente este método radica en estudiar u observar los hechos o experiencias específicas con el objetivo de llegar a las conclusiones inducidas que permitan derivar fundamentos de una posible teoría (p. 11). Todo esto es llevado al desarrollo de las investigaciones cualitativas con el fin de dar soluciones a las problemáticas.

Para el desarrollo de este método se recopiló información cualitativa y así se determinó que la filial de producción es la forma que optó el grupo Lardema para su internacionalización. Además, con la diversificación del mercado se determinaron los posibles mercados a través de la obtención de datos cuantitativos.

3.4.2. Método deductivo

Según Carvajal (2020):

El método deductivo es uno de los principales en razonar o concluir la investigación a través de los imprescindible, en conclusión, la deducción es toda determinación a la que se llega después de un razonamiento. En otras palabras, es más estricta y específica por lo que se llega a la demostración certera de aquella afirmación realizada partiendo de la lógica (párr. 4).

El método en la investigación fue fundamental porque se analizó la información de manera general, con la diversificación de mercados se obtuvo la meta y se determinó las estrategias para la internacionalización siendo esta la Transnacional con la forma de entrada filial de producción, siendo estas claves en contribuir con la diversificación.

3.4.3. Técnicas

A través de las técnicas de estudio se obtuvo información de fuentes primarias y secundarias.

3.4.3.1. Entrevistas

Para recolectar información se realizó un cuestionario aplicado para el gerente general de la empresa Lardema con el fin de obtener información sobre la parte interna y externa de la empresa y conocer parte de sus procesos de producción y manejo acuícola que utilizan, de igual manera se realizó una entrevista a profesionales pertenecientes a entidades como Cámara Nacional de Acuicultura y ProEcuador de la zona 4.

3.4.3.2. Base de datos Trade map

Para recolectar la información de los principales importadores a nivel mundial de 5 años, se realiza un análisis documental a través de los datos otorgados por la plataforma Trade map, tomando en consideración valores FOB para su análisis respectivo con el fin de conocer el mercado adecuado para la internacionalización, cumpliendo con la variable diversificación de mercados.

3.4.3.3. Base de datos CobusGroup

Para recopilar información con respecto a los principales mercados destino de exportación de larva de camarón se utiliza la plataforma Cobus Group con el fin de conocer los principales exportadores a nivel nacional.

3.4.3.4. Ficha de observación

Para la realización de la ficha de observación se toma en consideración los siguientes parámetros:

Tabla 6. Indicadores ficha de observación.

Valoración	Criterios
1	No logrado
2	En proceso
3	Avance inicial
4	Logrado satisfactoriamente

A través de la ficha de observación se conoció la situación actual de la empresa y lo que se necesitará para complementar el proceso de internacionalización en el país destino.

3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Para la interpretación de los datos estadísticos se obtuvo información de sitios web como; Trademap, Cobus Group etc. De esta manera, se facilitó la obtención del mercado destino para el estudio correspondiente.

Se utiliza la matriz POAM (Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio) para analizar los indicadores con el fin de identificar el nivel de oportunidades y amenazas, dándoles un valor potencial que pueda enfrentar una empresa, los factores externos que se analizan pueden ser, factores políticos, económicos y sociales etc. Por lo que se califica de la siguiente manera;

Nivel	Puntos
Baja	1
Media	2
Alta	3

Figura 3. Calificación POAM

Para conocer la cobertura del proyecto a través del consumo nacional aparente el cual se define como la producción nacional, más las importaciones y menos las exportaciones; se debe aplicar la siguiente fórmula:

$$CNA = Producción nacional + importaciones - exportaciones$$

Para realizar los cálculos para los siguientes 5 años se aplica el método de mínimos cuadrados, con el fin de proyectar hasta el 2025 y de esta forma obtener datos que ayudan calcular la cobertura del proyecto.

Fórmula:

$$y = a + bx$$

Y: estimación de la variable

a: constantes numéricas

b: constantes numéricas

x: variable y el tiempo.

Ecuaciones:

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{(\sum y) - b \sum x}{n}$$

3.6. ANÁLISIS SITUACIONAL DE LOS PRINCIPALES IMPORTADORES DE LARVA DE CAMARÓN A NIVEL MUNDIAL

Antes de realizar el estudio de mercado es importante conocer correctamente la clasificación arancelaria del producto debido a que de esto dependerá los países en los cuales se tiene mayor demanda en el mercado.

Tabla 7. Clasificación arancelaria

Código	Descripción
Sección I	ANIMALES VIVOS Y PRODUCTOS DEL REINO ANIMAL
Capítulo 03	Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos
Partida: 0306	Crustáceos, incluso pelados, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; crustáceos ahumados, incluso pelados o cocidos, antes o durante el ahumado; crustáceos sin pelar, cocidos en agua o vapor, incluso refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; harina, polvo y «pellets» de crustáceos, aptos para la alimentación humana.
Subpartida S.A: 0306.36	- - Los demás camarones, langostinos y demás decápodos Natantia
Subpartida nacional: 0306.36.11.00	- - - - Para reproducción o cría industrial
Arancel:	5% kg

Fuente: Nomenclatura de Designación y Codificación de mercancías del Ecuador, 2017

Para el desarrollo de la siguiente investigación se realizó la clasificación arancelaria correcta del producto y posteriormente se verificó con la base de datos los porcentajes de participación que tiene dentro de 3 países para elaborar un análisis aplicando una matriz POAM (perfil de oportunidades y amenazas del medio) para conocer el mercado objetivo.

Se identificó los principales importadores de larva de camarón tomando como referencia los 6 primeros dígitos del arancel, de acuerdo con la plataforma Trademap en la cual se obtuvo información tanto para las exportaciones como importaciones a nivel mundial, para conocer el mercado objetivo para la internacionalización, cabe recalcar que los datos son de 5 años y se tabulan a continuación:

Tabla 8. Principales importadores a nivel mundial

No.	Importadores	Valor exportado en USD 2017	Valor exportado en USD 2018	Valor exportado en USD 2019	Valor exportado en USD 2020	Valor exportado en USD 2021	Tasa de participación
1	Hong Kong, China	53.177	61.757	64.910	91.939	10.9639	21%
2	China	108.278	138.718	161.754	63.324	90.062	31%
3	Perú	17.729	17.591	13.515	10.983	18.989	5%
4	Singapur	0	28.734	26.661	25.800	13.560	5%
5	Vietnam	0	18.142	17.040	18.717	27.237	4%
6	Alemania	19.209	17.495	11.690	14.122	15.689	4%
7	Malasia	5.215	13.340	12.904	11.750. 8	23.257	3%
8	Tailandia	9.316	12.998	12.137	10.318	10.470	3%
9	Emiratos Árabes Unidos	18.596	13.745	11.236	9.990	6.310	3%
10	Bélgica	10.520	10.109	9.656	8.111	7.679	3%
	Los demás	86.083	74.989	71.564	63.730	38.398	18%
	TOTAL	328.123	407.618	413.067	328.792	361.290	100%

Fuente: ITC Trademap, 2022

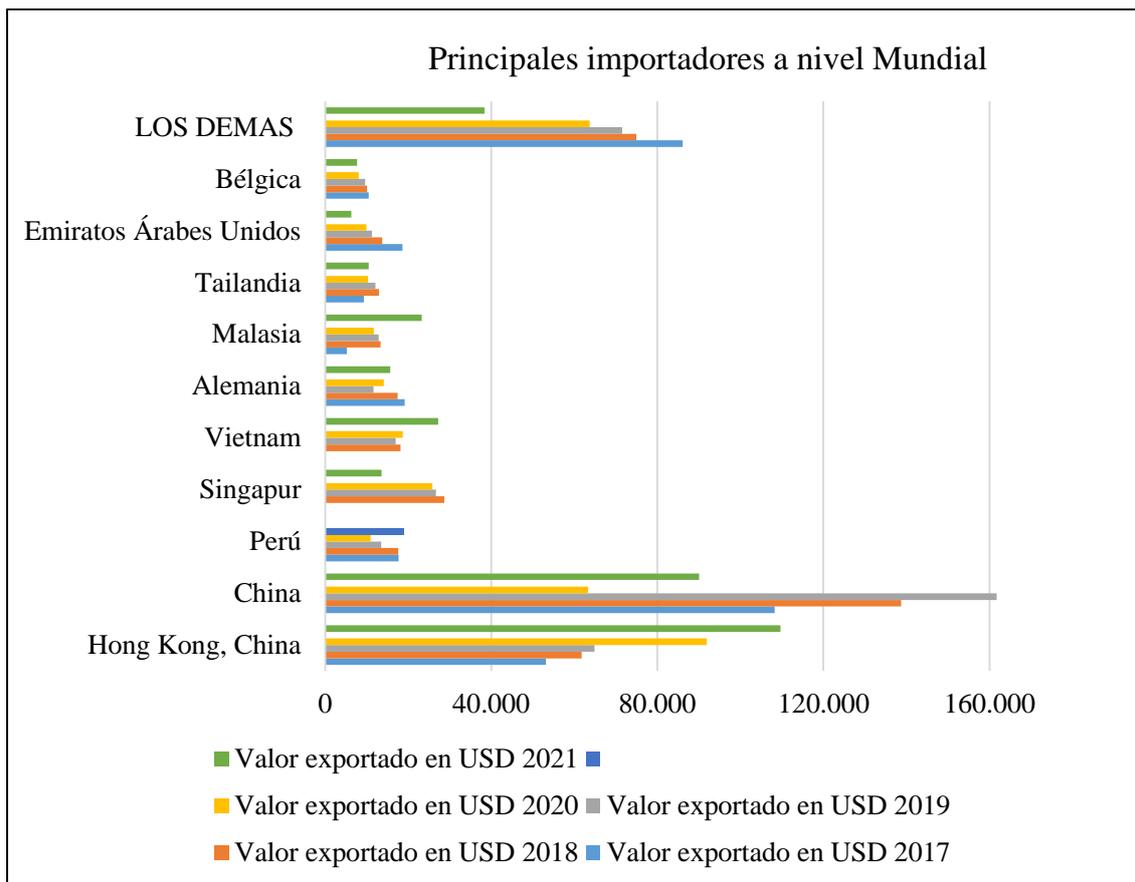


Figura 4. Principales importadores a nivel Mundial top 10 2017- 2021
Fuente: Elaboración propia (datos de Trademap, 2022)

En la gráfica anterior se presentan los principales importadores de la subpartida 0306.36.11 a nivel mundial, en la que se destaca China con una participación del 31% durante los 5 años, deduciendo de esta manera que en este mercado se obtendría resultados positivos debido al crecimiento constante y la demanda existente, además de que existen otros países atractivos para comercializar, siendo el caso de Hong Kong, China con el 21% de participación Perú y Singapur con el 5% en valores FOB (USD), se tomó en consideración a Perú debido al crecimiento que ha existido durante los 5 años, además dentro de los países asiáticos se busca explorar nuevos nichos de mercados para comercializar el producto.

Se destacó a Hong Kong, China y Perú para realizar el análisis POAM y posteriormente se encontró el mercado meta para su comercialización.

3.7. ANÁLISIS SITUACIONAL DE LOS PRINCIPALES EXPORTADORES DE LARVA DE CAMARÓN A NIVEL MUNDIAL (2017-2021)

En la siguiente tabla se analizó la subpartida arancelaria 0306.36.11.00 correspondiente a Para reproducción o cría industrial que en este caso de estudio fue larva de camarón, con el fin de destacar los competidores.

Tabla 9. Principales países exportadores de larva de camarón 2017-2021

No.	Exportadores	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019	Valor exportado en 2020	Valor exportado en 2021	Tasa de participación
1	Tailandia	106.159	136.702	165.793	99.701	105.001	29%
2	China	42.627	63.702	62.842	99.139	109.247	18%
3	España	31.168	45.179	47.970	43.208	51.200	10%
4	Indonesia	11.106	19.990	26.180	26.418	28.541	5%
5	Estados Unidos de América	12.949	20.789	22.169	23.931	21.808	5%
6	India	2.060	1.961	20.112	22.788	31.814	4%
7	Vietnam	0	53.174	24.260	19.402	31.532	6%
8	Malasia	10.687	22.626	24.352	15.016	22.661	5%
9	Francia	5.566	6.059	8.418	10.840	19.106	2%
10	Portugal	8.119	8.158	10.408	9.485	14.220	2%
	los demás	45.595	64.895	42.002	51.493	53.482	12%
	TOTAL	276.036	443.235	454.506	421.421	488.611	100%

Fuente: Trade map, 2022

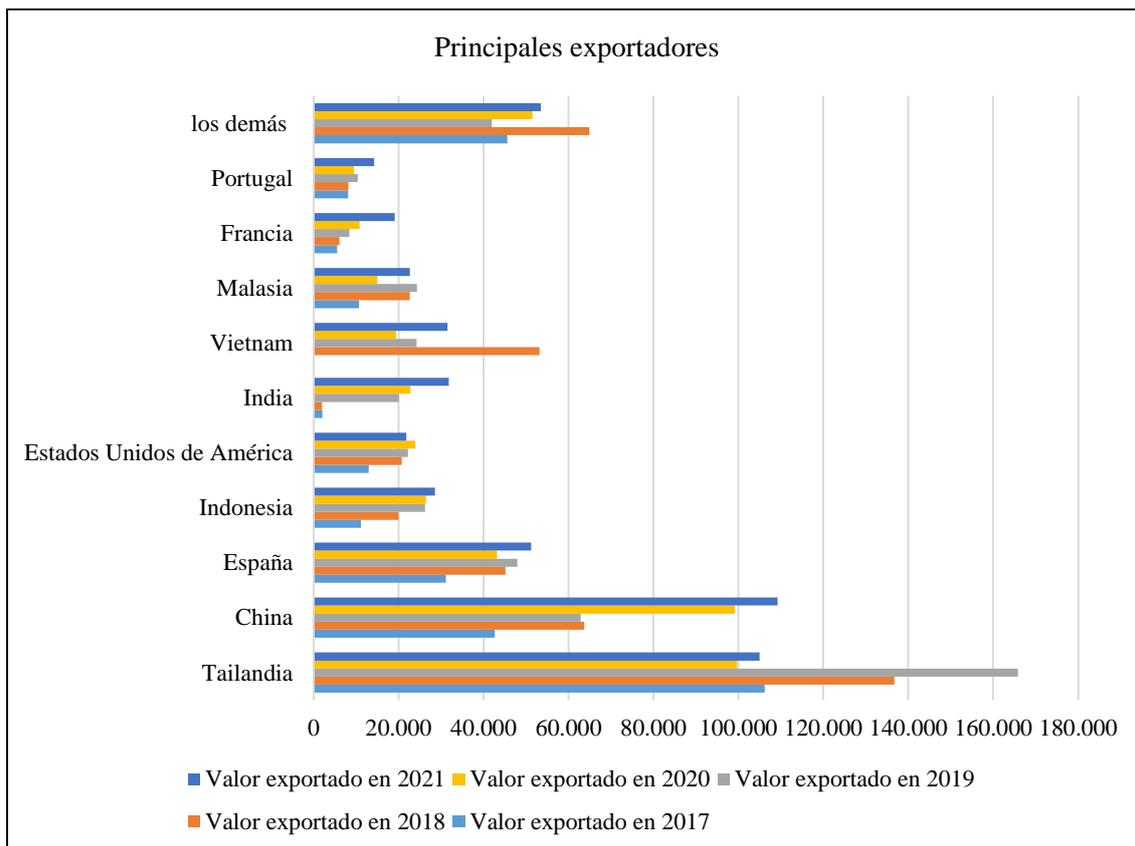


Figura 5. Principales destinos de exportación 2017-2021

Fuente: Elaboración propia (datos Trade map, 2022)

Las principales exportaciones de larva de camarón a nivel mundial dentro de la subpartida arancelaria 0306.36.11 que corresponde a productos de reproducción industrial o cría, se identifica que Tailandia dentro de los 5 años tiene un 29% de participación, seguido de China y España 18% y 10% respectivamente, siendo estos los principales países competidores a nivel mundial.

3.7.1. Exportadores de Ecuador partida 0306.36.11

Para el cálculo de las principales exportadoras del Ecuador hacia mercados internacionales se toma datos de Cobus Group en valores FOB porque así se conoce el porcentaje de participación en este mercado.

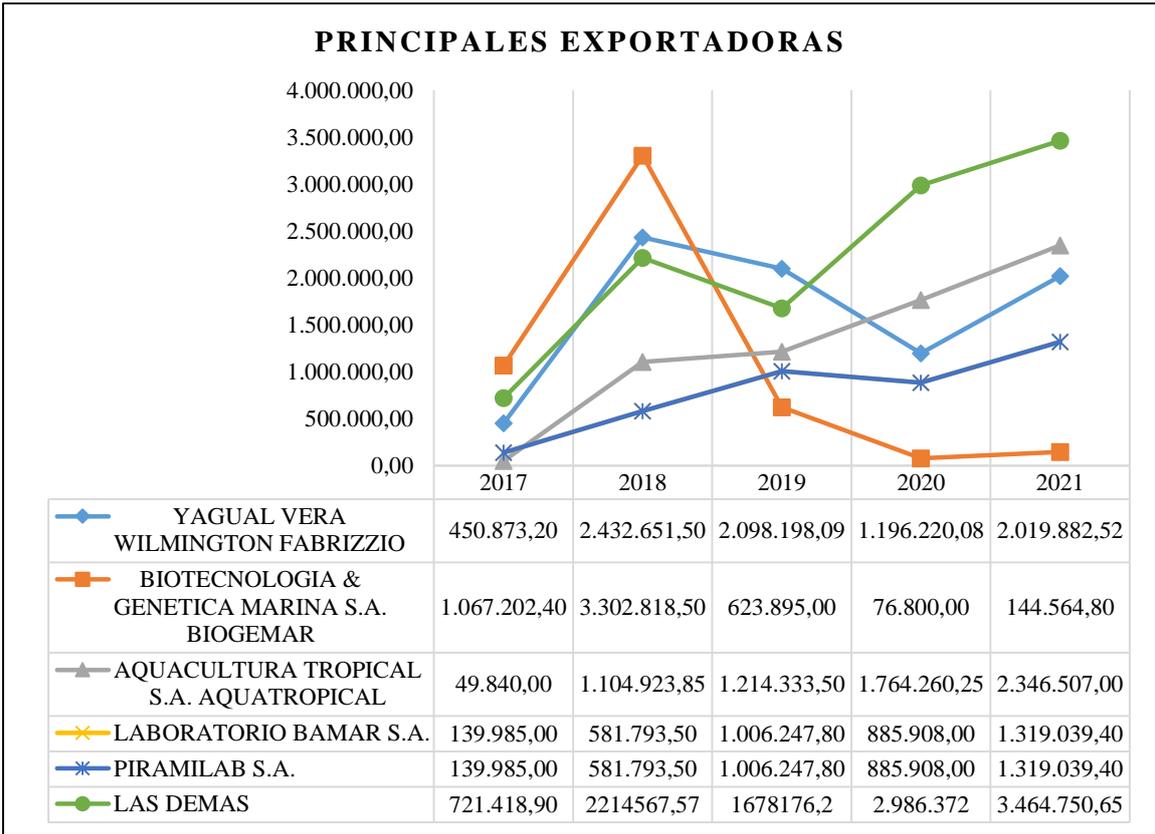


Figura 6. Principales exportadoras
Fuente: CobusGroup, 2022

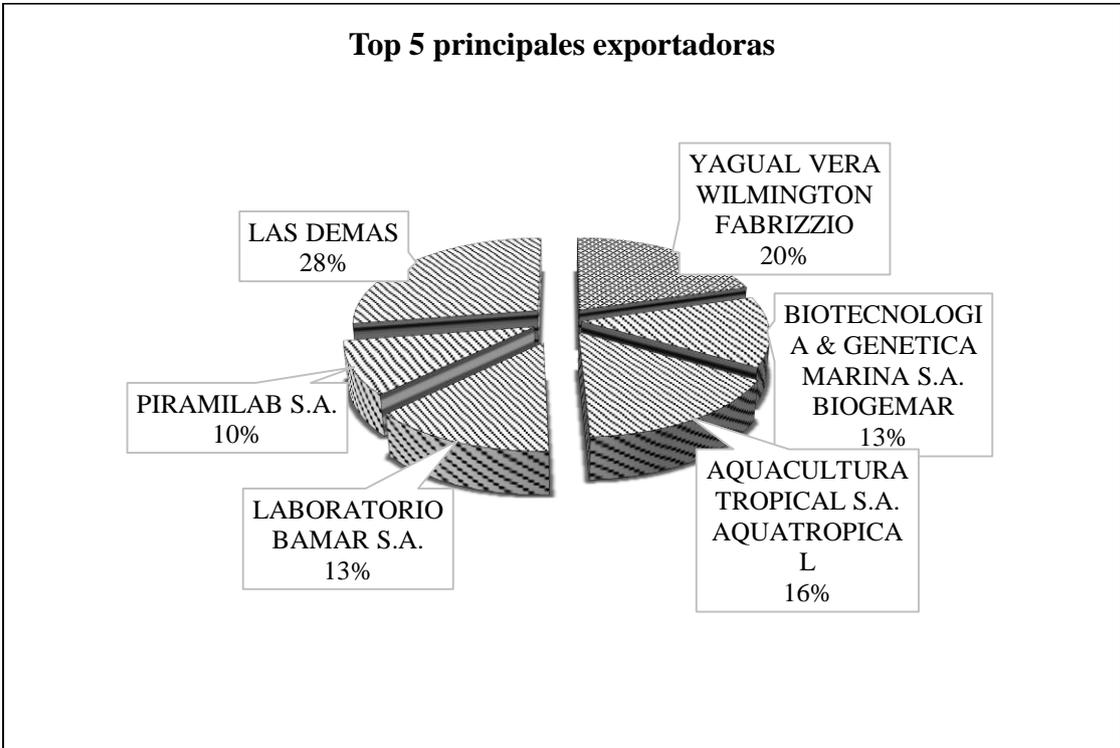


Figura 7. Top 5 principales exportadoras
Fuente: Elaboración propia (datos CobusGroup)

A nivel del país existen grandes empresas que exportan hacia diferentes mercados larvas de camarón, por lo que a partir del año 2017 se evidencia la participación en este mercado, es evidente que en el año 2018 existe un crecimiento significativo para las empresas, claro es el ejemplo del Sr. Yagual Vera Wilmington que obtuvo una venta en valores FOB de \$ 2.432.651,50 en los años siguientes su porcentaje de ventas disminuyó debido a la competencia, para BIOGEMAR a pesar de que en ese mismo año vendió un total de \$3.302.818,50 su participación es del 20%, se toma en referencia a AQUATROPICAL, BAMAR, PIRAMILAB S.A. Y las demás empresas que tiene un 14%, 10%, 9% y 27% respectivamente.

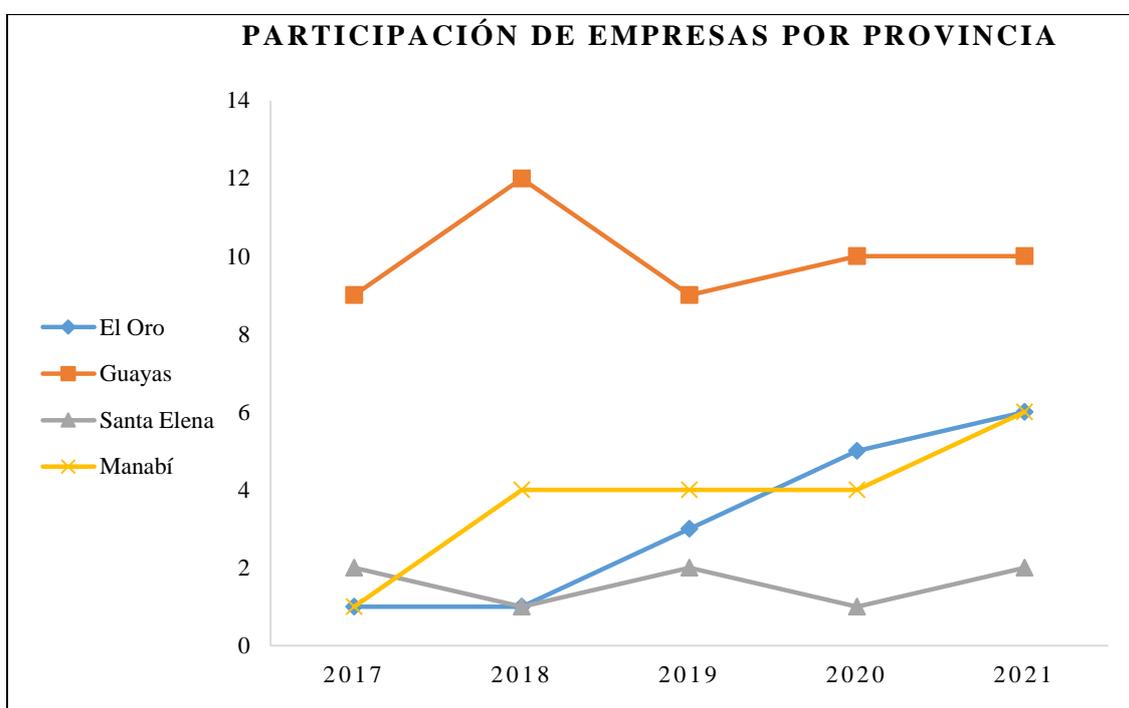


Figura 8. Participación de empresas por provincia
Fuente: CobusGroup, 2021

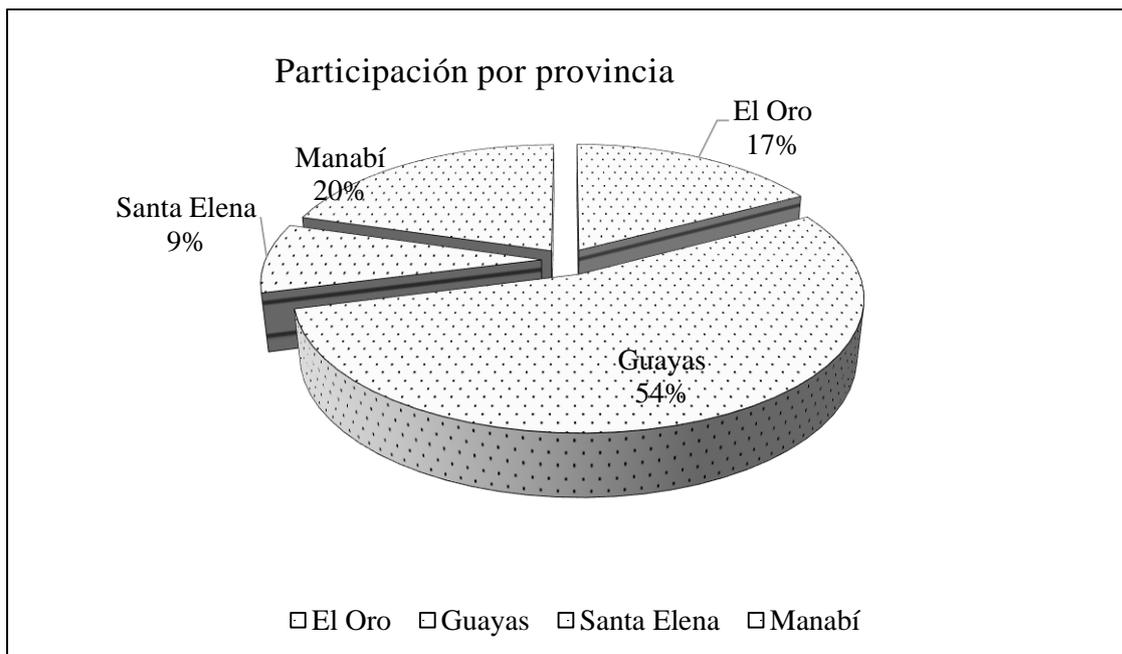


Figura 9. Participación por provincia en las exportaciones
Fuente: Cobus Group, 2021.

La producción y comercialización de larva de camarón se realiza en diferentes zonas costeras del Ecuador, por lo que para obtener un producto 100% de calidad es importante mantener una temperatura ambiente, es claro que Ecuador es uno de los principales comercializadores de camarón a nivel mundial, por su tamaño, frescura, sabor y su resistencia a los diferentes cambios, durante los últimos años la demanda ha incrementado es por eso que en las principales provincias en donde existen laboratorios de fecundación y producción de larva de camarón tales como; Santa Elena, Manabí, Guayas y El Oro han incrementado su producción llevando consigo a no vender solo a nivel nacional sino a nivel internacional, Guayas posee el 54% de participación con 50 empresas que operan en la zona seguido de Manabí con 19 empresas y 20% de participación, además El Oro y Santa Elena tienen 17% y 9% respectivamente. Es importante decir que solo se ha considerado las empresas que exportan larva, postlarva de camarón hacia los mercados internacionales, porque a nivel de la costa existen más empresas que solamente venden a nivel nacional.

3.8. ESTUDIO DE MERCADO

3.8.1. Indicadores políticos

Los indicadores políticos son parámetros que se deben elaborar para realizar la matriz POAM, estos pueden estar establecidos por la normativa existente en cada país a continuación, se detallan aspectos que son fundamentales dentro de la presente investigación;

3.8.1.1. Acuerdos comerciales

Tabla 10. Acuerdos comerciales de los 3 principales países

Países	Acuerdo Comercial O Régimen Preferencial	Normativa En Materia De Origen	Sistema De Certificación De Origen	Criterio De Origen	Acceso A Mercados
HONG KONG 	Relación bilateral	Acuerdo sobre normas de origen de la OMC	No exige certificados de origen para los bienes importados.	Se aplica en el caso de existir acuerdos de alcance preferencial	No existe ninguna restricción, salvo para productos especificados dentro de su normativa.
CHINA 	Comercio bilateral	Consejo Chino para la Promoción del Comercio Internacional	Consejo de Promoción del Comercio Internacional (CCPIT). Administración General de Aduanas de China (GACC).	Mercancía íntegramente obtenida Mercancía producida Regla general de > ó = 40% de contenido de valor regional Reglas específicas de productos	Requisitos y especificaciones de seguridad, etiquetado y calidad Certificación Obligatoria China (CCC) Estado para la Administración General de Industria y Comercio (SAIC) y la Asociación de Consumidores de China (CCA)
PERÚ 	Acuerdo de Cartagena (CAN)	Normativa que rige el tema de NORMAS DE ORIGEN Decisión 416 Decisión 417 Decisión 775 Decisión 799	Decisión 416 Normas especiales para la calificación y certificación del origen de las mercancías	Decisión 417 Criterios y procedimientos para la fijación de requisitos específicos de origen	Gravámenes y Restricciones Origen Facilitación del Comercio y Aduanas Competencia y Defensa Comercial

Fuente: CAN, Santandertrade y República Popular China

Los acuerdos comerciales que mantiene Ecuador con los 3 países mencionados en la tabla, muestran una ventaja al momento de comercializar los productos en estos mercados, Hong Kong el acceso al mercado resultaría más eficiente por el acuerdo comercial existente y porque sería una opción más accesible para distribuir mercancías al mismo tiempo hacía China, lo cual establece un comercio bilateral que ha favorecido a gran parte de las exportaciones ecuatorianas, por lo que se encuentra reflejado dentro de la economía del país logrando a la vez una ventaja competitiva en el mercado chino, y en el caso de Perú pertenece a la CAN conjuntamente con Ecuador lo que le facilita a incursionar en este mercado, la normativa existente ayuda a fomentar el comercio entre los países miembros y presta facilidades para la internacionalización.

3.8.1.2. Balanza comercial

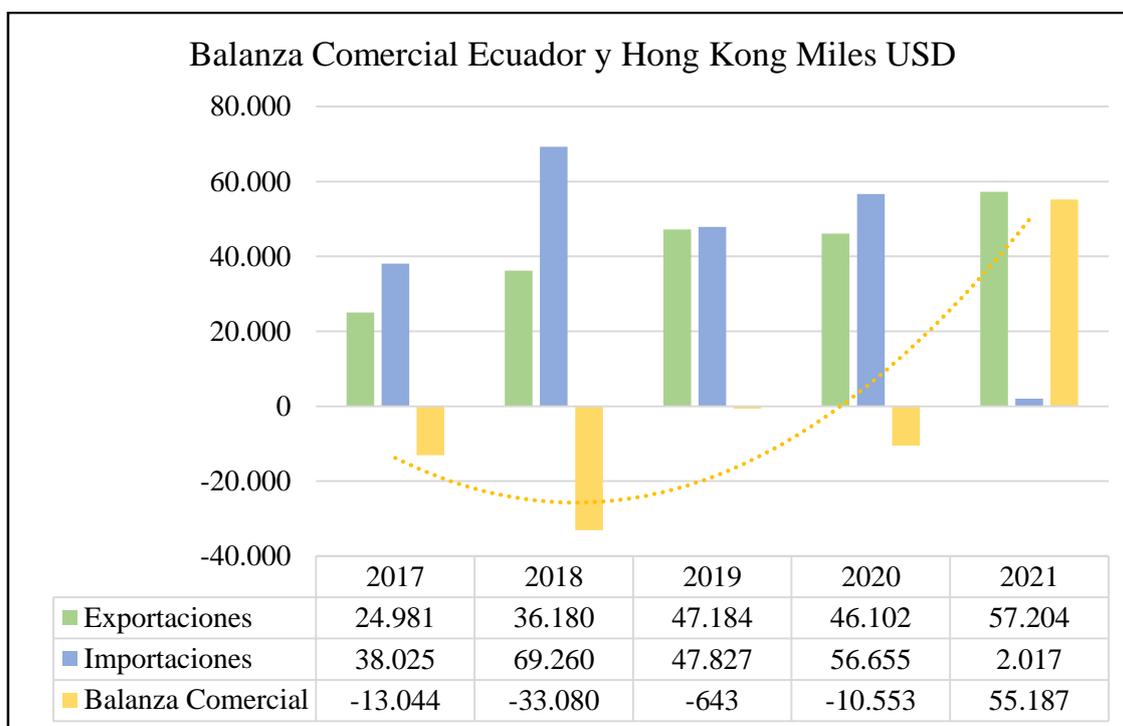


Figura 10. Balanza comercial Ecuador y Hong Kong

Fuente: Trade map, 2022

En los 4 años de estudio entre la balanza comercial de Ecuador y Hong Kong se observa un saldo negativo, lo que da como resultado un déficit en las operaciones, obteniendo mayor importaciones que exportaciones en dichos años, pero para el año 2021, el resultado es positivo lo que se ha exportado mayor cantidad de productos obteniendo una balanza positiva, a pesar de los resultados, el crecimiento es notable durante los últimos

años, en el 2018 el saldo comercial tuvo representación negativa un poco más que los años anteriores, por lo que es evidente que en este año existió más pérdida comercial, porque se realizaron mayores importaciones para Ecuador, para el 2021 se recupera la balanza comercial con datos positivos que evidencian que el flujo comercial tuvo mayor participación para las exportaciones hacía Hong Kong.

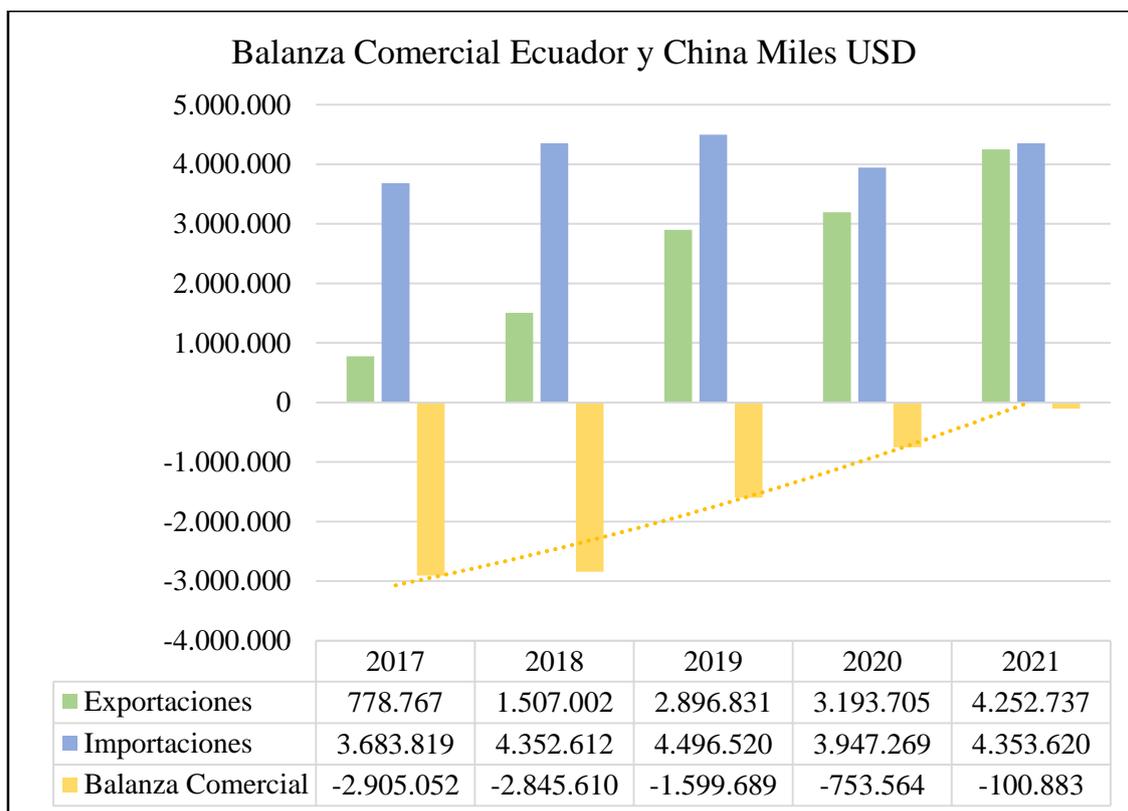


Figura 11. Balanza comercial Ecuador y China
Fuente: Trade map, 2022

China es el principal destino de exportación de camarón, de igual manera sus derivados mantienen cierta posición en este país pero a la vez se realiza importaciones de este país por lo que los saldos existentes en la balanza comercial son negativos lo que quiere decir que existe déficit en las operaciones comerciales por lo que las importaciones superan las exportaciones, en los 5 años de estudio, a pesar de que en el 2020 las exportaciones por poco alcanzan las importaciones el saldo comercial da como resultado negativo, pese a que China es el tercer destino comercial del país aún no se logra fortalecer el comercio.

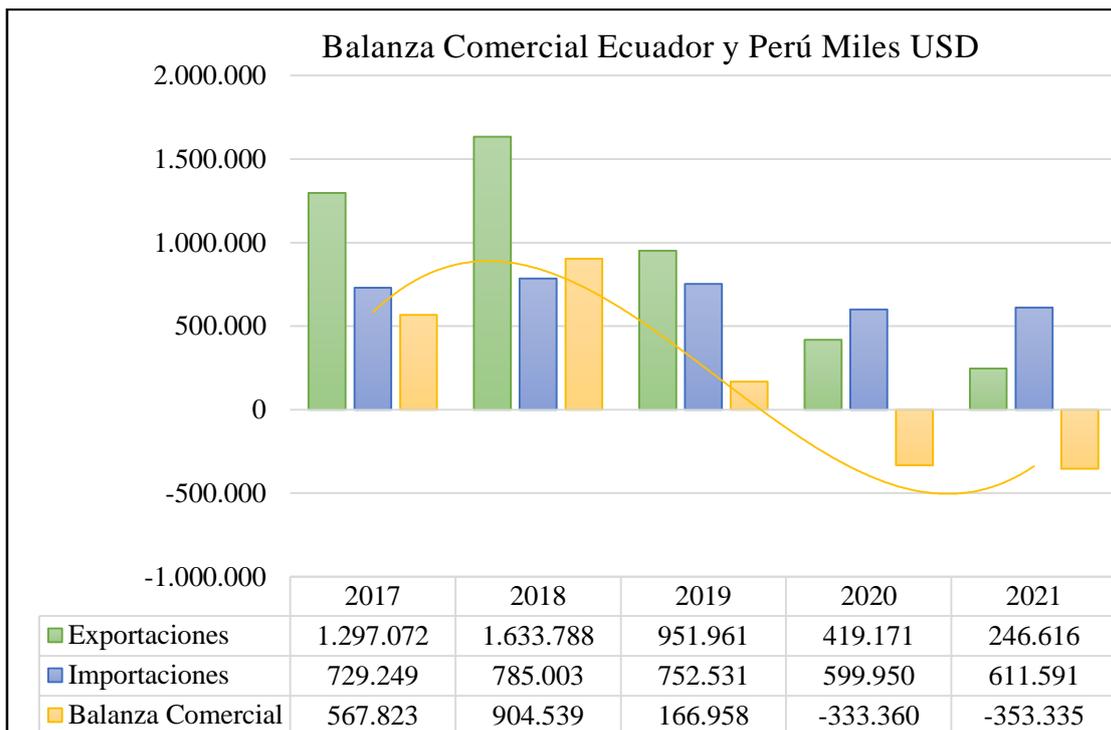


Figura 12. Balanza comercial Ecuador y Perú
Fuente: Trade map, 2022

La balanza comercial durante los 5 años de estudio entre Ecuador y Perú que corresponde a las importaciones y exportaciones se ha mantenido en un crecimiento constante a diferencia de los años 2020 y 2021 en los cuales existió un déficit en la comercialización tras obtener mayores importaciones que exportaciones.

3.8.1.3. Estabilidad política

Tabla 11. Estabilidad política de Hong Kong

HONG KONG						
						
Año	Índice de Estado de Derecho (-2.5 débil; 2.5 fuerte)	Índice Efectividad Gubernamental (-2.5 débil; 2.5 fuerte)	Control de la corrupción (-2.5 débil; 2.5 fuerte)	Índice de Calidad Regulatoria (-2.5 débil; 2.5 fuerte)	Índice de Estabilidad Política (-2.5 débil; 2.5 fuerte)	Índice de percepción de la Corrupción (100 = Sin corrupción)
2017	1,72	1,9	1,61	2,16	2,05	77
2018	1,77	1,9	1,68	2,23	1,95	76
2019	1,6	1,74	1,67	1,98	1,85	76
2020	1,625	1,77	1,73	2,02	1,75	75,5
2021	1,565	1,69	1,76	1,93	1,65	75
Promedio	1,66	1,80	1,69	2,06	1,85	75,90

Fuente: The Global Economy, Banco Mundial, 2022

La estabilidad política de Hong Kong, presenta un valor promedio de 1,85, lo que este país tiene ventaja para realizar una internacionalización de manera comercial armónica, debido a que los índices de corrupción sobrepasan la media con un promedio de 75,90 lo que quiere decir que la corrupción si ha evolucionado con el tiempo a pesar de que el gobierno si da prioridad a su resolución, por otra parte de los datos analizados

anteriormente, Hong Kong es un país que más ventaja tiene en estabilidad política tomando en cuenta los valores promedios de cada indicador que presentan oportunidades para estrechar lazos comerciales que beneficien a ambas partes.

Tabla 12. Estabilidad política de China.

CHINA						
						
Año	Índice de Estado de Derecho (-2.5 débil; 2.5 fuerte)	Índice Efectividad Gubernamental (-2.5 débil; 2.5 fuerte)	Control de la corrupción (-2.5 débil; 2.5 fuerte)	Índice de Calidad Regulatoria (-2.5 débil; 2.5 fuerte)	Índice de Estabilidad Política (-2.5 débil; 2.5 fuerte)	Índice de percepción de la Corrupción (100 = Sin corrupción)
2017	-0,26	0,42	-0,27	-0,15	1,1	41
2018	-0,2	0,48	-0,27	-0,19	1,17	39
2019	-0,27	0,52	-0,32	-0,24	1,12	41
2020	-0,205	0,585	-0,33	-0,205	1,25	40,5
2021	-0,21	0,635	-0,355	-0,25	1,26	40,5
Promedio	-0,25	0,47	-0,29	-0,21	1,11	40,30

Fuente: The Global Economy, Banco Mundial, 2022

China es un país que mantiene un índice de política promedio de 1,11 lo que representa su estabilidad, pero esta debajo del de **Perú** que posee un promedio de 1,37 un valor más alto, con relación al índice de percepción de la corrupción muestra un 40,30 es decir con una diferencia del 4,1, pero aun con esos valores China sigue siendo un país que tiene corrupción de bajo de la media, los criterios desarrollados en la tabla son importantes para los países porque ayudan a los exportadores, inversionistas y demás a tener una seguridad en que las transacciones comerciales tendrán rentabilidad para los negocios.

Tabla 13. Estabilidad política de Perú

PERÚ						
						
Año	Índice de Estado de Derecho (-2.5 débil; 2.5 fuerte)	Índice Efectividad Gubernamental (-2.5 débil; 2.5 fuerte)	Control de la corrupción (-2.5 débil; 2.5 fuerte)	Índice de Calidad Regulatoria (-2.5 débil; 2.5 fuerte)	Índice de Estabilidad Política (-2.5 débil; 2.5 fuerte)	Índice de percepción de la Corrupción (100 = Sin corrupción)
2017	-0,65	-0,13	-0,5	0,42	1,89	37
2018	-0,53	-0,25	-0,53	0,5	1,63	35
2019	-0,49	-0,07	-0,45	0,56	1,37	36
2020	-0,39	-0,105	-0,53	0,555	1,11	38
2021	-0,31	-0,075	-0,505	0,625	0,85	37,5

Promedio	-0,47	-0,13	-0,50	0,53	1,37	36,70
----------	-------	-------	-------	------	------	-------

Fuente: The Global Economy, Banco Mundial, 2022

Como se evidencia en la tabla anterior los factores determinantes de la estabilidad política de Perú han sido calificados de la siguiente manera con -2,5 un eslabón débil y 2.5 fuerte, de la misma manera en esta puntuación se mantiene un promedio de 1.37 lo que quiere decir que mantiene una estabilidad política de igual forma la percepción de la corrupción muestra un valor de 100 para aquellos países que mantienen 0 corrupción, para el caso de Perú mantiene una puntuación promedio de 36,70 por lo que si mantiene un nivel de corrupción por debajo de la media, estos criterios descritos anteriormente verifican como se mantiene un país cada año, de acuerdo a este análisis Perú puede ser un candidato para realizar el proceso de internacionalización de la empresa, debido a los resultados presentados.

3.8.1.4. Estabilidad del sistema bancario

Tabla 14. Estabilidad del sistema bancario

País	Sistema bancario Escala de 1 a 100	Tipos de interés del crédito bancario Porcentaje	Índice de rotación del mercado bursátil Porcentaje	Número de empresas que cotizan en Bolsa Compañías	Rentabilidad del mercado bursátil, porcentaje
PERÚ					
	17,54	14,39%	1,61%	196	0.00
CHINA					
	22,93	4,35%	223,66%	3777	8,14
HONG KONG					
	15,98	5,10%	37,19%	2272	21,98

Fuente: Banco Mundial, 2022

Un sistema bancario estable, mantiene las transacciones comerciales y económicas eficientes, por lo que promueve el desarrollo financiero de los países, que a la vez contribuyen al progreso de la sociedad, ahora bien, en la tabla presentada se puede analizar que China tiene mayor puntuación z del sistema bancario seguido de Perú y Hong

Kong, en el tipo de interés que mantiene para el acceso a créditos bancarios China mantiene un porcentaje de 4,35% se diferencia de Hong Kong con un 0,75% , en lo que respecta al índice de bursatilidad, Perú mantiene un nivel bajo con el 1,61% y China sobrepasa el 100%, de igual manera tiene un aproximado de 3777 empresas que cotizan en la bolsa y por último, Hong Kong un 21,98 de rentabilidad en el mercado bursátil, de esta manera los países de análisis presentan una oportunidad para la internacionalización de las empresas y diversificación de mercados.

3.8.1.5. Barreras arancelarias y no arancelarias

Tabla 15. Barreras Arancelarias

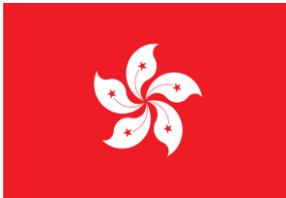
TRIBUTOS			
País	Ad-valorem	Liberación	Impuestos
PERÚ			
	Según subpartida nacional	Varía de acuerdo con el producto	IGV 18%
CHINA			
	De acuerdo con el producto	Varía de acuerdo con el producto	IVA 13%
HONG KONG			
	No impone aranceles a la entrada de las mercancías generales sobre su territorio.	Varía de acuerdo con el producto	No existe

Fuente: Santander trade, 2022

En relación con la tabla presentada, el país con mayor posibilidad de comercialización es Hong Kong porque no impone ningún tipo de arancel para las mercancías salvo para las estipuladas en la normativa que tienen relación con bebidas alcohólicas, cigarrillos etc., lo que no afecta al producto que se va a comercializar, pero cabe recalcar que lo que se busca es la oportunidad de internacionalizar la empresa y de esta manera diversificar los mercados, del mismo modo no existe una tasa de impuesto al valor agregado a diferencia de Perú y China que mantienen normativas estrictas para productos procedentes del extranjero. En Perú se denomina Impuesto General a las Ventas IGV y es demasiado alto,

por lo que resultaría una desventaja para la empresa en China se presenta como Impuesto al Valor añadido.

Tabla 16. Barreras no arancelarias

BARRERAS NO ARANCELARIAS	
<p>China</p> 	<p>Licencia de importaciones</p> <p>Restricciones e inspecciones en las importaciones</p> <p>Barreras sanitarias y fitosanitarias</p> <p>Normas técnicas y de calidad</p>
<p>Hong Kong</p> 	<p>No existen obstáculos al comercio ni contenciosos.</p>
<p>Perú</p> 	<p>Cuotas de importación</p> <p>Restricciones arancelarias</p> <p>Certificado sanitario</p> <p>Certificado de calidad</p>

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, ProEcuador, 2022

Para comercializar a nivel internacional, se debe tener en cuenta las barreras que existen en cada uno de los países de estudio, en este caso se realiza el análisis de Perú, en el cual se observa que existen ciertas barreras que suelen ser limitante al momento de incursionar en este mercado, comparando con China en donde al ingresar en este mercado, existen restricciones, registros, inspecciones e incluso autorizaciones que deben ser solicitadas con anterioridad una vez completado los documentos de la declaración aduanera, por otra parte, en Hong Kong no se presenta ningún tipo de barrera no arancelaria salvo a los impuestos que se cobran por el ingreso de las mercancías dependiendo su clasificación arancelaria.

3.8.2. Indicadores económicos

Para realizar el análisis POAM es importante desarrollar los indicadores económicos de los 3 países a fin de conocer los datos macroeconómicos de estos que a la vez permiten verificar la estabilidad económica que tiene el país.

Tabla 17. Indicadores económicos de Hong Kong

HONG KONG						
INDICADORES	2017	2018	2019	2020	2021	Tasa de crecimiento 2017-2021
PIB (miles de millones de USD)	365.784	370.967	395.666	305.996	320.937	-2,58%
PIB per cápita (USD)	49.348	49.556	52.605	49.580	51.209	0,74%
Tasa de inflación (%)	1,50%	2,40%	2,90%	0,30%	0,25%	-30,12%
Tasa de paro (% de la población activa)	3.1%	2,80%	3,00%	4,90%	3,00%	7,5%
Índice de Competitividad Global De bajo 1 a 100	79	82,25	83,14	83,1	82,25	0,81%
Índice de desempeño logístico De bajo 1 a 100	4,07	3,92	3,92	3,92	3,92	-0,75%

Fuente: Datos macro, Banco Mundial, 2022

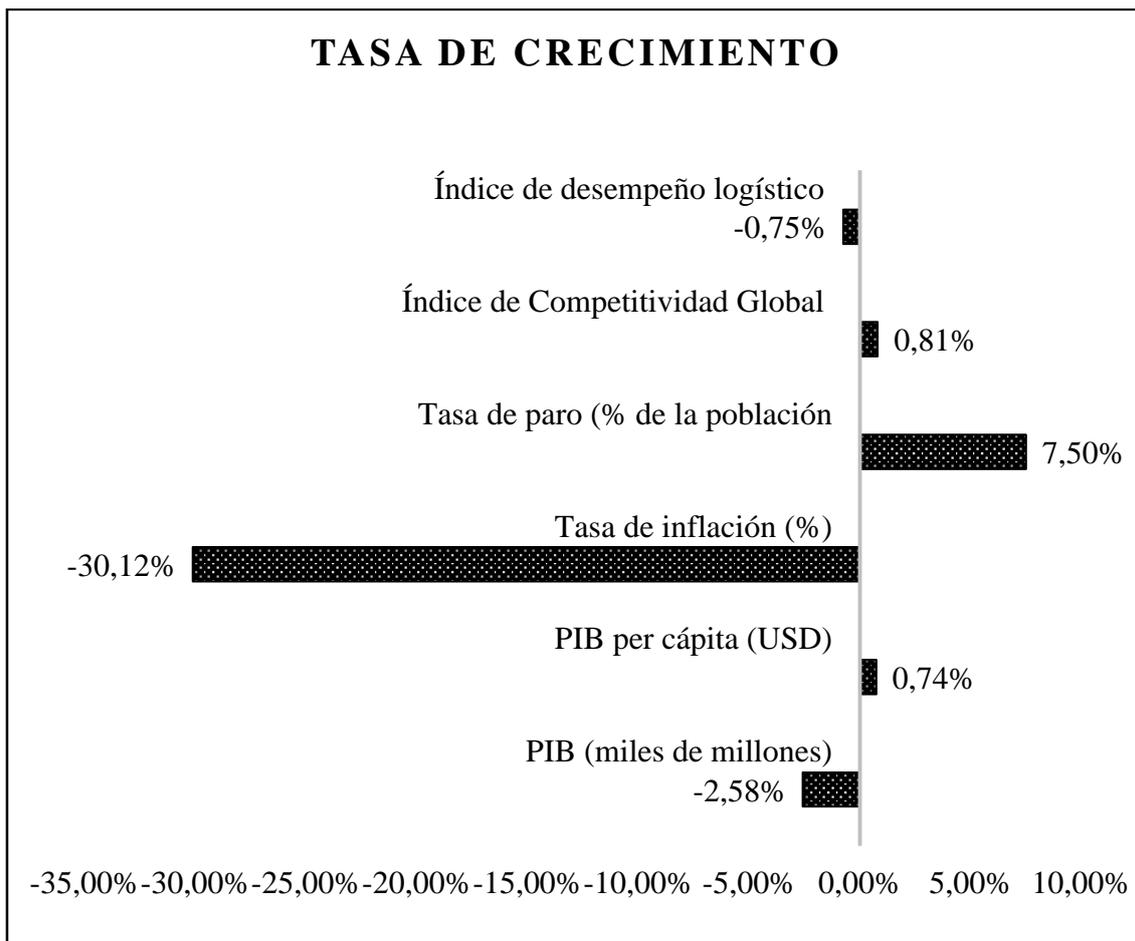


Figura 13. Tasa de crecimiento indicadores económicos China

Los indicadores económicos de Hong Kong muestran que este país podría representar oportunidades para el producto a comercializar, debido a que el PIB per cápita muestra una tasa de crecimiento del 0,81% aunque todavía el nivel es bajo, a diferencia de China y Perú que va decreciendo cada vez más, lo que significa que este país tiene un poder adquisitivo alto y las empresas van a adquirir el producto para satisfacer la demanda existente en su población, de igual manera la tasa de paro evidencia que está en constante crecimiento, lo que quiere decir que al internacionalizar generaría más fuentes de empleo para los habitantes. Hong Kong muestra ventajas para el producto.

Tabla 18. Indicadores económicos de China

CHINA						
INDICADORES	2017	2018	2019	2020	2021	Tasa de crecimiento 2017-2021

PIB (miles de millones de USD)	13.224.089	14.275.596	15.531.644	15.643.335	16.797.113	4,90%
PIB per cápita (USD)	9.513	10.229	11.093	11.173	11.963	4,69%
Tasa de inflación (%)	1,90%	1,60%	1,60%	1,60%	2%	1,03%
Tasa de paro (% de la población activa)	4,40%	3,80%	3,60%	3,80%	3,88%	-2,48%
Índice de Competitividad Global De bajo 1 a 100	71,43	72,61	74	74,76	73,9	0,68%
Índice de desempeño logístico De bajo 1 a 100	3,7	3,61	3,61	3,81	3,6	-0,49%

Fuente: Datos macro, Banco Mundial, 2022

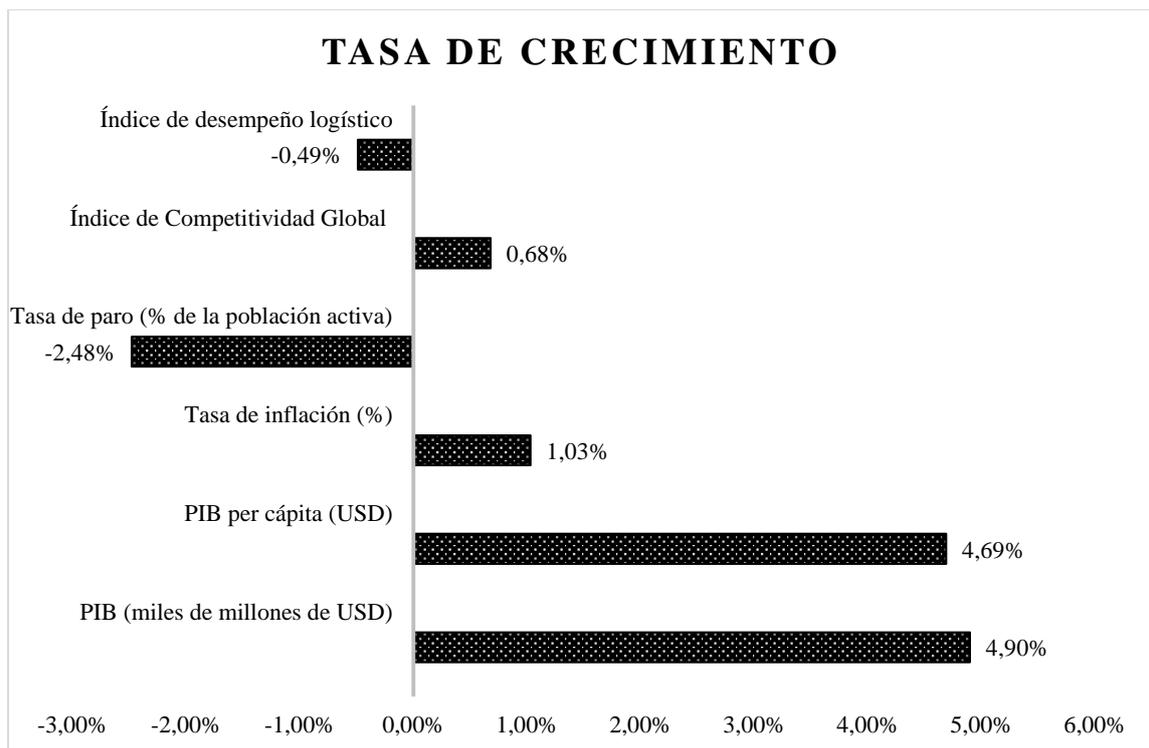


Figura 14. Tasa de crecimiento indicadores económicos China

Los indicadores económicos de China de acuerdo con la tasa de crecimiento que ha tenido muestran pocas oportunidades para que las empresas compren larva de camarón y así continuar con su proceso de crianza lo que implica también costos para la misma, aunque

el PIB supera por gran parte al de Ecuador la distancia en la que se encuentra podría ser un factor decisivo al momento de comercializar en este país, la tasa de paro de la población va decreciendo en un -2,48% a diferencia de Perú, además la tasa de inflación es de 1,03% aunque con relación a los demás países se mantiene de manera positiva a pesar de que el PIB que mantiene es uno de los más representativos a nivel internacional.

Tabla 19. Indicadores económicos de Perú

INDICADORES	PERÚ					Tasa de
	2017	2018	2019	2020	2021	crecimiento 2017-2021
PIB (miles de millones de USD)	229,85	231,25	250,02	216,41	226,495	-0,29%
PIB per cápita (USD)	7.220	7.187	7.688	6.655	6.889	-0,93%
Tasa de inflación (%)	2,80%	2,10%	1,30%	1,81%	1,06%	-17,66%
Tasa de paro (% de la población activa)	7,60%	9,00%	8,50%	8,20%	8,65%	2,62%
Índice de Competitividad Global De bajo 1 a 100	60,29	61,26	61,66	61,88	62,57	0,74%
Índice de desempeño logístico De bajo 1 a 100	2,89	2,69	2,69	2,7	2,6	-2,09%

Fuente: Datos macro, Banco Mundial, 2022

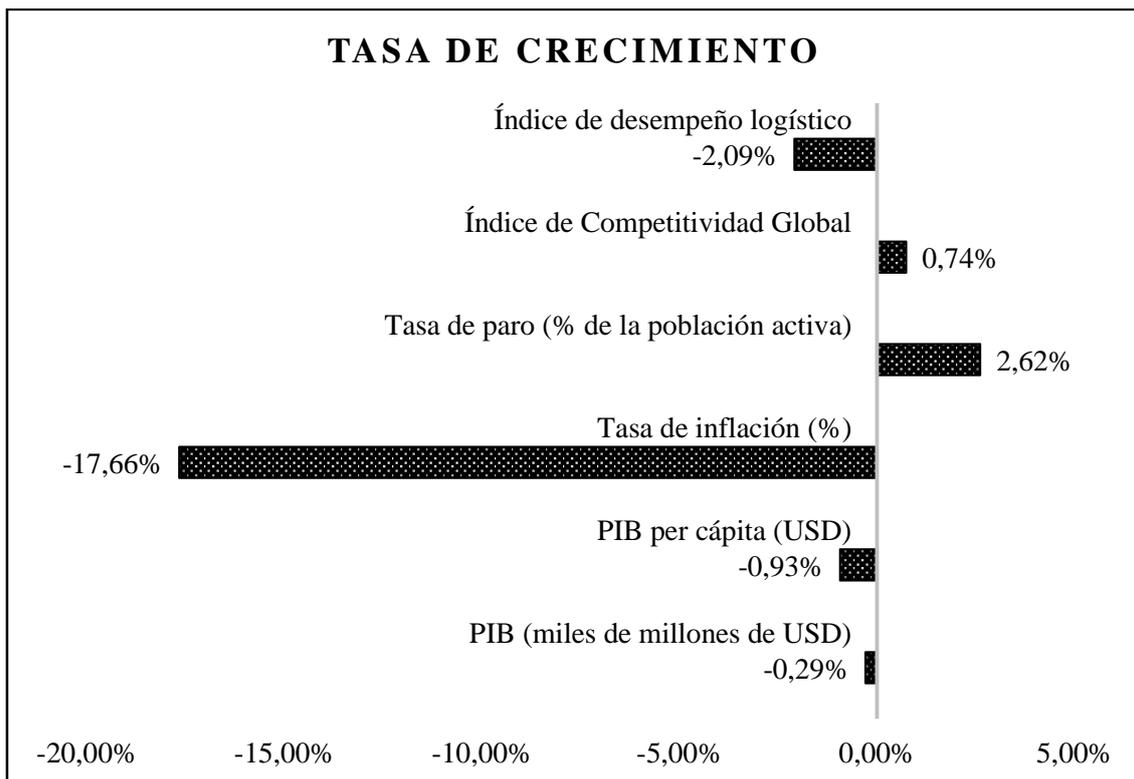
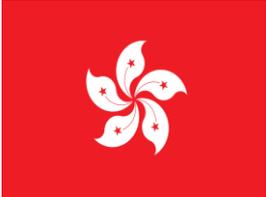


Figura 15. Tasa de crecimiento indicadores económicos Perú

Para conocer los resultados se toma en consideración indicadores económicos de Perú entre ellos el PIB el cual es importante considerar con el fin de conocer el valor total a un periodo determinado de los bienes y servicios en este caso de Perú ha mantenido una tasa de decrecimiento de -0,93% durante los últimos 5 años respectivamente, en cambio el PIB per cápita muestra una disminución del -0,38% , la tasa de inflación del -17,66%, la tasa de paro del 2,62% además el índice de competitividad se mantiene bajo, porque está en el 0,74% y por último el desempeño logístico del -2,09% todos estos indicadores de este país muestran que la economía va decreciendo en ciertos criterios, por la otra parte crecen por lo que esta sería una ventaja para las larvas de camarón.

3.8.3. Indicadores sociales

Tabla 20. Indicadores sociales

	HONG KONG	CHINA	PERÚ
DISTRIBUCIÓN POR EDAD			

0 hasta 14 Años	12,38%	17,22%	26,01%
15 hasta 24 Años	9,89%	12,32%	17,96%
25 hasta 54 Años	43,96	47,84%	40,47%
55 hasta 64 Años	16,64%	11,35%	7,95%
65 años y más	17,14%	11,27%	7,61%
Población			
masculina (en %)	46%	51%	49,67%
Población femenina (en %)	54%	49%	50,33%
Población			
Económicamente Activa PEA	3.847,65 mil	90.019.299 millones	16. 96 Millones
Tasa de desempleo	3,2%	4,37%	8,7%

Fuente: Datos macro, Banco Mundial, 2022

Los indicadores sociales muestran que existen mayor cantidad de población en las edades de 25-54 años, de la misma forma en Perú y Hong Kong existen más mujeres que hombres a diferencia de China que el 51% es población femenina de igual forma la cantidad de PEA en este país se mayor a los otros dos de análisis, por lo que sería un buen mercado potencial, debido a su población e industria, para la comercialización del producto.

Tabla 21. Población total de los países de estudio

POBLACIÓN	CHINA	HONG KONG	PERÚ
TOTAL			
2017	1.390.080.000	7.413.000	31.826.018
2018	1.395.380.000	7.486.000	32.162.184
2019	1.400.050.000	7.521.000	32.510.453
2020	1.411.718.000	7.474.000	32.625.948
2021	1.416.703.000	7.528.000	32.968.166

Fuente: Datos macro, Banco mundial, 2022

La población total en los 3 países es un factor importante a considerar para conocer el nivel de crecimiento que han surgido a través de los 5 años de estudio, por lo que es evidente que China es el más poblado a nivel mundial con una población de miles de millones de habitantes que supera a Perú y Hong Kong, de la misma manera existen grandes empresas que tienen piscinas de camarón por lo que el producto va dirigido para estas y sería acogido para continuar con su proceso de crianza y maduración.

Tabla 22. Perfil del consumidor de China

		CHINA				
Perfil de consumidor		2017	2018	2019	2020	2021
Paridad del poder adquisitivo		4,2	4,23	4,25	4,21	4,24
Gastos de consumo de los hogares		4.047.743	4.384.572	5.604.598,74	4.731.754	5.510.182
Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual, %)		9,40%	8,20%	6,40%	7,40%	6%
Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)		2.930	3.238	3.339	3.632	3.837
SMI - Salario Mínimo Interprofesional		231,61	221,8	230,64	340,57	340,08

Fuente: Datos macro, Banco mundial y Santander TRADE, 2021

El perfil del consumidor chino es un tanto atractivo, porque el gasto no tiene valores negativos y representa un promedio aproximadamente de 7,5% a 8% el último año representó un 6% debido a la pandemia sanitaria que vive el mundo actualmente lo que limitó a la compra de ciertos productos provenientes del extranjero, de igual manera el gasto en consumo de los hogares no varía de los 2000 a 3000 dólares, esto puede representar una desventaja para la comercialización del producto, por lo que no es muy distintivo de Perú, y por último el salario interprofesional para el último año fue de 340,08\$ lo que no es representativo para los hogares.

Tabla 23. Perfil del consumidor de Hong Kong

HONG KONG					
Perfil de consumidor	2017	2018	2019	2020	2021
Paridad del poder adquisitivo	6	6,1	6,2	6,3	6,4
Gastos de consumo de los hogares	228.936	247.001	251.065	268.286	279.351
Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual, %)	5,49%	5,29%	-1,09%	1%	-2%
Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)	26.105,90	27.268,26	26.769	27.936,59	27.486
SMI - Salario Mínimo Interprofesional	1142,96	1397,39	1651,82	1906,25	1.689

Fuente: Datos macro, Banco mundial y Santander TRADE, 2021

En el perfil del consumidor de Hong Kong, se presenta el gasto de consumo per cápita el cual es de 26.000 aproximadamente, lo que quiere decir que el poder adquisitivo en este país es alto, por lo que representa una oportunidad para el producto, para el año 2021 se pronosticó un salario mínimo interprofesional de 1689 dólares más alto con relación a Perú y China que están por debajo de los 400 dólares mensuales, por lo que su gasto es superior al ingreso que posee en pocas palabras su nivel de vida es costoso de igual manera para los países analizados anteriormente, pero Hong Kong es atractivo para la comercialización de larvas de camarón porque es un país que posee autonomía propia y por ende mantiene un nivel de vida mejor que los demás estudiados.

Tabla 24. Perfil del consumidor Perú

PERÚ					
Perfil de consumidor	2017	2018	2019	2020	2021
Paridad del poder adquisitivo	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7
Gastos de consumo de los hogares	135.361	141.551	146.529	154.935	160.519
Gastos de consumo de los hogares	2,64%	3,69%	2,96%	3,69%	3,9%
Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)	4.072	4.150	4.204	4.263	4.329
SMI - Salario Mínimo Interprofesional	294	290	293	281	281

Fuente: Datos macro, Banco mundial y Santander TRADE, 2021

En base a la tabla presentada, se muestra que el perfil de consumo en Perú ha tenido un crecimiento de 3,9% durante el último año, por lo que la tendencia continúa de manera positiva, a la vez, el valor per cápita está en 4329 anuales lo que este valor no representa un gasto excesivo en los hogares, el salario mínimo es muy bajo con referencia a los demás países el cual el último año decreció y se mantiene en 281\$ y es inferior al gasto per cápita, por lo que el nivel de vida es muy costoso en este país.

Tabla 25. Actividad económica realizada por sector comercial

EMPLEO POR SECTOR			
Distribución de la actividad económica	Agricultura	Industria	Servicios
PERÚ	27,37%	15,2%	57,43%
CHINA	25,33%	27,42%	47,25%
HONG KONG	0%	11%	89%

Fuente: Banco mundial, 2022

En base a la tabla anterior se identifican las actividades económicas que realizan los 3 países de estudio se toma en cuenta la agricultura, industria y servicios, por lo que cada uno de estos genera fuentes de empleo para cada país, en Perú y China se genera alrededor de 27,37% y 25,33% empleos en relación a la agricultura a diferencia de Hong Kong que se mantiene en el 0%, es decir que este sector no es fuente generadora de empleo y no es tomada en consideración, la industria en China genera mayor empleo que en Perú y en la parte de servicios Hong Kong lidera con el 89% , eso quiere decir que este sector ha incrementado el trabajo y así se mejora la calidad de vida para los habitantes de este país.

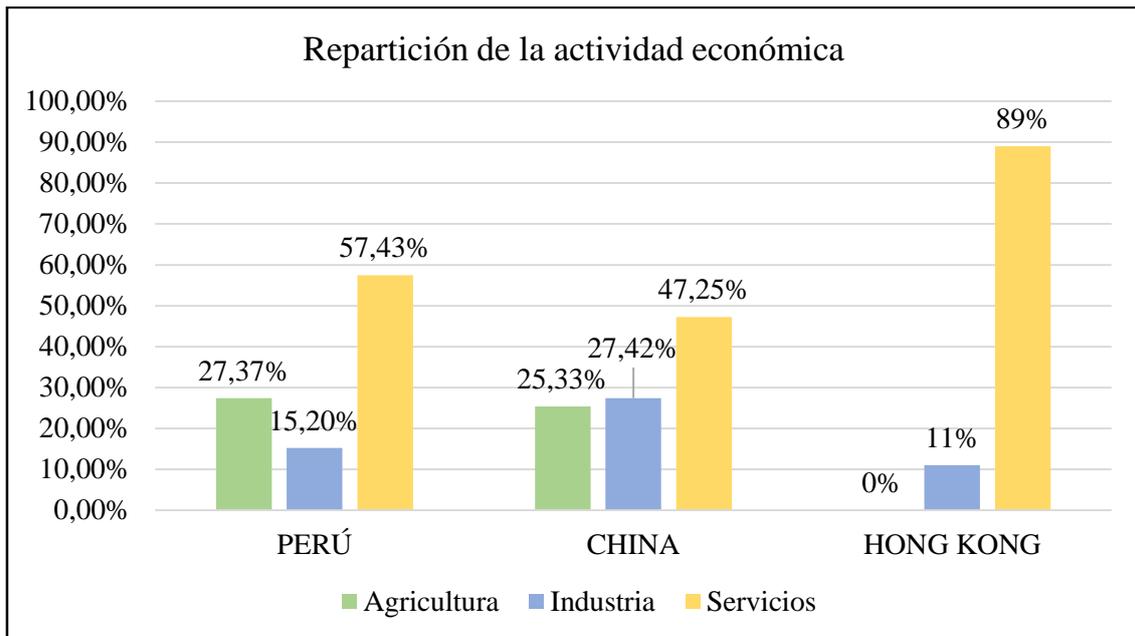


Figura 16. Repartición de la actividad económica
Fuente: Banco mundial, 2022

3.8.4. Ubicación geográfica



Figura 17. Ubicación geográfica

Al realizar el proceso de internacionalización es importante considerar la ubicación geográfica como un indicador para conocer la distancia en la que se encuentra el país, además de tener en cuenta aspectos como la zona climática, debido a que el producto es de producción inicial y por ende solo va dirigido a la zona costera para terminar con su proceso de producción.

3.8.5. Matriz del Perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM)

Tabla 26. Matriz POAM

FACTORES	PERÚ				CHINA				HONG KONG			
	OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA	
	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS
FACTORES POLÍTICOS												
Acuerdos comerciales	ALTA	3			ALTA	3			MEDIA	2		
Balanza comercial	ALTA	3			BAJA	1			BAJA	1		
Estabilidad política			BAJA	1			ALTA	3			MEDIA	2
Estabilidad del sistema bancario	MEDIA	2			MEDIA	2			BAJA	1		
Barreras arancelarias			MEDIA	2			MEDIA	2			BAJA	1
Barreras no arancelarias	MEDIA	2			BAJA	1			MEDIA	2		
	SUMA	10	SUMA	3	SUMA	7	SUMA	5	SUMA	6	SUMA	3
	PROMEDIO	1,67	PROMEDIO	0,50	PROMEDIO	1,17	PROMEDIO	0,83	PROMEDIO	1,00	PROMEDIO	0,50
	OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA	
FACTORES ECONÓMICOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS
Producto Interno Bruto (PIB)	MEDIA	2			ALTA	3			MEDIA	2		
Tasa de Crecimiento Producto Interno Bruto (PIB)	ALTA	3			ALTA	3			MEDIA	2		
Producto Interno Bruto (PIB) per cápita	BAJA	1			BAJA	1			ALTA	3		
Tasa de Inflación (Precios al consumidor)			MEDIA	2			MEDIA	2			MEDIA	2

Tasa de paro (% de la población activa)			ALTA	3			ALTA	3			BAJA	1
Índice de Competitividad Global	MEDIA	2			ALTA	3			ALTA	3		
Índice de desempeño logístico	MEDIA	2			BAJA	1			MEDIA	2		
Competitividad	ALTA	3			BAJA	1			MEDIA	2		
	SUMA	13	SUMA	5	SUMA	12	SUMA	5	SUMA	14	SUMA	3
	PROMEDIO	1,63	PROMEDIO	0,63	PROMEDIO	1,50	PROMEDIO	0,63	PROMEDIO	1,75	PROMEDIO	0,38
	OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA	
FACTORES SOCIALES	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS
Población total	MEDIA	2			ALTA	3			BAJA	1		
Población Económicamente Activa PEA	MEDIA	2			ALTA	3			BAJA	1		
Tasa de desempleo	ALTA	3			MEDIA	2			MEDIA	2		
Salario mínimo interprofesional	MEDIA	2			BAJA	1			ALTA	3		
Perfil del consumidor	MEDIA	2			MEDIA	2			ALTA	3		
Paridad del poder adquisitivo			BAJA	1			MEDIA	2			MEDIA	2
Gasto de consumo en los hogares	MEDIA	2			BAJA	1			MEDIA	2		
	SUMA	13	SUMA	1	SUMA	12	SUMA	2	SUMA	12	SUMA	2
	PROMEDIO	1,86	PROMEDIO	0,143	PROMEDIO	1,71	PROMEDIO	0,29	PROMEDIO	1,71	PROMEDIO	0,29

Tabla 27. Resumen POAM

FACTORES	PERÚ		CHINA		HONG KONG	
	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza
FACTORES POLÍTICOS	1,67	0,50	1,17	0,83	1,00	0,50
FACTORES ECONÓMICOS	1,63	0,63	1,50	0,63	1,75	0,38
FACTORES SOCIALES	1,86	0,143	1,71	0,29	1,71	0,29
SUMA	5,1	1,3	4,4	1,7	4,5	1,2
PROMEDIO	1,72	0,42	1,46	0,58	1,49	0,39
Calificación	1,29		0,88		1,10	

En la matriz POAM se presentó la calificación final en la cual Perú resultó con 1.29 en la ponderación de los factores analizados, seguido de Hong Kong con 1,10 y para finalizar China con 0,88, lo que significa que existe gran oportunidad de negocio en estos 3 países siendo los principales mercados a comercializar cabe recalcar que la calificación se otorgó por puntaje en donde 1 es el más bajo, 2 medio y 3 el más alto, para obtener el resultado, se suma los puntos, se divide para el número de indicadores y se obtiene el resultado final, se toma en cuenta el promedio para mejorar la comprensión. Entre los factores a resaltar más importantes se identifica los acuerdos comerciales que benefician, por lo que poseen grandes oportunidades en materia comercial, durante los últimos 5 años muestra un incremento en su PIB del 0,25% y un decrecimiento en la tasa de inflación, en los factores sociales se resalta el perfil del consumidor, en cada uno de los países seleccionados debido a que de este depende la oportunidad de negocio al aplicar la estrategia de internacionalización, también es necesario resaltar la excelente ubicación geográfica en la cual se encuentra el país destino y existe ventajas que ayudarán en su proceso de internacionalización, por lo que Perú agiliza los procesos de intercambio de bienes o servicios tomando en consideración la ventaja comparativa existente.

Posibilidades de mercado

La matriz POAM establece 2 posibilidades de mercado más, China y Hong Kong que considerando la ubicación geográfica y la distancia en la que se encuentran las posibilidades son limitadas.

Distancia/Tiempos:

Tabla 28. Distancia/tiempo

China	Hong Kong
Origen: Guayaquil-Ecuador	Origen: Guayaquil-Ecuador
Destino: Zonas costeras de China	Destino: Hong Kong
Tiempos: 25 horas	Tiempos: 25 horas
Velocidad media: 800 km/h	Velocidad media: 800 km/h
Porcentaje de supervivencia: 60% a 80%	Porcentaje de supervivencia: 60% a 80%

Según Macias, (2022) menciona:

Una buena supervivencia se le considera del 60% al 80% lo que se obtiene una rentabilidad satisfactoria, depende del estadio de la larva es decir que, si se encuentra de PL 12 a PL 15 el tamaño, se le aclimata a 23⁰C es válido para 15 horas de viaje en tanques de 8000 larvas en 20 litros, para más de 18 horas de viaje corre el riesgo de que el nivel de supervivencia disminuye presentando un equilibrio o una pérdida aclimatando al producto 12 horas antes a un nivel de 17⁰C, por lo que el tiempo máximo a comercializar el producto es de 24 horas considerando 4 parámetros: Temperatura, oxígeno disuelto, alimentación apropiada y la densidad acorde a los gramos. (ver anexo 17)

3.9. MERCADO DE CONSUMO

3.9.1. Realidad actual de Perú

Tabla 29. Realidad actual de Perú



INDICADORES	DETALLE
Jefe de estado	Pedro Castillo
Forma de gobierno	República unitaria, representativa, descentralizada, presidencialista
Capital	Lima
Sede de gobierno	Casa de Pizarro
Superficie territorial	1.285.216,20 km ²
Ubicación	Oeste de América del sur
Población total	32.97 millones (2020)
PIB Actual	202 miles de millones USD (2020)
PIB Per cápita actual	6,126.87 USD (2020)
Moneda	Sol peruano
Índice de desarrollo humano	IDH del Perú creció 26,8%, al ubicarse en 0,777 en 2019 (en 1990, era de 0,613).
Índice de innovación global	Perú ocupa el noveno puesto a nivel latinoamericano en el Índice Global de Innovación.
Índice de competitividad	Perú se ubica en el puesto 52° de 63 países.
Población económicamente activa	La PET al 2020 llegó a 24'912.280 personas.
Salario básico	\$289,81 (año 2020)

Fuente: Santander trade y Datos macro, 2021

3.9.2. Principales zonas costeras

Tabla 30. Zonas costeras del Perú

DEPARTAMENTO	HABITANTES	
Tumbes	237.685	1,20%
Piura	1.844.129	9,32%
Lambayeque	1.260.650	6,37%
La Libertad	1.859.640	9,40%
Áncash	1.148.634	5,81%
Callao	1.129.854	5,71%
Lima	9.674.755	48,91%
Ica	787.170	3,98%
Arequipa	1.316.000	6,65%

Moquegua	180.477	0,91%
Tacna	341.838	1,73%
Total	19780832	100,00%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e informática (INEI), 2021

Actualmente Perú tiene 11 departamentos costeros los cuales poseen diversos factores entre ellos la población en lo que sobresale lima con el 48,91% de los habitantes totales de estos departamentos, seguidos de La Libertad y Piura con el 9,40% y 9,32% respectivamente, cada uno de estos 3 tienen sus propias características por lo que al ser de la región costa se dedican a la elaboración y comercialización de productos provenientes del mar.

3.9.3. Principales ciudades con mayor población en el mercado peruano

Tabla 31. Principales departamentos del Perú

DEPARTAMENTO	HABITANTES	
Piura		
	1.844.129	9,32%
La Libertad		
	1.859.640	9,40%
		
Lima		
	9.674.755	48,91%

Fuente: Capitales, 2021

Las principales zonas costeras del Perú tienen gran importancia tanto en la economía, como en lo social y cultural, existen diversas actividades que benefician a la población y por ende el comercio con productos provenientes del mar han resultado favorables para

las empresas que incursionan en estos negocios porque amplían el panorama existente hacia un mercado internacional.

3.9.4. Análisis de la situación actual por ciudad

Tabla 32. Situación actual por ciudad

FACTORES	INDICADORES	DEPARTAMENTO DE PIURA	DEPARTAMENTO LA LIBERTAD	DEPARTAMENTO LIMA
Demográficos	Estatus social	Clase media y baja	Clase media y baja	Clase media
	Población	1.858.617 habitantes 2020	1.85.640 habitantes (2020)	9.674.755 habitantes (2020)
	Religión	Católica	Católica	Católica
Geográficos	Superficie territorial	35.892 km ²	25,256 km ²	34,802 km ²
	Clima	Normalmente posee clima cálido, desértico y oceánico su promedio es de 27 grados (2020)	un clima cálido y soleado su temperatura promedio es de 20 a 21 grados centígrados (2021)	El promedio diario aumenta de 25 °C a 27 °C y el porcentaje de tiempo (2020)
	Ubicación	Noroeste del Perú	Noroeste del Perú	Costa centro del Perú
Económicos	PIB Actual	USD 17.215 millones (2019)	USD 20.276 millones. (2019)	USD 200.550 millones (2019)
	Moneda	Sol	Sol	Sol
	Salario mínimo	227,54 al mes	227,54 al mes	227,54 al mes
Políticos	Jefe de Gobierno	Servando García Correa	Manuel Llampen Coronel	Ing. Ricardo Chavarría Oria
	Capital	Piura	Trujillo	Lima
	Partido Político	Acción Popular	Alianza para el progreso	Fuerza Regional

Fuente: INEI, 2021.

Para la segmentación del mercado, se toma en cuenta los factores demográficos, geográficos, económicos y políticos, con el fin de conocer en la posición que se encuentra cada departamento del Perú, se subdividen en indicadores que ayudan a la determinación de forma subjetiva cada uno de los sucesos que se pueden presentar en el mercado y de esta manera se pueda aplicar la estrategia más relevante que sea de ayuda para la internacionalización, se toma en consideración 3 grandes ciudades del Perú, Departamento de Piura, La Libertad y Lima para su calificación.

3.9.5. Perfil del consumidor

3.9.5.1. Factores sociales

- **Edad**

Tabla 33. Indicador: Edad

EDAD		
Piura	Departamento de Lima	La libertad
Piura está distribuida de la siguiente manera.	El departamento de Lima está distribuido de la siguiente manera:	La edad de La libertad está distribuye de la siguiente manera:
Menor a 18 años: 25%	Menor a 18 años: 28.5%	Menor a 18 años: 22.5%
18 a 24 años: 27%	18 a 24 años: 16.6%	18 a 24 años: 25.5%
25 a 44 años: 20%	25 a 44 años: 33,9%	25 a 44 años: 30.5%
45 a 64 años: 15.5%	45 a 64 años: 12,6%	45 a 64 años: 13%
65 años o más: 8.5%	65 años o más: 8,4%	65 años o más: 8.5%

Fuente: Icex, 2021

- **Género**

Tabla 34. Género

GÉNERO		
Piura	Departamento de Lima	La libertad
Piura está distribuida de la siguiente manera:	El departamento de Lima está compuesto por:	La libertad está distribuida de la siguiente manera:
Mujeres: 47% (78.100)	Mujeres: 52,1% (5.220.755)	Mujeres: 51% (910.144)
Hombres: 53% (86.525)	Hombres: 47,8% (4.783.386)	Hombres: 49% (867.976)

Fuente: INIEI, 2021.

- **Idioma**

Tabla 35. Idioma

IDIOMA		
Piura	Departamento de Lima	La libertad

El idioma oficial de Piura es español, pero hablan otras lenguas como: quechua, aymara, aymara, ashaninka.	En esta ciudad el idioma oficial es: castellano, quechua, aymara	En La Libertad el idioma oficial es el castellano es el español, pero hablan otras lenguas como el quechua y aymara.
--	--	--

Fuente: EcuRed, 2020

3.9.5.2. Factores psicográficos

- ***Gustos y preferencias***

Tabla 36. Gustos y preferencias

GUSTOS Y PREFERENCIAS		
Piura	Departamento de Lima	La libertad
De acuerdo con la ubicación geográfica los pobladores tienen amplios conocimientos en la elaboración de platos marinos, donde se utiliza en grandes cantidades para la elaboración de diferentes platos, por encontrarse en la zona costera.	En el departamento de Lima destaca el consumo de camarón en restaurantes para la elaboración de ceviches, prefieren que el camarón tenga propiedades del alto valor nutricional, además de preferir los camarones grandes.	La mayoría de los consumidores prefieren consumir el camarón en comidas para degustar en diferentes platos, por la cultura de consumo.

Fuente: Legis Comex, 2021

Tabla 37. Estilo de vida

ESTILO DE VIDA		
Piura	Departamento de Lima	La libertad
Piura se considera la de las zonas más prósperas del país. Gracias a su particular geografía, tiene un gran potencial económico. Muchas de las personas que deciden invertir en la	La deservoltura y el buen humor son los rasgos del peruano en general. Los trabajadores, aceptan fácilmente hacer bastantes horas, sin embargo, les faltan a veces rigor y la	Al encontrarse en una zona costera su estilo de vida es muy ligero, puesto que la mayoría de las familias viven del turismo, pesca y artesanías, así como el sector hotelero como de

propiedad, no solo lo hacen dedicación rara vez es parte de su principal preocupación. restaurantes, por lo que son muy amigables.

para mejorar su calidad de vida en la ciudad del eterno sol, sino porque han identificado una oportunidad de negocio, como la compra de inmuebles para su alquiler.

Fuente: BESCO, 2021

3.9.5.3. Factores de comportamiento

- ***Hábitos de compra***

Tabla 38. Hábitos de compra

HÁBITOS DE COMPRA		
Piura	Departamento de Lima	La libertad
Su comportamiento de compra se da a conciencia y bajo un criterio, pero solo el 25% de la población realiza compras por impulso.	El consumidor se caracteriza por ser exigente y racional al momento de tomar decisiones de compra. Su principal preocupación es la calidad tomando un 87% al momento de su compra, le atrae los productos extranjeros y que tengan gran publicidad.	Los consumidores realizan sus compras siempre y cuando hayan realizado una lista de cosas que necesitan para el hogar y más del 47% de la población se inclina por nuevos productos de marcas famosas.

Fuente: Legis Comex, 2021

3.9.5.4. Calificación de la ciudad destino

Tabla 39. Evaluación del segmento del mercado

Factores	PIURA		LA LIBERTAD		LIMA	
	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza
Demográficos	1,33	0,00	1,00	0,33	1,67	0,67
Geográficos	2,00	0	1,67	0,00	2,67	0,00

Económicos	0,67	0,33	1,00	0,33	1,33	0,33
Políticos	0,33	1,00	0,33	1,00	0,67	0,67
Sociales	1,33	0,67	1,67	0,33	1,33	0,67
Psicográficos	0,33	0,33	0,33	0,33	1,00	0,33
Comportamiento	0,78	0,00	0,44	0,00	1,33	0,00
SUMA	6,78	2,33	6,44	2,33	10,00	2,67
PROMEDIO	0,97	0,58	1,61	0,58	2,50	0,67
Calificación	0,38		1,03		1,83	

Para lograr una segmentación justa se realiza una ponderación de la cual se toma los factores anteriormente mencionados y se considera del 1 al 3 en donde 1 hace referencia a bajo, 2 medio y 3 alto, añadiendo factores de oportunidad y amenaza, luego de haber calificado se obtienen los siguientes resultados, la principal ciudad destino de comercialización es Lima obteniendo una calificación del 1,83 que sobresale ante los demás, Piura y La Libertad con 0,38 y 1,03 respectivamente, el departamento de Lima posee grandes oportunidades para la internacionalización, por su excelente ubicación geográfica.

3.9.6. Cobertura del proyecto

3.9.6.1. Exportaciones y proyecciones de larva de camarón de Perú

Se toma como referencia las exportaciones de la subpartida 0306.36 que ha realizado Perú;

Tabla 40. Exportaciones de larva de camarón Perú

EXPORTACIONES					
Año	Periodo (X)	Exportaciones (Y)	XY	X2	
2017	1	0	0	1	
2018	2	0	0	4	
2019	3	0	0	9	
2020	4	0	0	16	
2021	5	0	0	25	
TOTAL	15	0	0	55	

Fuente: Datos trademap, 2022

En la tabla anterior se evidencia que durante los últimos años Perú sigue manteniendo un porcentaje de 0 en sus exportaciones por lo que no ha tenido participación en los mercados internacionales, debido a que la producción de este producto es limitada y prefieren abastecerse de los demás países.

- **Pronóstico de las exportaciones de larva de camarón**

Las exportaciones de larva de camarón en Perú se han mantenido en 0 por varios años, por lo que no se puede realizar pronósticos para los próximos años.

3.9.6.2. Importaciones y pronósticos de larva de camarón de Lima

El mercado peruano presenta una tendencia positiva, por lo que ha existido mayor demanda de larva de camarón en este mercado, en el 2017 inician las importaciones de este producto, con un porcentaje sobresaliente, para el año 2021 debido a la pandemia Covid-19 las importaciones de este producto han disminuido, por otra parte, es importante considerar que al aplicar el método de mínimos cuadrados se obtendrá la ecuación para realizar las proyecciones para los siguientes años, a continuación los datos para realizar las proyecciones:

Tabla 41. Importaciones larva de camarón Perú

IMPORTACIONES				
Año	Periodo (X)	Importaciones	XY	x2
2017	1	1.526.000	1.526.000	1
2018	2	2.171.000	4.342.000	4
2019	3	2.271.000	6.813.000	9
2020	4	1.721.000	6.884.000	16
2021	5	2.093.500	10.467.500	25
TOTAL	15	9.782.500	30.032.500	55

Fuente: Datos trademap, 2022

Fórmula

$$y = a + bx$$

Ecuaciones

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{(\sum y) - b \sum x}{n}$$

Desarrollo

$$b = \frac{5(30.032.500) - (15)(9.782.500)}{5(55) - (15)^2}$$

$$b = \frac{(150.162.500) - (146.737.500)}{(275) - (225)}$$

$$b = \frac{(3.425.000)}{(50)}$$

$$b = 68.500$$

$$a = \frac{(9.782.500) - (68.500)(15)}{5}$$

$$a = \frac{(9.782.500) - (1.027.500)}{5}$$

$$a = \frac{(8.755.000)}{5}$$

$$a = 1751.000$$

Resultados:

$$Y=1.751.000+ 68.500X$$

Pronóstico de las importaciones de larva de camarón

Tabla 42. Pronóstico de las importaciones de larva de camarón.

PROYECCIONES			
Años	Periodo	Demanda	Promedio
2022	6	2.162.000	-
2023	7	2.230.500	3,17%
2024	8	2.299.000	3,07%

2025	9	2.367.500	2,98%
2026	10	2.436.000	2,89%

Luego de haber realizado los cálculos correspondientes a través del método de mínimos cuadrados se obtiene lo siguiente: $Y=1.751.000+ 68.500X$, por lo cual se reemplaza X para el siguiente periodo del 2022 hasta el 2026 dando como resultado las proyecciones de estudio en las cuales se prevé que las importaciones incrementen en promedio del 3%, así como la participación en este mercado.

3.9.6.3. Producción y pronósticos Nacional de larva de camarón

Perú mantiene una producción nacional limitada, en la siguiente tabla se puede observar los datos presentados en kilogramos de los últimos 5 años, en los cuales se evidencia una variación de crecimiento desde el 2017 hasta 2021, cabe recalcar que son datos estimados en el cual el año más rentable es 2019 con 167.192kg en la producción de larva de camarón.

Tabla 43. Producción nacional de larva de camarón

PRODUCCIÓN NACIONAL				
Año	Periodo (X)	Producción nacional (Y)	X.Y	X2
2017	1	129.392	129.392	1
2018	2	161.184	322.368	4
2019	3	135.400	406.200	9
2020	4	167.192	668.768	16
2021	5	170.196	850.980	25
TOTAL	15	763.364	2.377.708	55

Fuente: Datos FAO, 2022

Fórmula

$$y = a + bx$$

Ecuaciones

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{(\sum y) - b \sum x}{n}$$

Desarrollo

$$b = \frac{5(2.377.708) - (15)(763.364)}{5(55) - (15)^2}$$

$$b = \frac{(11.888.540) - (11.450.460)}{(275) - (225)}$$

$$b = \frac{(438.080)}{(50)}$$

$$b = 8.761,6$$

$$a = \frac{(763.364) - (8.761,6)(15)}{5}$$

$$a = \frac{(763.364) - (131.424)}{5}$$

$$a = \frac{(631.940)}{5}$$

$$a = 126.388$$

Resultados:

$$Y = 126.388 + 8761.6 X$$

Pronóstico de la producción nacional de larva de camarón

Luego de obtener los datos de la demanda, se puede realizar los pronósticos, aplicando las fórmulas correspondientes, en este caso la de mínimos cuadrados para los siguientes 5 años;

Tabla 44. Pronóstico de la producción nacional.

PRODUCCIÓN NACIONAL			
Año	Año (X)	Proyecciones	Promedio
2022	6	178.958	-

2023	7	187.719	4,90%
2024	8	196.481	4,67%
2025	9	205.242	4,46%
2026	10	214.004	4,27%

Los datos presentados en la tabla anterior se adquirieron al reemplazar la fórmula que se obtuvo aplicando el modelo de mínimos cuadrados, siendo $Y = 126.388 + 8761.6 X$ en donde X se refiere a los años a proyectar.

3.9.6.4. Exportaciones de larva de camarón Lima

Tabla 45. Exportaciones de larva de camarón Lima

PERÚ			LIMA	
Años	Población	Exportaciones	Población	Exportaciones
2017	31.488.625	0	8.349.510	0
2018	31.826.018	0	8.574.974	0
2019	32.162.184	0	8.800.438	0
2020	32.510.453	0	9.025.902	0
2021	32.625.948	0	9.674.755	0

Para realizar el cálculo de las exportaciones de larva de camarón, se toma como referencia los datos de la población tanto de Perú como de Lima, y la oferta general, pero no se obtiene participación, por lo que los datos se mantienen en 0%.

3.9.6.5. Importaciones de larva de camarón Lima

Para conocer la demanda existente de los últimos 5 años, se toma como referencia los datos de la plataforma Trademap y de igual manera el número de habitantes tanto de Perú como de Lima para realizar los cálculos correspondientes que se evidencia a continuación:

Tabla 46. Importaciones de larva de camarón Lima

PERÚ			LIMA	
Años	Población	Importaciones	Población	Importaciones
2017	31.488.625	1.526.000	8.349.510	404.633,49

2018	31.826.018	2.171.000	8.574.974	584.938,67
2019	32.162.184	2.271.000	8.800.438	621.406,64
2020	32.510.453	1.721.000	9.025.902	477.802,55
2021	32.625.948	2.093.500	9.674.755	620.797,27

Fuente: Datos trademap, 2022

Tabla 47. Importaciones de Lima

AÑOS	PERIODO (X)	POBLACIÓN	IMPORTACIONES	X.Y	X2
		LIMA	(Y)		
2017	1	8.349.510	404.633,49	404.633	1
2018	2	8.574.974	584.938,67	1.169.877	4
2019	3	8.800.438	621.406,64	1.864.220	9
2020	4	9.025.902	477.802,55	1.911.210	16
2021	5	9.674.755	620.797,27	3.103.986	25
TOTAL	15	44.425.579	2.709.579	8.453.927	55

Fuente: Datos trademap, 2022

Aplicación del método de mínimos cuadrados

Fórmula

$$y = a + bx$$

Ecuaciones

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{(\sum y) - b \sum x}{n}$$

Desarrollo

$$b = \frac{5(8.453.927) - (15)(2.709.579)}{5(55) - (15)^2}$$

$$b = \frac{(42.269.635) - (40.643.685)}{(275) - (225)}$$

$$b = \frac{(1.625.950)}{(50)}$$

$$b = 32.519$$

$$a = \frac{(2.709.579) - (32.519)(15)}{5}$$

$$a = \frac{(2.709.579) - (487.785)}{5}$$

$$a = \frac{(2.221.794)}{5}$$

$$a = 444.358,8$$

Resultados:

$$Y = 444.358 + 32.519X$$

Proyecciones de importaciones en Lima

Tabla 48. Proyecciones Lima

IMPORTACIONES LIMA			
Años	Periodo	Proyección	Promedio
2022	6	639.473	-
2023	7	671.992	5,1%
2024	8	704.511	4,8%
2025	9	737.030	4,6%
2026	10	769.549	4,4%

Para conocer la proyección de la demanda, se aplica la fórmula de mínimos cuadrados, tomando como referencia para 5 años, por lo que se estima que para el año 2026 se tendrá previsto vender 769.549 kg en larva de camarón y se incremente para los siguientes años respectivamente, para que esto suceda es importante conocer el mercado y aplicar nuevas estrategias que permitan tener competitividad.

3.9.6.6. Producción de larva de camarón Lima

Tabla 49. Producción de larva de camarón Lima

Años	PERÚ		LIMA	
	Población	Producción nacional	Población	Producción nacional
2017	31.488.625	129.392	8.349.510	34.309,53
2018	31.826.018	161.184	8.574.974	43.428,26

2019	32.162.184	135.400	8.800.438	37.049,08
2020	32.510.453	167.192	9.025.902	46.417,64
2021	32.625.948	170.196	9.674.755	50.469,17

Lima es uno de los principales departamentos costeros con mayor población que se encuentra por la zona centro del Perú, la producción de este producto en este sector muestra un incremento durante los últimos 5 años siendo el año más rentable el 2021, por lo que es importante considerar, que la distribución desde esta zona al implementar una filial de producción traería consigo beneficios y ahorros en tiempo y recursos. Cabe recalcar que la producción nacional es limitada por lo que se abastecen de otros países y así satisfacer la demanda existente. En la siguiente tabla se detallan los datos para la obtención de las ecuaciones que ayudarán a establecer las proyecciones.

Tabla 50. Producción de Lima

AÑOS	PERIODO (X)	POBLACIÓN	PRODUCCIÓN (Y)	X.Y	X2
2017	1	8.349.510	34.309,53	34.309,53	1
2018	2	8.574.974	43.428,26	86.856,52	4
2019	3	8.800.438	37.049,08	111.147,24	9
2020	4	9.025.902	46.417,64	185.670,56	16
2021	5	9.674.755	50.469,17	252.345,85	25
TOTAL	15	44.425.579	211.673,68	670.329,70	55

Fórmula

$$y = a + bx$$

Ecuaciones

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{(\sum y) - b \sum x}{n}$$

Desarrollo

$$b = \frac{5(670.329,7) - (15)(211.673,68)}{5(55) - (15)^2}$$

$$b = \frac{(3.351.648,5) - (3.175.105,2)}{(275) - (225)}$$

$$b = \frac{(176.543,5)}{(50)}$$

$$b = 1.765,43$$

$$a = \frac{(211.673,68) - (1.765,43)(15)}{5}$$

$$a = \frac{(211.673,68) - (26.481,45)}{5}$$

$$a = \frac{(185.192,23)}{5}$$

$$a = 37.038,45$$

Resultados:

$$Y = 37.038,45 + 1.765,43 X$$

Proyecciones de la Producción en Lima

Tabla 51. Proyecciones de la producción en Lima

PRODUCCIÓN LIMA				
AÑOS	Periodo (X)	Proyección	Promedio	
2022	6	47.631	-	
2023	7	49.396	3,71%	
2024	8	51.162	3,57%	
2025	9	52.927	3,45%	
2026	10	54.693	3,34%	

Para el año 2026 se prevé que la producción nacional tenga un total de 54.693 kg por lo que estos datos pueden variar, además todos los demás años se mantienen en un aspecto positivo en lo que respecta a la producción, para obtener estos datos es necesario aplicar el método de mínimos cuadrados, por lo que resulta más factible al momento de proyectar

a futuro de igual forma, se obtiene los siguientes datos para el cálculo correspondiente:

$$Y = 23.365 + 5.012,6 X.$$

3.9.6.7. Producción de larva de camarón del Laboratorio LARDEMA

Tabla 52. Producción en semilla

PRODUCCIÓN EN SEMILLA		
AÑO	Periodo (X)	PRODUCCIÓN (y)
2017	1	1.974.000.000
2018	2	2.478.000.000
2019	3	2.292.000.000
2020	4	2.721.600.000
2021	5	3.660.000.000

Fuente: LARDEMA, 2022

El laboratorio Lardema tiene previsto trabajar con la producción en semilla es decir que en el módulo a implementar en el Perú será 100 a 105 millones lo cual las 300.000 larvas equivalen a 120 gramos por lo cual se aplica una regla de tres para conocer el peso en kg.

Tabla 53. Producción de la empresa Lardema

AÑO	PERIODO (X)	PRODUCCIÓN (Y)	X.Y	X ²
2017	1	789,6	789,6	1
2018	2	991,2	1.982,4	4
2019	3	916,8	2.750,4	9
2020	4	1.088,64	4.354,56	16
2021	5	1.464	7.320	25
TOTAL	15	5.250,2	17.19,96	55

En la tabla anterior se presentan datos para realizar el cálculo del método de mínimos cuadrados para desarrollar las proyecciones.

Fórmula

$$y = a + bx$$

Ecuaciones

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{(\sum y) - b \sum x}{n}$$

Desarrollo

$$b = \frac{5(17.19,96) - (15)(5.250,2)}{5(55) - (15)^2}$$

$$b = \frac{(85.985) - (78.754)}{(275) - (225)}$$

$$b = \frac{(7.231)}{(50)}$$

$$b = 144,62$$

$$a = \frac{(5.250,2) - (144,6)(15)}{5}$$

$$a = \frac{(5.250,2) - (2.169,36)}{5}$$

$$a = \frac{(3.080,9)}{5}$$

$$a = 616,18$$

Resultados:

$$Y = 616,18 + 144,62 X$$

Proyecciones de la producción en la empresa Lardema

Tabla 54. Proyecciones de la producción de la empresa Lardema

AÑO	PERIODO	PROYECCIÓN	PROMEDIO
2022	6	1.484	-
2023	7	1.629	10%
2024	8	1.773	9%
2025	9	1.918	8%
2026	10	2.062	8%

La empresa Lardema para los siguientes años presenta un incremento promedio del 10% respectivamente por lo que se espera cubrir la demanda que existe dentro del mercado dado que la empresa pretende implementar un módulo más para la producción, además que comenta que el internacionalizarse beneficiaría aún más su participación en el mercado.

3.9.6.8. Abastecimiento de demanda

Tabla 55. Cobertura del proyecto

AÑOS	PRODUCCIÓN NACIONAL	IMPORTACIONES	EXPORTACIONES	CNA	PEA Perú	REAL KG	RECOMENDADO KG	DEMANDA INSATISFECHA kg	OFERTA KG	%COBERTURA
2017	129.392	1.526.000	0,00	1.655.392,0	17.008.002	0,10	2,2	2,10	789,60	0,05%
2018	161.184	2.171.000	0,00	1.687.184,0	17.847.718	0,09	2,2	2,11	991,20	0,06%
2019	135.400	2.271.000	0,00	2.306.400,0	18.411.999	0,13	2,2	2,07	916,80	0,04%
2020	167.192	1.721.000	0,00	2.438.192,0	18.920.065	0,13	2,2	2,07	1.088,64	0,04%
2021	170.196	2.793.900	0,00	1.891.196,0	16.181.966	0,12	2,2	2,08	1.464,00	0,08%
2022	178.958	3.212.600	0,00	2.972.858,0	16.180.348	0,18	2,2	2,02	1.483,90	0,05%
2023	187.719	3.631.300	0,00	3.400.319,0	16.526.607	0,21	2,2	1,99	1.628,52	0,05%
2024	196.481	4.050.000	0,00	3.827.781,0	16.829.044	0,23	2,2	1,97	1.773,14	0,05%
2025	205.242	4.468.700	0,00	4.255.242,0	17.081.480	0,25	2,2	1,95	1.917,76	0,05%
2026	214.004	4.673.389	0,00	4.682.704,0	17.303.539	0,27	2,2	1,93	2.062,38	0,04%

Fuente: Datos trademap, 2022

El consumo recomendado según el INEI es de aproximadamente 2.2 kg por lo que a través de esto se pretende compensar la proteína, por otra parte el producto se encuentra en etapa de producción inicial y al final se obtiene un camarón juvenil, cabe destacar que el camarón es un producto con un valor elevado y al momento de cosechar se requiere de la implementación de piscinas para satisfacer la demanda diaria considerando que la población es exigente, además las empresas compran larvas de camarón con frecuencia para culminar con su proceso y así llegar al consumidor final.

3.10. EVALUACIÓN DE LA MEJOR ESTRATEGIA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN.

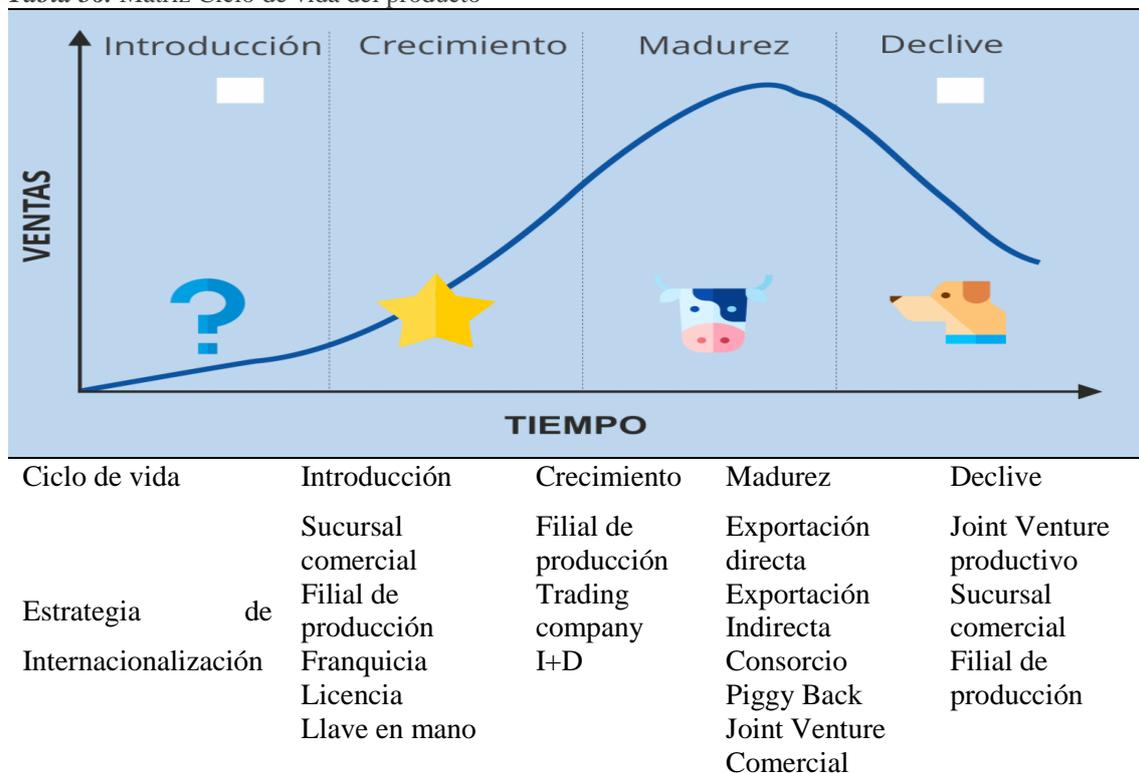
3.10.1. Análisis del ciclo de vida del producto para la internacionalización

Según Villa et al., 2015 menciona:

La empresa debe definir cómo entrará a los mercados internacionales a través del ciclo de vida del producto, del método CAGE, Modelo de las 5 fuerzas de Porter o de acuerdo con el análisis del nivel de la industria, adicionalmente, la selección del modo de entrada es decisión dinámica, por ejemplo, las licencias, franquicias, alianzas estratégicas, filiales de producción al ser de bajo riesgo son efectivos para iniciar una internacionalización (p. 423).

Por lo tanto, un análisis multivariable debe ser configurado para elegir el modo más conveniente y prometedor de entrada a los mercados internacionales, por lo que la empresa deberá enfrentar la determinación a través de un análisis complementario de acuerdo los diferentes enfoques de investigación.

Tabla 56. Matriz Ciclo de vida del producto



Fuente: Adaptado de Yi Min Shum, 2021

La Matriz anterior sobre el ciclo de vida del producto junto a las estrategias de internacionalización evidencia como se puede relacionar según la etapa en la que se encuentra el producto y la estrategia adecuada para su internacionalización, de igual forma se conoce en la siguiente tabla las formas de entrada a los mercados internacionales.

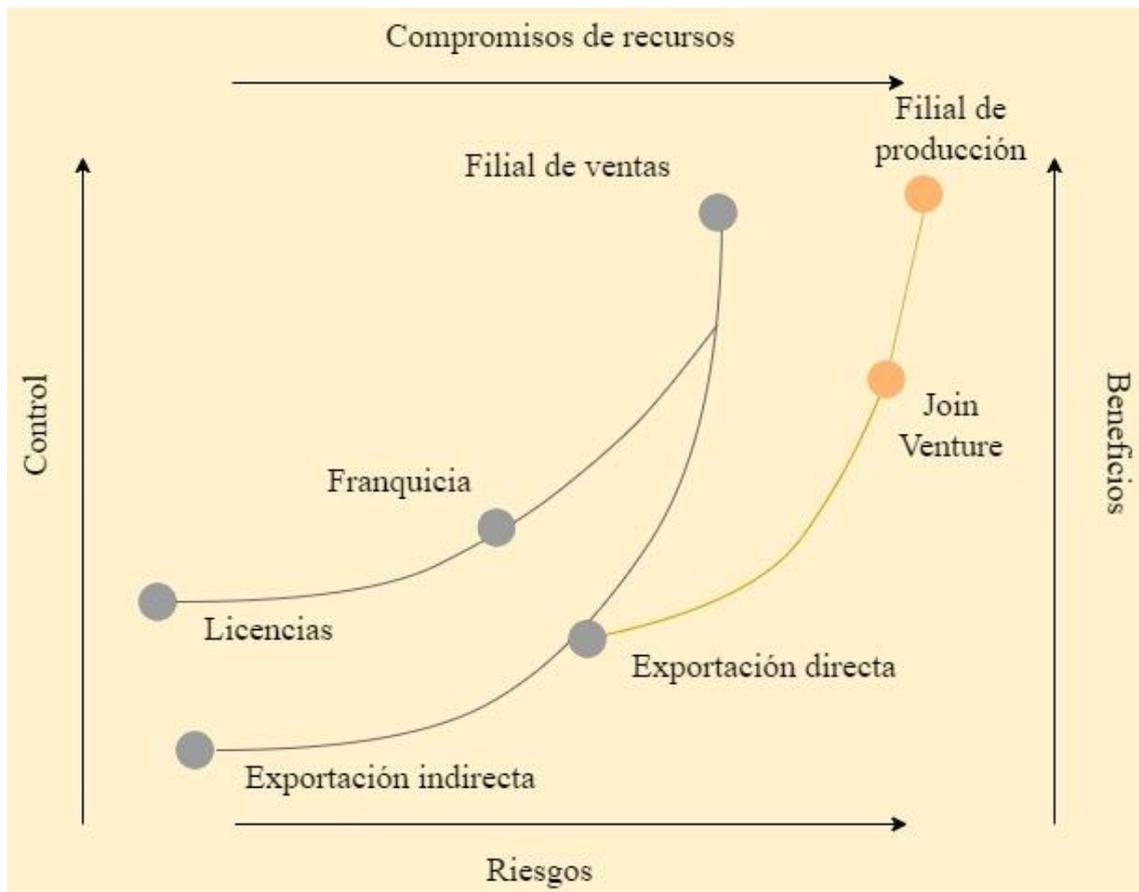


Figura 18. Alternativas de decisión
Fuente: Adaptado de: Diario del exportador

Uno de los métodos de entrada en la cual se tiene mayor control sobre el mercado considerando las alternativas de decisión son las filiales de producción en la cual la empresa puede producir con sus propios medios realizando distintas actividades además se conoce como inversión directa en el extranjero.

Fuente: Adaptado de Donoso., et al 202

La decisión del modo de entrada forma parte del factor clave de análisis, siendo una decisión estratégica adicional tras la selección del mercado y clientes potenciales (Segmento de mercado) en el extranjero, pero que está íntimamente relacionada con esta. (Rodríguez, 2017).

Tabla 57. Ciclo de vida del producto

Código	Descripción	Ventas de la empresa	Participación por producto		Ventas de los tres principales competidores		Principal competidor	Crecimiento del mercado %	Participación relativa			
27	Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ceras minerales	3.597.58	69%	Estados Unidos	14.737.58	Nigeria	553.468	Brasil	442.952	15.734.003	-37,28%	4,37
44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	199.034	4%	Chile	431.000	China	182.759	Brasil	206.687	820.446	0,00%	4,12
73	Manufacturas de fundición, de hierro o acero	201.144	4%	China	2.140.739	Estados Unidos	644.871	India	166.052	2.951.662	-10,75%	14,67
23	Residuos y desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos preparados para animales	42.000	1%	Estado Plurinacional De Bolivia	1.402.897	Estados Unidos	700.820	Paraguay	432.842	2.536.559	12,73%	60,39
26	Minerales metalíferos, escorias y cenizas	103.324	2%	Estado Plurinacional De Bolivia	41.110	Grecia	16.739	Colombia	18.869	76.718	82,18%	0,74
0306	Crustáceos, incluso pelados, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; crustáceos ahumados, incluso pelados o cocidos, antes o durante el ahumado; crustáceos sin pelar, cocidos en agua o vapor, incluso refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; harina, polvo y «pellets» de crustáceos, aptos para la alimentación humana	38.854	1%	Argentina	226.682	Chile	2.322	Islas Cook	957	229.961	6,99%	5,92

Fuente: Datos Trademap, 2022

A través de la tabla anterior se presentan los principales productos más rentables de las exportaciones que realiza Ecuador hacia Perú, considerando los 2 primeros dígitos del arancel que corresponden al capítulo, en la cual se compara con el producto a comercializar, se toman indicadores tales como; ventas de la empresa, participación del producto, los 3 principales competidores, el crecimiento del mercado y la participación relativa, en la que la suma total de los tres principales competidores del producto que más ha generado venta es del capítulo 27 con un total de 15.734.003 dado por valores monetarios, dentro de la participación relativa el que más sobresale es del capítulo 23 con un total de 60,39 comparándola con el producto a comercializar se encuentra gran diferencia porque dentro de la partida 0306 la participación del producto es del 1% y la participación relativa del 5,92 por lo que se procede a realizar la gráfica correspondiente, en la que existen 4 cuadrantes denominados de la siguiente manera; de la tasa del crecimiento con calificación alta son los que corresponden a productos estrella e interrogantes en los restantes dos están los de puntuación baja, productos vaca y productos perro.

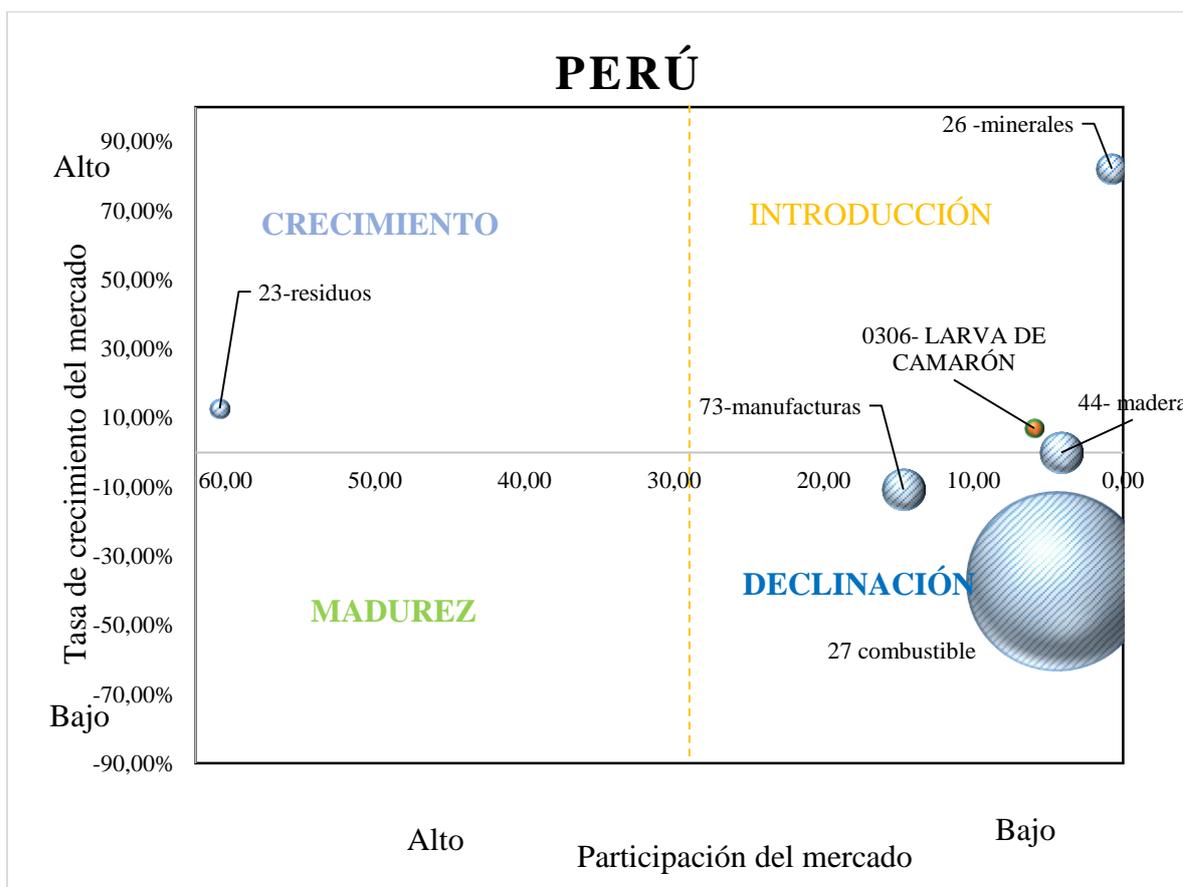


Figura 19. Ciclo de vida del producto.
Fuente: Elaboración propia

La gráfica del ciclo de vida del producto identifica cuál es la situación actual del producto a comercializar de acuerdo a los datos presentados de la larva de camarón de la partida 0306.36.11.00, se relaciona con otros 5 productos que se exportan desde Ecuador hacia Perú de los cuales se encuentran en los siguientes capítulos; 26 minerales metalíferos, 73 manufacturas de fundición, 23 industrias alimentarias, 44 madera, carbón etc., 27 combustibles minerales y se obtienen los siguientes resultados en donde una vez analizados los datos en la tabla respectiva, el producto de estudio está ubicado en el cuadrante de introducción que representa a la zona de crecimiento, por lo que sería una opción viable para la internacionalización a través de una filial de producción considerando los riesgos y beneficios a través de un análisis documental, los productos que están en introducción, son aquellos que ofrecen una alternativa de crecimiento alta para las empresas.

A continuación, se presenta una tipología de la filial de producción;

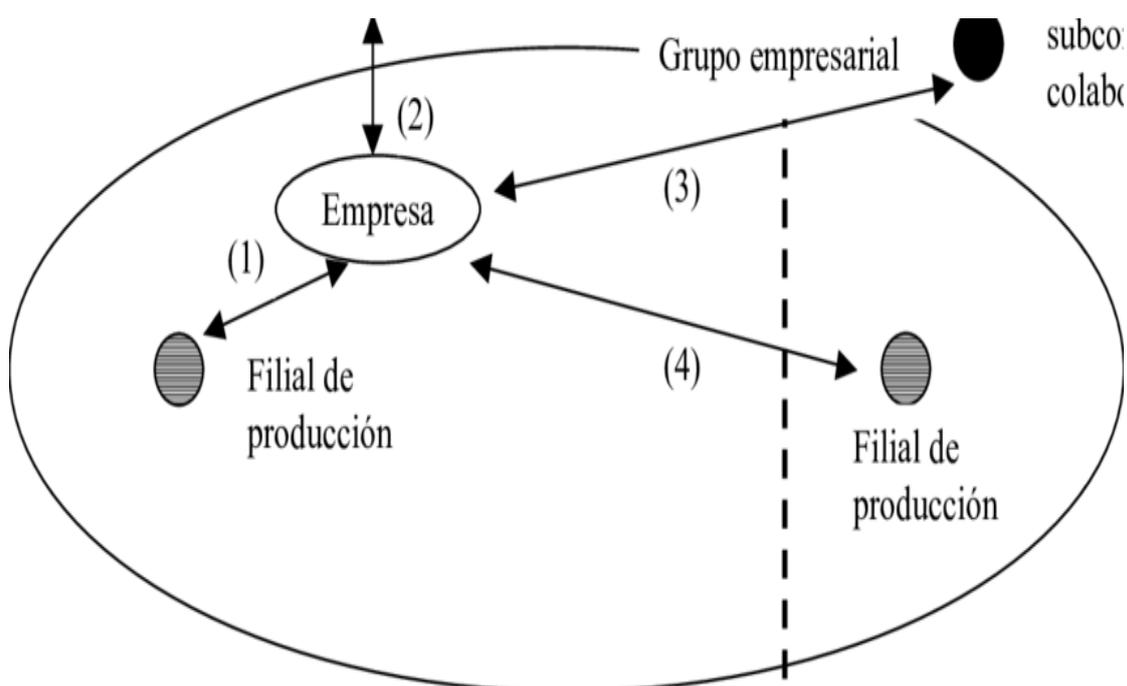


Figura 20. Tipología de la filial de producción
Fuente: Diaz, 2021.

La fragmentación de la producción es una estrategia de organización para la elaboración la cual consiste en operar en otro país bajo lineamientos estipulados por las autoridades competentes, es una forma de estrategia de organización que consiste en dividir la cadena

de valor en parámetros específicos y de igual manera interpretar cada una de ellas, lo que anteriormente se encontraban unidas en la misma ubicación, hoy en día son instalaciones más eficientes.

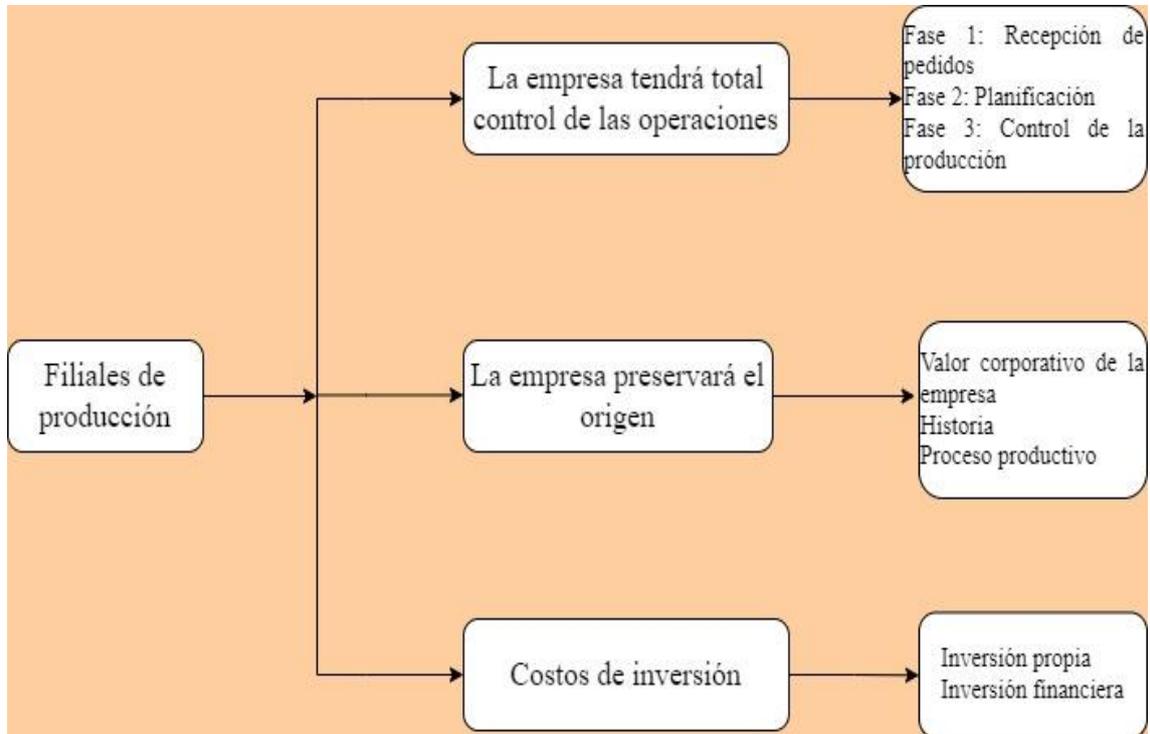


Figura 21. Creación de la filial de producción.

Las empresas al establecer una filial de producción, tendrá el control total de las operaciones con relación a la producción de larva de camarón, receptorá pedidos, además de tener una planificación durante el año y así se verificará el control de la producción a través de las áreas productivas y la aplicación del proceso de producción acuícola, sumando a esto, la empresa preservará su origen con la implementación del valor corporativo adaptando al que maneja actualmente desde su logotipo y forma de distribución del producto, su historia y la aplicación de manejos acuícolas, el costo a invertir está dividido en dos el financiado y propio.

3.10.2. Estrategias del producto

Penetración del mercado

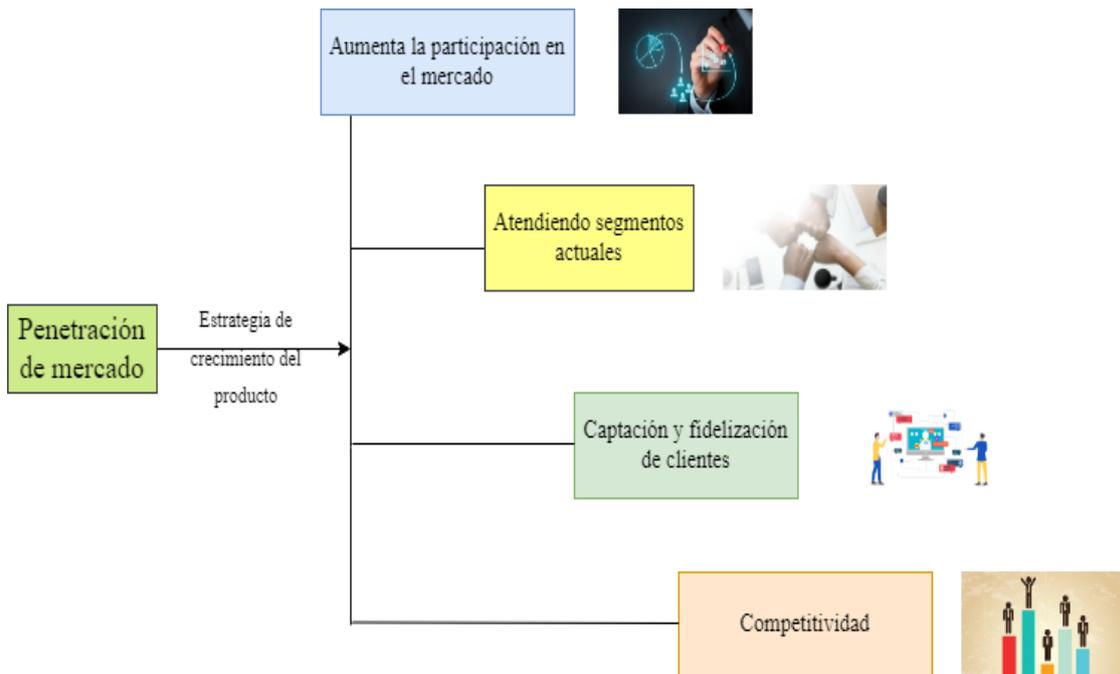


Figura 22. Penetración de mercado

Para que el producto tenga mayor reconocimiento por parte de sus consumidores se implementarán las siguientes propuestas estratégicas;

- Aumento de la participación en el mercado

Para que el producto tenga mayor participación en el mercado se deberá presentar a través de medios publicitarios tales como;

Tabla 58. Estrategias del producto

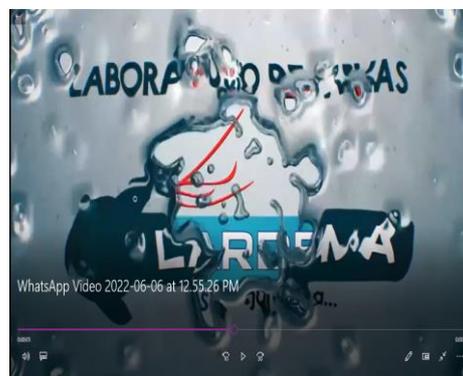
Medio Publicitario	Descripción	Imagen
Facebook	El producto tendrá mayor acogida si se presenta a través de la cuenta oficial de Facebook, en la cual se puede interactuar y preguntar sobre el manejo y la tecnificación de procesos que le da validez y respaldan la calidad de la larva de camarón.	

La página web estaría conformada bajo el dominio de: www.lardemagroup.com.ec, la regleta compuesta por: inicio, quienes somos, laboratorio y contactos. Con el fin de conocer más sobre el producto y así atraer a los clientes.



A través de videos tales como:

- Experiencia de clientes con el producto
- Sobre el proceso productivo
- Sobre el manejo y cuidado acuícola
- Sistemas de bioseguridad
- Infraestructura para la producción



- Atender segmentos actuales

En este caso se deberá considerar la segmentación del mercado peruano y acogerse a los gustos y preferencias del consumidor dentro del Departamento de Lima, tomando en cuenta los factores anteriormente mencionados como son los; sociales, psicográficos, y de comportamiento con el fin de satisfacer la demanda que presentan las empresas de la localidad.

- Captación y fidelización de clientes

Dentro de este parámetro se implementará a través de la página web y por medio de WhatsApp un buzón de quejas y sugerencias que emitirán los clientes para que el tiempo de distribución del producto este con relación a lo acordado lo que ayudará a mejorar la atención a través de las opiniones de las empresas que adquieren larva de camarón, considerando el tiempo de producción. El mantener un orden y atención adecuado

permitirá la fidelización de los compradores. También se puede considerar los siguientes puntos:

- ✓ Después de las ventas realizadas a las principales productoras de camarón en las zonas costeras de Lima se realizará un seguimiento por teléfono, email o redes sociales para conocer el porcentaje de supervivencia del producto y su rentabilidad.
- ✓ Enviar mensajes de la disponibilidad de larva de camarón y las mejoras implementadas.
- ✓ Se dará a conocer las novedades de la empresa, y los eventos a realizar como expo ferias sobre el cuidado y manejo acuícola para los laboratorios y los desafíos a los que se enfrentan.

- Competitividad

La competitividad es un medio de estrategia el cual se obtendrá a través del factor diferenciador del producto el cual se describe a continuación:

Tabla 59. Factor diferenciador

Factor diferenciador	Descripción
Costos	Al realizar la exportación del producto el precio es de aproximadamente de 2,80\$ 3\$ por las 1000 larvas, esto debido al transporte, y gastos que incurren en el proceso. en cambio, al internacionalizar los precios podrían mejorar.
Producción	Antes de cada siembra se realizará una desinfección tomando las medidas necesarias y aplicando los conocimientos existentes en el área de producción. Sembrar por tanque la cantidad necesaria para que el producto tenga un ecosistema temporal más amplio.
Calidad	La mejora genética que interviene en el proceso de producción desde la obtención de los nauplios ayuda al producto a tener mayor resistencia a enfermedades y adaptarse al clima. Análisis microscópico a través de la toma de muestra y así prevenir deformidades o enfermedades.

A través de esto el laboratorio Lardema en Lima obtendrá beneficios económicos a través de la implementación de nuevas tecnologías dentro del proceso productivo porque de esta manera se le da un valor agregado al producto y mejora el porcentaje de supervivencia manteniendo una rentabilidad satisfactoria para el cliente por lo que el mejoramiento de cada etapa genera beneficios para las empresas que se dedican a esta actividad productiva, siendo esta una de las estrategias más satisfactorias por las que optan los laboratorios, además de la implementación de blockchain, mejoramiento en la alimentación y las medidas de bioseguridad y través de estas se prevenir enfermedades tempranas así como logrando resistencia durante la cadena productiva.



Figura 23. Larva de camarón con enfermedades

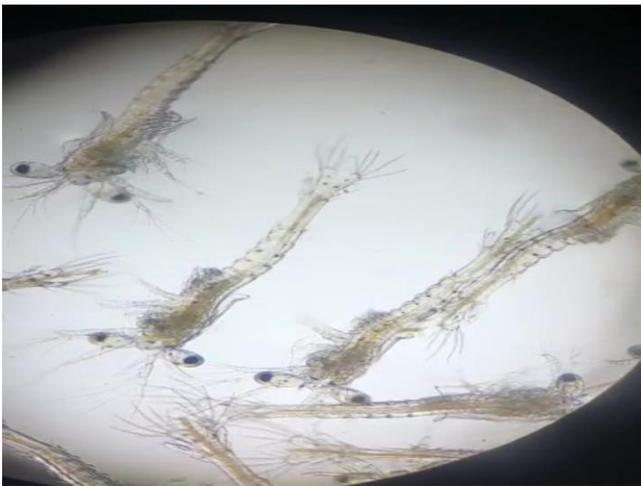


Figura 24. Larva de camarón sana

3.11. ESTUDIO TÉCNICO

3.11.1. Macro localización (país, provincia)



Figura 25. Macro localización de la empresa

Fuente: Google map, 2022.

La planta de la empresa tras la internacionalización se ubicará en Perú, departamento de Lima, al ser la capital del país ubicada en la árida costa del Pacífico. Pese a que su centro colonial se conserva, es una desbordante metrópolis y una de las ciudades más grandes de Sudamérica, en donde el comercio es dinámico.

3.11.2. Localización de la planta por el método de puntos.

Para conocer la localización en la cual estará ubicada la empresa es necesario aplicar el método por puntos en donde se especifican los criterios a considerar para implantar una empresa de igual manera se especifica un peso a cada factor para indicar la importancia cabe recalcar que se debe sumar 1, la aplicación del método se dio a través del análisis documental;

Tabla 60. Método cualitativo por puntos

N.	Factores	Criterios de localización	Peso asignado	Zona Norte		Zona centro		Zona sur		Zona Periférico	
				Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
1	Comerciales	Proximidad a las empresas	0,15	3	0,45	2	0,3	1	0,15	2	0,3
2		Proximidad con los proveedores	0,21	3	0,63	3	0,63	2	0,42	1	0,21
3		Facilidades en la comercialización	0,25	3	0,75	2	0,5	2	0,5	2	0,5
4	Laborales	Accesibilidad para el personal	0,05	2	0,1	2	0,1	2	0,1	2	0,1
5		Mano de obra disponible	0,05	5	0,25	3	0,15	2	0,1	2	0,1
6	Infraestructura	Disponibilidad de materia prima	0,04	1	0,04	1	0,04	2	0,08	2	0,08
7		Facilidades de implantación	0,07	3	0,21	2	0,14	3	0,21	2	0,14
8	Sociales	Clima	0,08	4	0,32	3	0,24	2	0,16	4	0,32
9		Seguridad	0,05	4	0,2	3	0,15	3	0,15	2	0,1
10		Potenciales riesgos sociales	0,05	4	0,2	2	0,1	1	0,05	3	0,15
Puntaje total			1		3,15		2,35		1,92		2

De acuerdo con los resultados establecidos del método cualitativo por puntos presenta la mejor ubicación para la empresa tras su internacionalización lo que da como resultado en la zona norte de Lima, para su ponderación se toma en consideración los factores claves como; comerciales, laborales, sociales, infraestructura y sociales, asignando una escala común de 1 a 10 y se califica de acuerdo con la escala designada multiplicando con el peso y de esta manera se obtiene un resultado para cada zona de ubicación, generando un total de 3,15 puntos en la zona norte seguida de la zona centro, zona periférica y zona sur con 2,35, 1,92 y 2 respectivamente, cabe recalcar que el peso se le otorga de acuerdo a la importancia que presenta cada factor, siendo los más importantes la proximidad con los proveedores con el fin de abastecerse de materia prima en tiempos acordados y de igual manera la facilidad de comercialización para tener los tiempos de entrega a tiempo.

3.11.2. Micro localización



Figura 26. Localización principal en donde se ubicará la empresa
Fuente: Google map, 2022

La empresa Lardema se ubicará en la zona norte de Lima denominada Barranca ciudad portuaria del Costa central del Perú, capital del distrito y del departamento de Lima, que al ser una zona cálida posee ventajas para la producción de larvas de camarón.

3.11.3. Propuesta de identidad empresarial

Para la implementación de la filial de producción la empresa Lardema estará operando bajo los siguientes valores corporativos

3.11.3.1. Organigrama de conformación de la empresa

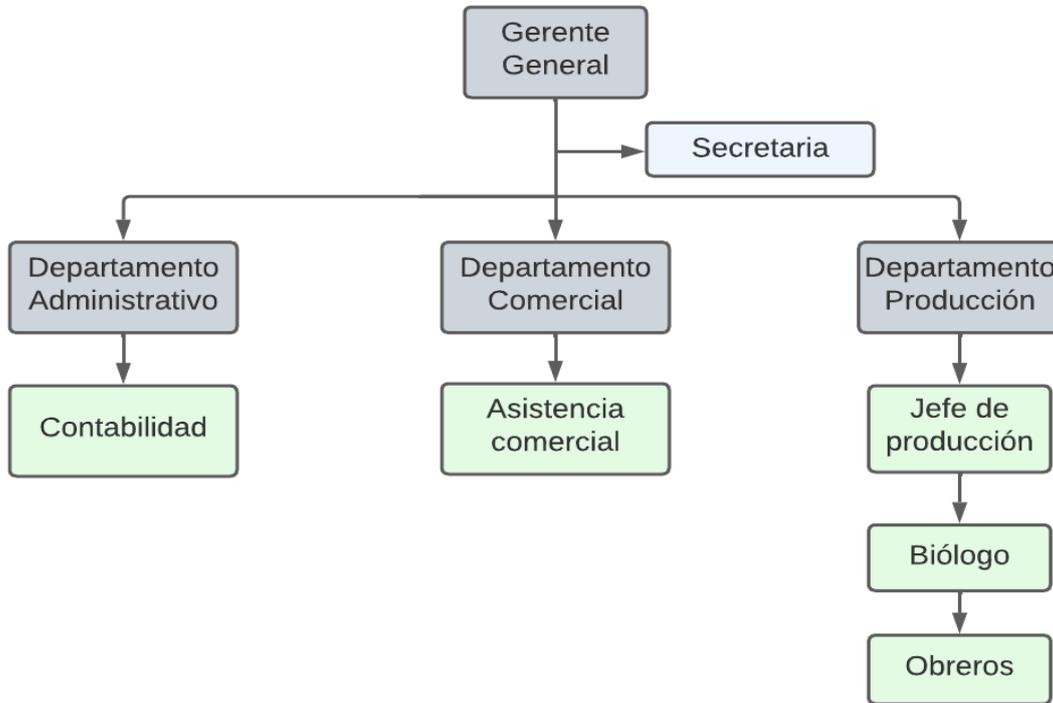


Figura 27. Organigrama de la empresa

3.11.3.2. Misión

Somos una empresa que se dedica a la producción y venta de productos larvarios de camarón, con mejora genética dentro de los procesos logrando resistencia al cambio y así satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes.

3.11.3.3. Visión

Ampliar la cartera de clientes a nivel internacional, ofreciendo larva de camarón de calidad, de esta manera obteniendo prestigio, logrando el éxito, la competitividad y rentabilidad para el crecimiento empresarial.

3.11.3.4. Valores y políticas

Se aplicarán los siguientes valores tomando en consideración los que se aplican actualmente;

Respeto: la empresa Lardema promueve el respeto entre compañeros y hacia la persona que se encuentra a cargo en este caso la máxima autoridad o gerente, tienen claro la jerarquía existente y cuál es su rol dentro de la organización

Honestidad: en la empresa es importante que cada empleado sea honesto, porque de esta manera se evidencia la lealtad, la ética y la moral con respecto a cada empleado.

Puntualidad: La puntualidad en la empresa Lardema ayuda a fortalecer la imagen de esta, porque logra mantener un prestigio y una buena cultura.

Excelencia: los trabajadores en la empresa son exigidos en dar lo mejor por parte del gerente general, porque de esta manera se ofrece un producto de calidad logrando así la excelencia y por ende a los clientes les impulsará a seguir comprando la larva de camarón

Libertad: cada empleado tiene libertad en decir y generar ideas porque en la empresa valoran la opinión como una forma de mejorar y así crear satisfacción a los clientes.

Políticas

- Aportar soluciones a cualquier situación que ocurra dentro de la organización con el fin de mejorar.
- Brindar cursos de capacitación o inducción a empleados de nuevo ingreso
- Darle bienestar y beneficios de ley a los empleados de la empresa
- Fomentar una buena cultura laboral y amigable, para el buen funcionamiento de la empresa
- Ofrecer precios accesibles a los clientes y satisfacer las necesidades que ellos presenten.

3.11.3.5. Matriz FODA

Tabla 61. Matriz FODA

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES

- Personal capacitado en el área de producción
- Conocimiento del mercado nacional
- Infraestructura propia y adecuada para la producción
- Distribución eficiente del producto
- Producto de calidad resistente a los cambios
- Limitada participación en el mercado internacional
- Desconocimiento de un estudio de mercado
- Escasa implementación de marketing publicitario
- Mantienen los mismos precios por varios años
- Desconocimiento de la identidad empresarial

FACTORES EXTERNOS

OPORTUNIDADES

- Internacionalización de la empresa
- Crecimiento de la demanda de larva de camarón en mercados internacionales
- Generar nuevos empleos con la ampliación de los laboratorios
- Incrementar la participación en el mercado
- Acceso a certificaciones internacionales

AMENAZAS

- Competidores directos de la provincia
- Pandemias/plagas
- Obstáculos para acceder al mercado internacional
- Cambios climáticos que afecten la producción de larva de camarón
- Inestabilidad política y económica

3.11.3.6. Manual de funciones

Tabla 62. Manual de funciones del Gerente General

1. Identificación del cargo	
Nombre del cargo:	Gerente General
Dependencia:	Gerencia
Número de cargos:	1
Cargo del jefe inmediato:	Gerente
2. Requisitos mínimos	
Formación	Estudios universitarios
Experiencia	Mínimo 2 años de experiencia en el cargo administrativo
3. Objetivo principal o finalidad	
	<ul style="list-style-type: none"> • La función principal del gerente de la empresa es planificar y coordinar el trabajo de cada uno de los departamentos que tiene esta, para que sea equitativo según el orden jerárquico.

4. Funciones específicas

- Supervisar cada uno de los departamentos que tiene la empresa
- Tomar las decisiones correspondientes en beneficio de la organización
- Desarrollar la planificación estratégica de la empresa con el fin de alcanzar metas
- Coordinar reuniones con el personal administrativo para resolver inconvenientes que se presenten dentro de esta.
- Crear un buen ambiente laboral y que incluya el respeto entre empleados

Tabla 63. Manual de funciones de la secretaria

1. Identificación del cargo	
Nombre del cargo:	Secretaria
Dependencia:	Gerencia
Número de cargos:	1
Cargo del jefe inmediato:	Gerente General
2. Requisitos mínimos	
Formación	Bachillerato General Unificado Estudios superiores-universidad Licenciada en Servicios gerenciales
Experiencia	1 año de experiencia en archivo, preparación de documentos con su entorno laboral y conocimiento de las TIC. Atención al cliente Manejo correcto de información.
3. Objetivo principal o finalidad	
	<ul style="list-style-type: none">• Tener la capacidad de organizar la información correspondiente y archivar en cada área de la empresa, así como redactar la correcta correspondencia y aportar con ideas en beneficio de la organización
4. Funciones específicas	
	<ul style="list-style-type: none">• Recibir la correspondencia que sea para la empresa• Entregar cheques de pagos para proveedores

- Certificar los documentos oficiales de la empresa, transcribir oficios e informes de trabajos según sea el uso.
- Atender llamadas telefónicas y brindar excelente atención al cliente
- Distribuir la información con los demás departamentos de la empresa
- Mantener un control de los insumos y equipos de la oficina de cada área administrativa
- Conocer las funciones que desempeña cada empleado en la organización.

Tabla 64. Manual de funciones del contador

1. Identificación del cargo	
Nombre del cargo:	Contador
Dependencia:	Área administrativa
Número de cargos:	1
Cargo del jefe inmediato:	Gerente General
2. Requisitos mínimos	
Formación	Bachiller en Servicios contables
	Estudios superiores en contabilidad
	Licenciado en Contabilidad
Experiencia	2 años mínimo en el área de contabilidad
	Manejo de software contable
	Declaración del Impuesto a la renta
	Elaboración de estados financieros
3. Objetivo principal o finalidad	
	<ul style="list-style-type: none"> • Administrar la información financiera de la empresa para cumplir de forma correcta con los pagos de las obligaciones tributarias que está presente de igual manera registrar los ingresos y egresos que presenta la organización para llevar un correcto control.
4. Funciones específicas	
	<ul style="list-style-type: none"> • Registrar de manera mensual los gastos realizados dentro de la empresa • Llevar un registro de pagos sobre las obligaciones tributarias que debe realizar la organización

-
- Desarrollar estados financieros que permitan a la empresa tomar decisiones correctas.
 - Verificar que el pago para los proveedores sea de manera eficiente
 - Tener un orden sobre los documentos que ingresen a la empresa (facturas, cheques, retenciones, transferencias etc.)
 - Desarrollar un sistema contable de pagos para empleados que sea útil para la empresa.
 - Manejar base de datos contables.
-

Tabla 65. Manual de funciones del asistente comercial

1. Identificación del cargo	
Nombre del cargo:	Asistente comercial
Dependencia:	Área Comercial
Número de cargos:	1
Jefe inmediato:	Gerente General
2. Requisitos mínimos	
	Bachiller
Formación	Estudios superiores-universidad Licenciado Comercial
	1 año mínimo
Experiencia	Elaboración de presupuestos Conocimiento en administración
3. Objetivo principal o finalidad	
	<ul style="list-style-type: none"> • Orientar a la empresa a cumplir con los objetivos planteados en la planificación estratégica, dentro del área comercial, realizar procesos necesarios con relación a las compras de bienes y materiales que sean de uso para la organización.
4. Funciones específicas	
	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer negociaciones para la adquisición de insumos y equipos para la organización • Evaluar cada una de las ofertas que otorguen los proveedores • Desarrollar un análisis de costos para tomar una decisión de compra en beneficio de la empresa.

- Aplicar un sistema estadístico de compras para la producción
- Implementar estrategias empresariales para sobresalir de la competencia.

Tabla 66. Manual de Funciones jefe de producción

1. Identificación del cargo	
Nombre del cargo:	Jefe de producción
Dependencia:	Área de producción
Número de cargos:	1
Jefe inmediato:	Gerente General
2. Requisitos mínimos	
Formación	Técnico en producción acuícola
Experiencia	Mínimo 2 años de experiencia en el área de producción acuícola
3. Objetivo principal o finalidad	
	<ul style="list-style-type: none"> • Designar y organizar tareas en el área de producción de la empresa para obtener un producto de calidad
4. Funciones específicas	
	<ul style="list-style-type: none"> • Abastecer de alimentos para la producción de larvas de camarón • Coordinar las tareas dentro del área de producción • Despachar el producto cuando sea requerido • Desarrollar cultivos de algas • Colocar en los tanques adecuados el nauplio para continuar con su proceso de crecimiento • Conocer las etapas del crecimiento larvario • Manejar la calidad del agua utilizada para la producción de larva de camarón • Mantener una temperatura adecuada durante la producción

Tabla 67. Manual de funciones Biólogo

1. Identificación del cargo	
Nombre del cargo:	Biólogo
Dependencia:	Área de producción
Número de cargos:	1
Jefe inmediato:	Gerente General

2. Requisitos mínimos	
Formación	Estudios superiores-universidad Licenciado en biología pesquera Mínimo 2 años de experiencia en el campo de la biología pesquera
Experiencia	Manejar técnicas de pesca Realizar análisis físicos, químicos y biológicos.
3. Objetivo principal o finalidad	
	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar la producción de larva de camarón y desarrollar pruebas microbiológicas para conocer los microorganismos que puedan perjudicar la calidad del producto.
4. Funciones específicas	
	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer cada uno de los procesos del crecimiento larval • Mantener el pH adecuado para la cría de nauplios • Establecer el alimento adecuado para el desarrollo óptimo y sobrevivencia de las larvas de camarón • Realizar pruebas de microscopio para observar el crecimiento de la larva en cada una de las etapas que está presente y verificar si existen anomalías. • Controlar la salinidad en los tanques de producción

Tabla 68. Manual de funciones Obreros

1. Identificación del cargo	
Nombre del cargo:	Obreros
Dependencia:	Área de producción
Número de cargos:	Diferentes
Jefe inmediato:	Departamento de producción, Gerente General
2. Requisitos mínimos	
Formación	Bachilleres en ciencias
Experiencia	Mínimo 1 año de experiencia en el área de cultivo de larva de camarón

3. Objetivo principal o finalidad

- Llevar a cabo las tareas designadas por el técnico de producción de manera eficiente, manteniendo un buen ambiente laboral

4. Funciones específicas

- Alimentar al producto en sus diferentes etapas larvarias
- Mantener un orden adecuado dentro de la empresa
- Cumplir con las obligaciones que han sido designadas a cada uno.
- Ayudar en los despachos correspondientes del producto.
- Limpiar las diferentes zonas de trabajo.
- Realizar el correcto mantenimiento al equipo que se utiliza en la empresa para garantizar la seguridad de cada uno de los empleados
- Desinfectar cada uno de los tanques de acuerdo con la etapa correspondiente del producto con los químicos necesarios.
- Revisar los liner en caso de que exista alguna rotura o se haya descosido la costura y avisar al supervisor a cargo.

3.11.4. Infraestructura de la empresa

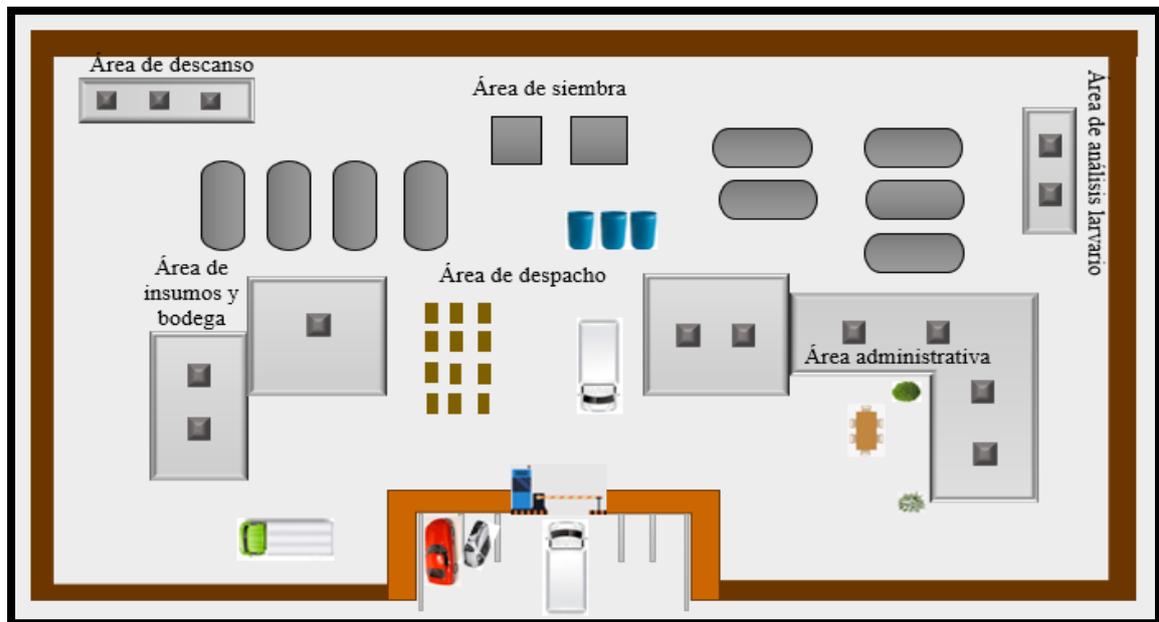


Figura 28. Prototipo de la empresa

3.11.4.1. Instalaciones y distribución de la planta

Tabla 69. Instalaciones y asignación de la planta

Forma de distribución	
Área para la producción	1 laboratorio de producción <ul style="list-style-type: none"> • Área para la siembra (reservorios de agua salada). • Área de análisis larvario
Distribución de la planta	<ul style="list-style-type: none"> • Área administrativa • Área de insumos y bodega • Área de embarque y despacho
Capacidad de producción por corrida	La empresa tiene previsto producir de 100 a 105 millones de larvas por corrida, en el módulo que se implementará en el departamento de Lima.

Fuente: Datos de la entrevista

3.11.4.2. Maquinaria operativa y equipos

En los laboratorios de la empresa Lardema se cuenta con maquinaria operativa y equipos para el funcionamiento de la producción.

Tabla 70. Maquinaria operativa y equipos

NOMBRE	CARACTERÍSTICAS FUNCIÓN	O EJEMPLO
Brower de empuje de aire	El principal funcionamiento del browser es generar oxígeno en las piscinas de larva de camarón a través del empuje de aire	
Bombas de agua	Existen varios tipos de bombas de agua, por lo que estas son seleccionadas porque proporcionan una cosecha óptima de larva de camarón	

Generadores de energía trifásico

La empresa utiliza generadores eléctricos en diferentes situaciones, esta máquina es capaz de transformar la energía mecánica a la eléctrica, siendo así provechoso para el laboratorio.



Espectrofotómetro

La función que realiza es medir cualquier sustancia que pueda poner en riesgo la producción, normalmente se puede medir nitritos, amonio, cobre, fosfatos y cloro.



Termómetro

Los laboratorios utilizan los termómetros con el fin de garantizar una adecuada aclimatación para que el producto logre su crecimiento adecuado, de esta forma se controla la temperatura tanto del agua de las piscinas como del agua en la bolsa o el recipiente en el que son transportados.



Microscopio

Por lo general los microscopios en el laboratorio son utilizados para observar el producto en todas sus etapas larvales. Porque a simple vista es casi imposible de observarlos.



Balanza grameras

En este tipo de balanzas se registran los valores en gramos. Su característica principal es la sensibilidad con la que acepta cada producto. Por lo que esta es muy sensible, y se utiliza para cantidades pequeñas.



Manguera hidráulica

La manguera hidráulica sirve para la coordinación en los tanques en donde se realiza la producción larvaria con el fin de transportar fluidos de un lugar a otro.



Oxigenómetro

En los laboratorios es importante tener en cuenta que para la comercialización de la larva se debe medir el oxígeno para que el producto pueda sobrevivir en el viaje así mismo, se deberá colocar lo suficiente.



PH metro

Este instrumento se utiliza para medir el pH del agua y que se encuentre en buenas condiciones.



3.11.5. Mapa de procesos

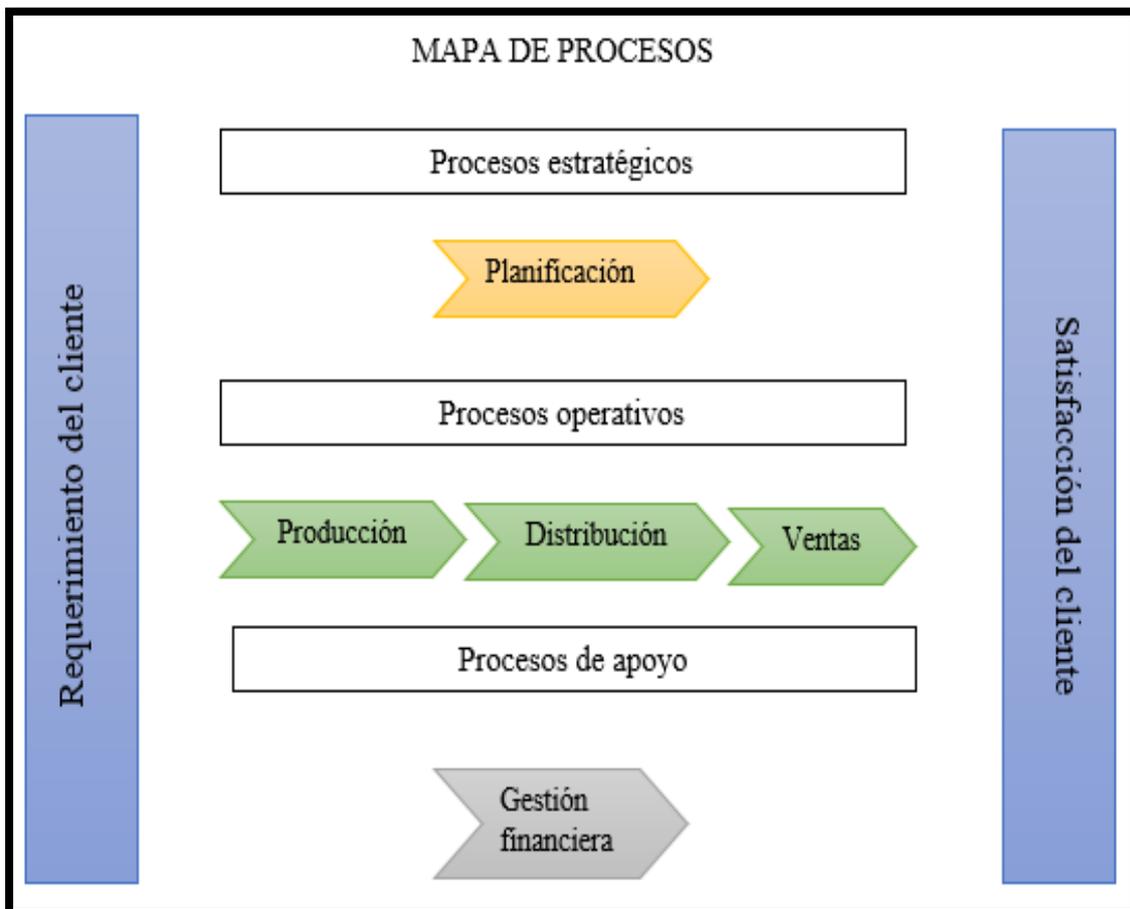


Figura 29. Mapa de procesos

3.11.5.1. Descripción de los procesos

Modelo de producción larvario

Tabla 71. Ficha de proceso de producción.

Nombre del proceso:	Producción	Código:	PD 0001
Subproceso	No aplica		
Objetivo	Controlar la producción de larva de camarón de la empresa bajo las normas acuícolas establecidas.		
Responsable	Jefe de producción		
Procedimiento	Manuales/políticas	Registros	Documentos
Recepción de materia prima	Manual de procesos de producción y manejo acuícola	Evaluación microscópica	Informes de la producción de larva de camarón
Desinfección			
Cultivo de algas			
Desinfección de tanques			
Siembra de nauplios			
Entrada	Actividades	Salida	
Requerimiento del gerente general	Desarrollar informes sobre el crecimiento del producto Designar a responsables para la evaluación microscópica Analizar el pH del agua al momento de la siembra Verificar la calidad del producto.	Informes del nivel de producción por corrida	
Indicadores			
Objetivo	Metas	Frecuencia	Responsable
Cumplimiento de los indicadores	Obtener un 80% a 90% de sobrevivencia	Mensual	Jefe de producción Biólogo

- **Flujograma de producción**

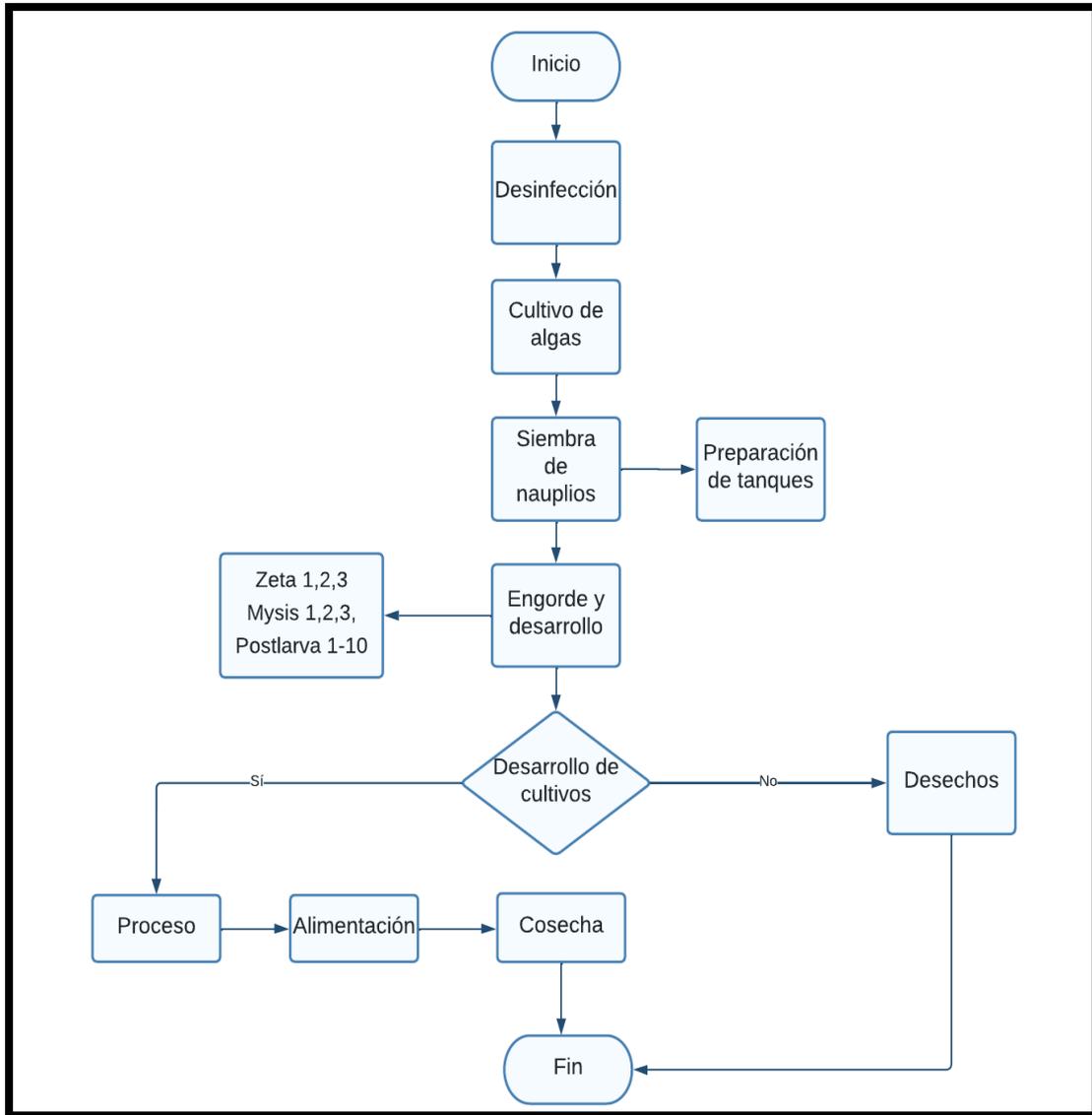


Figura 30. Flujograma de producción

Tabla 72. Descripción del proceso técnico de producción

PROCESOS	DESCRIPCIÓN
1. Desinfección	El proceso de desinfección se realiza con el fin de evitar cualquier tipo de bacterias o virus que afecten la producción, se desinfectan tuberías, tanques y el entorno.

2. Cultivo de Algas	<p>Las algas se mantienen en tanques pequeños, por lo general son llevadas desde cepas, es decir en tubos de ensayos hacía los tanques, es importante agregar que estas son el alimento principal durante la etapa larvaria.</p>
3. Proceso de preparación de tanques	<p>Para la preparación de los tanques, primero que se realiza es una curación para eliminar las impurezas de la geomembrana, se debe armar nuevamente el sistema de agua caliente, sistema de aireación, además el agua debe estar por la mitad, se coloca vitamina C, algas y otros componentes, un día antes de la siembra, esto ayuda a obtener una excelente producción.</p>
4. Siembra de los nauplios	<p>Los nauplios son la materia, se agregan de acuerdo con la capacidad que tiene cada tanque</p> <p>Posteriormente a la siembra de los nauplios, pasan por un periodo en los estadios de Zeta:</p>
5. Zeta 1,2,3	<p>Zeta 1: aproximadamente de 1 mm Zeta 2: aproximadamente de 1,7 mm Zeta 3: aproximadamente de 2,2 mm</p>
6. Mysis 1,2,3,	<p>Una vez completada la fase de zeta 1,2 y 3, pasa a la etapa de Mysis en la cual presenta una forma más similar al del camarón.</p> <p>Mysis 1: 2,8 mm aproximadamente Mysis 2: aproximadamente 3,4 mm Mysis 3: aproximadamente 4 mm</p>
7. Postlarva 1-10	<p>Posteriormente al completar la etapa de Mysis, el producto pasa a Postlarva 1 hasta llegar a postlarva 10 en el que se encuentra lista para preparar los despachos</p>

Fuente: Datos de la entrevista

3.11.5.2. Propuesta de manejo en los procesos acuícolas

Tabla 73. Producción y manejo acuícola



Se registra lo siguiente:

Evaluación microscópica

Actividad, presencia de deformidades, tamaño homogéneo, presencia de epibiontes, se verifica la opacidad muscular, y el avance del desarrollo branquial, los cambios de color, etc.

Manuales y procesos de producción

Prueba de estrés, prueba de estrés a baja salinidad.

Transporte y despacho

Manipulación y manejo cuidadoso durante su comercialización.

Procesos de bioseguridad

Aplicar medidas sanitarias, tales como la implementación del lavamanos, antes de la utilización del equipo se desinfecta, al igual que los materiales que utilizan los trabajadores, uso de tapetes y pasos sanitarios entre otras.

Distribución de empleados por área

Designación de empleados por áreas específicas según se requiera.

Calidad

Verificación de la calidad de la larva y postlarva a través de la toma de muestra, además de controlar la temperatura y la salinidad.

Fuente: Datos de la entrevista

Al establecer la filial de producción la aplicación del manejo acuícola beneficiara al laboratorio y lo hará más competitivo ante los demás, dentro de la producción y manejo acuícola se encuentra la evaluación microscópica con el fin de verificar si el producto está en buenas condiciones y así pueda ser cosechado, además se puede presenciar anomalías que se pueden tratar a tiempo, también los manuales y procesos de producción ayudan a realizar pruebas de estrés al producto a través de la toma de muestra, llevando un registro de análisis y químicos que se utilizan durante el proceso, la bioseguridad es importante para la empresa es por eso que al aplicar medidas sanitarias se preservará la calidad del producto.

3.11.6. Producto

3.11.6.1. Ficha técnica del producto

Tabla 74. Ficha técnica de la larva de camarón

FICHA TÉCNICA DE LA LARVA DE CAMARÓN

Producto específico	Larva de camarón para reproducción o cría industrial.	
Nombre científico	Litopenaeus vannamei	
Descripción del producto	El aspecto que presenta es muy parecido al que puede presentar la postlarva y camarón juvenil, se cultiva en 22 días tiene un rostro chato, se nota poco los exopoditos de la parte del tórax, pleópodos presentes.	
Características	Son alargados Tiene relación más al camarón juvenil Mayor fuerza para alimentarse.	
Uso	Continuar con el proceso de crianza hasta obtener un camarón juvenil totalmente formado y listo para su distribución	
Nombre comercial	Larva y postlarva de camarón	
Unidad de medida	Gramos	
Información nutricional	Energía: 30kj Carbohidratos: 0,06g	

Grasa: 0,12g
Sodio: 31mg
Potasio: 9mg
Proteínas: 24g
Vitaminas: B6 y B12

Presentación del producto

Cajas



Tamaño Varían entre 5 y 25 mm postlarvas

Temperatura del agua 28.5° a 31° C

Clasificación arancelaria 0306.36.11.00 Para cría o reproducción industrial

Fuente: FAO, 2021.

3.11.6.2. Marca



Figura 31. Marca

La empresa Lardema en el Perú utilizará el logotipo para vender larva o postlarva de camarón, en este se evidencia colores llamativos para sus clientes de los cuales el azul tiene un significado positivo que transmite, eficacia y tranquilidad, de igual manera el rojo presenta emoción, supervivencia y energía con la que se mantendrán cada uno de los empleados que formarán parte de la empresa, y el blanco representa la limpieza y calidad del producto que oferta.

3.11.6.3. Envase y empaque

Envase

En el envase la empresa utilizará una funda en la cual estarán especificaciones del producto de igual forma el logotipo para conocer la procedencia del producto o de que laboratorio proviene.

Tabla 75. Fundas larveras

Envase	Características
	<p>Dimensiones: Alto: 30'' - 76,2 cm Ancho: 18'' 45,72 cm</p> <p>Peso: 20,12 kg</p> <p>Cantidad: 300.000 larvas de camarón</p>

Empaque

La distribución del producto se realizará a través de un empaque de cartón el cual tiene características sobre el producto, además de conocer datos principales y esenciales que permitan una mejor comercialización.

Tabla 76. Empaque para la distribución

Empaque	Características
	<p>Dimensiones: Alto: 34 cm Ancho: 26 cm Largo: 45 cm</p> <p>Cantidad: 1 funda en cada caja</p> <p>Material: Caja</p>

3.11.6.4. Precio en el país destino

Tabla 77. Precio promedio país destino

Descripción	Valor
Siembra cada 22 días	100.000.000
Sobrevivencia	75%
Total	75.000.000
Gramos x caja	250g

Cantidad x caja	300000
Número de cajas	250
Costo por caja	600 dólares y 2262 soles
Costo por unidad	0,002 dólares y 0,0075 soles
Costo por Millar	2,85

Fuente: Datos de la entrevista

Para conocer el costo de la unidad se aplicó regla de tres con el fin de conocer el costo unitario, cabe recalcar que el precio por millar lo otorgan las entidades, cuando existe inflación los precios suben y cuando hay deflación disminuyen, es por ello por lo que se encuentran dinámicos más no estáticos.

3.11.6.5. Precio de la competencia

Tabla 78. Precio de la competencia

Razón social	Datos personales	Descripción	Precio
ACUICOLA SANTA ISABEL SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	Dir. Tumbes, Perú Tel. (51-72) 509074 / 981133327	Pesca, explotación, criaderos de peces.	2.60 dólares y 9,80 soles el millar
			
MARINASOL	Dir. Av. El Derby 250, Piso 4 Urbanización El Derby de Monterrico Santiago de Surco / Lima – Perú Tel. 51 +1) 634 7175	Empresa acuícola líder en la producción de Langostino <i>Penaeus Vannamei</i> en el Perú	\$2,65 dólares y 9.99 soles el millar
			
ECOSAC	Dir. Piura-Perú Telf. +51 73 628605	Larvas saludables y robustas	\$3,10 dólares y



11,69 soles
el millar

3.11.7. Frecuencia de compra

Para conocer la frecuencia de compra por parte de las empresas se debe considerar los estadios o etapas de crecimiento hasta que el producto se encuentre en etapa de cosecha es decir hasta que llegue a larva de camarón lo que representa un aspecto muy parecido al del camarón juvenil a esto se le denomina cosecha por corrida y cada una es de 22 días, es decir que las empresas adquieren el producto 1 vez al mes.

Tabla 79. Fase larvaria

Etapa	Duración	Parámetros de Cría	Detalles
Naupliar	18-24 horas	Temperatura 32 c	El Nauplio sale del huevo
Protozoa	3 a 4 días	Temperatura 33-34 c	En esta etapa el movimiento lo realizan con la primera y segunda antena
Mysis	4 - 6 días	Temperatura 33 c	Sus antenas se reducen, hay menor tendencia de búsqueda de luz
Larva y Postlarva	12-20 días	Temperatura 31-33 c	Muy parecido al camarón juvenil tiene entre 5 y 25 mm

Fuente: FAO, 2019

Para las empresas es necesario tener en cuenta la fase larvaria del camarón porque de esta manera conocerán el tiempo que deberán esperar para obtener el producto y continuar con el proceso de producción.

Principales compradores

- ACUACULTURA TÉCNICA INTEGRADA DEL PERU S.A.
- ACUICOLA SANTA ISABEL SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
- CCORAL S.A.
- CORMUMAR CULTIVOS MARINOS SAC
- CRIADERO LOS PACAES S A
- CRIADOR EL GUAMITO SAC
- CULTIVO COMERCIAL DEL LANGOSTINO SAC
- ECOCULTIVOS AGROACUICOLAS DEL NORTE SAC

- EMPRESA SANTA ADELA SCRL
- EXPORTACIONES LIVIAMAR S.A.C.

3.11.8. Ventajas competitivas

El análisis de la competencia es un aspecto fundamental para el seguimiento de los mercados, por lo que a través de esto se aborda la evaluación de las fortalezas y debilidades de los competidores que tiene la empresa dentro del mercado. Para conocer la competitividad de la empresa se estableció una matriz del perfil competitivo en donde se estableció los siguientes parámetros;

Tabla 80. Ventajas competitivas

	ACUICOLA SANTA ISABEL SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	MARINASOL	ECOSAC	LARDEMA
Ubicación de la empresa	La empresa se encuentra en la zona norte del Perú	Marinasol está localizada en Lima-Perú	Ecosac se encuentra en la zona norte del país	La empresa se ubicará en la zona centro del Perú en Lima
Infraestructura propia	Cuenta con infraestructura propia	La empresa posee infraestructura propia más de mil hectáreas para la producción	La infraestructura que presenta es propia	Al implementarse obtendrá infraestructura propia
Capacidad de producción	Tiene una capacidad de producir en pocas cantidades para abastecer el mercado local	Capacidad para producir de más de 200 millones de larvas	80 millones de larvas por mes	Tendrá capacidad de producir de 100 a 105 millones de larvas
Crecimiento de los beneficios	Obtiene beneficios medios	Los beneficios son elevados y la rentabilidad se mantiene creciente	Los beneficios que han obtenido son gratificantes.	A largo plazo los beneficios incrementarían.
Precios	22,60 el millar	2,65 el millar	Más de 3 dólares el millar	Según los cálculos establecidos varía de 2 a 2.40 el millar
Calidad del producto	Proveedores de larvas de calidad	Garantizan la calidad de las larvas gracias a la investigación y desarrollo	Implementación de un laboratorio que preserva la calidad del producto	Análisis larvario, determinación de enfermedades para mantener la calidad.
Certificaciones	No posee	BASC, BRGS, FRIEND OF THE SEA, HACCP.	Certificaciones que validan la operabilidad	Cuenta con certificación Global GAP
Manuales y procesos de producción	Se adhieren al Manual y Procesos de producción acuícola otorgado por la FAO	Manual y procesos de producción acuícola	Manual y procesos de producción acuícola	Manual y procesos de producción acuícola

Principales ventajas competitivas

- La ubicación en donde se encontrará la empresa Lardema cuenta con ventajas tras centrarse en la zona centro la distribución se realizaría de manera eficiente.
- Los beneficios para la empresa a largo plazo serían gratificantes porque en el Perú las empresas que se dedican a la producción de larva de camarón son escasas.
- Según un análisis documental considerando las entidades acuícolas, la empresa podría vender larvas de camarón por millar de 2 a 2.4\$
- Área de análisis larvario que permite la prevención de enfermedades del camarón a muy temprana edad.

3.11.9. Certificaciones internacionales

Aquaculture Stewardship Council (ASC)



Figura 32. Aquaculture Stewardship Council
Fuente: ASC, 2022.

El Aquaculture Stewardship Council (ASC) es la certificación líder en el mundo para productos del mar, conocido como acuicultura, y la etiqueta ASC solo aparece en alimentos de granjas que han sido evaluadas y certificadas de forma independiente como ambiental y socialmente responsables (Certificaciones ASC, 2022).

Esta certificación está dirigida para las empresas acuícolas, posee estándares estrictos por lo que al tenerla sería ventajosa para el laboratorio porque a la vez estarían verificando la calidad del producto que se comercializará dándole mayor realce y reconocimiento, por otro lado, el poseer esta certificación permitirá estar en constantes capacitaciones con el fin de prevenir enfermedades tempranas del producto a través de un análisis larvario.

Tabla 81. Certificaciones ASC

Estándares ASC

Principio Cumplimiento legal (que obedece la ley, el derecho legal de estar donde está)

Preservación del entorno natural y la biodiversidad.

Preservación de los recursos hídricos.

Preservación de la diversidad de las especies y las poblaciones salvajes (es decir, evitando fugas que pudieran suponer una amenaza para los peces salvajes).

Uso responsable de los alimentos para animales y otros recursos.

Salud animal (no se hace un uso innecesario de antibióticos y sustancias químicas).

Responsabilidad social (es decir, no hay trabajo infantil, salud y seguridad de los trabajadores, libertad de reunión, relaciones con la comunidad).

Fuente: Estándares Aquaculture Stewardship Council, 2022.

GLOBALG.A.P



Figura 33. GLOBALG.A.P.
Fuente: GLOBALG.A.P. 2022.

Para obtener la certificación GLOBAL G.A.P. los laboratorios deben de tener criterios que imponen para la Acuicultura, por ejemplo:

- Cumplir con normativa legal (Normativa que regulen la actividad comercial)
- Inocuidad alimentaria (garantizar que el producto no será malo para el consumo)
- El bienestar de los trabajadores (seguridad industrial)
- El cuidado animal (proceso de alimentación)
- El bienestar del medio ambiente (disminución del impacto ambiental).

BAP



*Figura 34. Best Aquaculture Practices
Fuente: BAP, 2022*

Cada estrella en la etiqueta BAP representa una parte diferente de la cadena de producción de los peces y mariscos cultivados. Una clasificación de 4-estrellas es la categoría más alta que se puede obtener y significa que tus pescados y mariscos han sido certificados en cada etapa de su proceso de producción (Best Aquaculture Practices, 2022).

Para la empresa el poseer la etiqueta BAP garantizará a todos los que intervienen dentro del proceso que los productos pesqueros son manejados bajo las mejores prácticas de la industria, desde la obtención de los nauplios hasta el camarón juvenil.

3.11.8. Aspectos legales para su constitución.

Las empresas que realizan la internacionalización en Perú deben seguir procesos legales que permiten su consolidación en este país, para ello se debe tomar en cuenta lo siguiente;

- Se evalúa el tipo de negocio, en este caso la Filial de producción, el capital y el financiamiento.
- Si la normativa existente en el país permite que una persona desarrolle la actividad empresarial de manera individual o en sociedad.

Asimismo, se puede constituir un negocio como Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL) o según lo que se regule en la Ley general de Sociedades pueden ser Sociedad Anónima de Responsabilidad Limitada (SARL), Sociedad Anónima Cerrada (SAC), Sociedad Anónima Abierta (SAA).

A continuación, se especifican los pasos a seguir para constituir una empresa o sociedad:

En este sentido, la empresa al no tener un accionista o socio ingresa como Empresa Individual de Responsabilidad Limitada y de esta manera constituir la filial de producción.

1. Búsqueda y reserva de nombre

Este trámite no es obligatorio, pero es recomendable para facilitar la inscripción de la empresa, debido a que ayuda a verificar si existe alguna igualdad o coincidencia con otro nombre.

Requisitos

- DNI o Pasaporte. Si el representante legal es extranjero, debe presentar su Carné de Extranjería vigente.
- Formulario de solicitud de Reserva de nombre de Persona Jurídica
- Al tener claro el tipo de empresa, se registra de forma online el nombre del negocio.
- Con el formato de presentación tras realizar la reserva online, se debe acercarse a la Oficina Registral correspondiente al domicilio de la Persona Jurídica para presentarlo y efectuar el pago correspondiente. El costo del derecho de trámite es de S/ 20.00. equivalente a \$5,19.

También se realiza de manera presencial en 4 pasos

- Busca un nombre disponible y acércate a una oficina registral de SUNARP más cercano o un Centro de Mejor Atención al Ciudadano (MAC).
- Solo se debe pagar S/5.00 equivalente a \$1,04 para conocer si el nombre de la empresa está disponible y el resultado se entrega en un promedio de 20 a 30 minutos.
- Se decide qué tipo de empresa se va a constituir, en este caso una EIRL, para ello se presenta en la SUNARP los siguientes documentos;
 - ✓ Formato de solicitud de inscripción debidamente llenado y suscrito.
 - ✓ Copia del documento de identidad del presentante, con la constancia de haber sufragado en las últimas elecciones o haber solicitado la dispensa respectiva.
 - ✓ Escritura pública otorgada personalmente por el titular.

- ✓ Pago de derechos registrales.
- ✓ Otros, según calificación registral y disposiciones vigentes.
- ✓ Costo: 1.08 % UIT por derechos de calificación (valor de la UIT en 2021 es de 4400 soles es decir \$ 1141,77)
- Realizar el pago por la reserva del nombre S/ 20.00 equivalente a \$5,19.

2. Elaborar el acto constitutivo (minuta)

A través de este documento el titular de la empresa o los miembros de la sociedad manifiestan su voluntad de constituir una persona jurídica. El acto constitutivo consta del pacto social y los estatutos. Asimismo, se nombra a los primeros administradores, de acuerdo con las características de la persona jurídica (Reglamento General de los Registros Públicos, 2021)

Requisitos

- ✓ 02 copias del DNI de cada uno de los socios y cónyuges
- ✓ Original y 02 copias de Búsqueda y reserva de nombre
- ✓ Archivo (PDF, Word, Excel) en un USB con el giro del negocio y la lista de bienes para el capital
- ✓ Formato de declaración jurada y fecha de solicitud de constitución de empresas

Pasos para seguir

- En una notaría se presentan los requisitos y se solicita el servicio de Elaboración de Acta Constitutiva.
- En un Centro de Desarrollo Empresarial (CDE) se presenta todos los requisitos y se solicita el servicio de Elaboración de Acta Constitutiva.
- En un Centro de Mejor Atención al Ciudadano (MAC) se llevan los requisitos a una de las oficinas y se solicita el servicio de Elaboración de Acta Constitutiva.

La escritura pública de la EIRL deberá contemplar lo siguiente:

- El nombre, nacionalidad, estado civil, nombre del cónyuge (si fuera casado) y domicilio del titular (otorgante).
- La voluntad del titular de constituir la empresa y de efectuar sus aportes.
- Domicilio de la empresa.
- Una denominación que permita individualizar, seguida de las palabras ‘Empresa Individual de Responsabilidad Limitada’ o de las siglas ‘EIRL’, no pudiendo

adoptar una denominación igual a la de otra persona jurídica preexistente o un nombre que cuente con reserva de preferencia registral.

- El objeto social debe señalar clara y precisamente los negocios y operaciones que lo constituyen.
- El capital de la empresa lo constituyen los bienes que se aportan y su valorización.

3. Abono de capital y bienes

Luego de solicitar la Elaboración de Acta Constitutiva, es importante seguir con este paso para lograr constituir una empresa.

Requisitos

- DNI, Pasaporte o Carné de Extranjería vigente.
- Formato de Acto Constitutivo.

Elaborarlo en 2 pasos

- Abrir una cuenta en un banco para depositar el dinero de los socios u a portantes de la empresa.
- Realizar inventario de bienes

4. Elaboración de escritura pública

Una vez que se tenga redactado el Acto Constitutivo, acercarse a un notario para que se genere la Escritura Pública, Testimonio de Sociedad o Constitución Social, que es el documento que da fe de que el Acto Constitutivo es legal. Este documento debe estar firmado y sellado por el notario y tener la firma de todos los participantes de la sociedad (Reglamento General de los Registros Públicos, 2021)

Requisitos

- DNI, Pasaporte o Carné de Extranjería vigentes.
- Formato de Acto Constitutivo.
- Depósito o Boucher de abono en dinero.

5. Inscripción en registros públicos

Una vez obtenida la Escritura Pública, es necesario llevarla a SUNARP para realizar la inscripción de la empresa en los Registros Públicos.

Este procedimiento normalmente es realizado por el notario.

La Persona Jurídica existe a partir de su inscripción en los Registros Públicos.

6. Inscripción al RUC para persona jurídica

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el número que identifica como contribuyente a una Persona Jurídica o Persona Natural.

El RUC consta de 11 números y su uso es obligatorio en toda declaración o trámite que se realice en la SUNAT.

Requisitos

- DNI, Pasaporte o Carné de Extranjería vigentes.
- Escritura Pública, Testimonio de Sociedad o Constitución Social Inscrita.
- Recibo de servicio (Luz o agua), no mayor a dos meses de antigüedad.
- Formulario N° 2119: Solicitud de Inscripción o comunicación de afectación de tributos.
- Formulario 2054: Representantes Legales, directores, Miembros Del Consejo Directivo.
- Obtener el RUC en una oficina de SUNAT o centro MAC.

Requisitos para la inscripción;

- Formato de solicitud de inscripción (formulario de distribución gratuita en las oficinas de la Sunarp) debidamente llenado y firmado por el presentante.
- Parte notarial de la escritura pública de constitución de empresa, expedida por el notario público.
- Pago de derechos registrales (Reglamento General de los Registros Públicos, 2021)

Para implementar una filial de producción en el Perú, se debe revisar el Decreto Legislativo N° 1195 - Ley General de Acuicultura y su Reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 003-2016-PRODUCE dentro del artículo 10 que corresponde a las categorías productivas específicamente en el artículo 10.2. se establece que “Acuicultura de Micro y Pequeña Empresa (AMYPE), (...) la producción anual de la AMYPE no supera las 150 toneladas brutas, (...) centros de producción de semilla, cultivo de peces ornamentales, independientemente de su volumen de producción.” (ElPeruano, 2016). Esta ley tiene por objetivo fomentar, regular y desarrollar la acuicultura dentro del país en sus diferentes

fases productivas debido a que estas son fuentes creadoras de empleo y actividad de interés, de esta manera se ayuda a la diversificación y competitividad.

Entidades que intervienen en el proceso de internacionalización

Tabla 82. Entidades que intervienen en el proceso de internacionalización

ENTIDADES	DESCRIPCIÓN
<p>Ventanilla Única de Acuicultura (VUA) Autoridad Sanitaria de Pesca de Perú (SANIPES)</p>	<p>Sistema integrado para realizar trámites pertinentes a Acuicultura</p>
<p></p>	<p>Requisitos sanitarios Establece pruebas de laboratorio</p>
<p>Declaración de Impacto Ambiental (DIA)</p>	
<p>Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental</p> <p> SEIA <small>Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental</small></p>	<p>Certificaciones ambientales Estudio del impacto ambiental</p>
<p>Autoridad Nacional del Agua (ANA)</p> <p></p>	<p>Evaluación hidrológica Ingeniería del proyecto Plan de aprovechamiento del recurso hídrico Volumen requerido en m³ Ubicación geográfica Etc.</p>
<p>Marina de Guerra del Perú a través de la Dirección General de Capitanías y Guardacostas (DICAPI).</p>	<p>Seguridad humana Preservación del medio ambiente Reprimir actos ilícitos</p>



**Servicio Nacional de Áreas Naturales
Protegidas por el Estado (SERNANP).**



**Servicio Nacional de Certificación
Ambiental para las Inversiones
Sostenibles (SENACE).**



Gobiernos Regionales.



Control y vigilancia de las actividades relacionadas con el medio acuático

Conservar las áreas protegidas
Mantener servicios ambientales
Establecen requisitos para establecer áreas de conservación.

Certificación ambiental
Estudios del impacto ambiental
Aprobar medidas operativas

Promueven el desarrollo y la inversión
Impulsan el desarrollo económico
Revisión de proyectos de inversión

Fuente: Decreto Legislativo N° 1195.

Requisitos para la internacionalización

- Conocer la categoría productiva a la que pertenece según el Reglamento de la Ley General de Acuicultura, aprobada por el Decreto Legislativo N.º 1195.
- Solicitar la certificación ambiental a través de la Declaración de Impacto Ambiental el cual aprueba el Gobierno Regional de Lima
- Gestionar a través del VUA los trámites requeridos por las autoridades competentes, en este caso; (PRODUCE, ANA, DICAPE, SANIPES, SERNANP,

SENACE Y Gobiernos Regionales), luego de cumplir con lo que demande cada entidad, se obtendrá un derecho para llevar a cabo la actividad acuícola.

- Se inicia el procedimiento con la solicitud y documentación presentada al VUA a través del servicio web, posteriormente se indica el DNI (Documento Nacional de Identidad) y el RUC (Registro Único de Contribuyentes).
- Se evalúa la solicitud acompañada de los requisitos solicitados, esto se realiza con las entidades que participan en el proceso mencionadas anteriormente.
- Luego se formula los instrumentos de gestión ambiental por parte de una entidad ante el PRODUCE todo con relación a las actividades acuícolas.
- Se otorga el derecho para el uso del área acuática esto es otorgado por el DICAPI que se tramita a través del VUA con la información pertinente solicitada por la entidad.
- Otorgamiento de licencia del uso de aguas esto depende del ANA que realiza una evaluación y solicita datos correctos y necesarios para otorgar la licencia, dependiendo el uso y el caso, sea aguas superficiales o subterráneas.
- Habilitación sanitaria de centros de cultivo a través del SANIPES, para esto se debe considerar el (PBPA) Programa de Buenas Prácticas de Acuicultura, (PHS) Programa de Higiene y Saneamiento, un diseño de distribución de instalaciones sanitarias, Planes de contingencia frente a brotes de enfermedades, Detección de residuos de medicamentos veterinarios por encima de los Límites Máximos Permisibles (LMP), establecidos en el Plan Anual de Monitoreo de Residuos del SANIPES, cuando corresponda.
- Para acceder a la actividad acuícola se requiere del permiso de una autorización o concesión dependiendo sea el caso esto a través de una Resolución Directoral, luego de cumplir con los requisitos que se señalan en el TUPA del PRODUCE o del Gobierno Regional, llegado al caso, antepuesta la certificación ambiental.
- Luego de cumplir con los requisitos se realiza el derecho a la acuicultura que es un pago anual al PRODUCE o Gobierno Regional.
- Finalmente se realiza la autorización para realizar la actividad acuícola, se deberá registrar lo demás que contempla la Ley y establecer el tipo de sociedad, en este caso Filial de producción y por ende registrarse de manera directa o designar un representante.

3.12. ESTUDIO LOGÍSTICO

3.12.1. Cadena de suministro

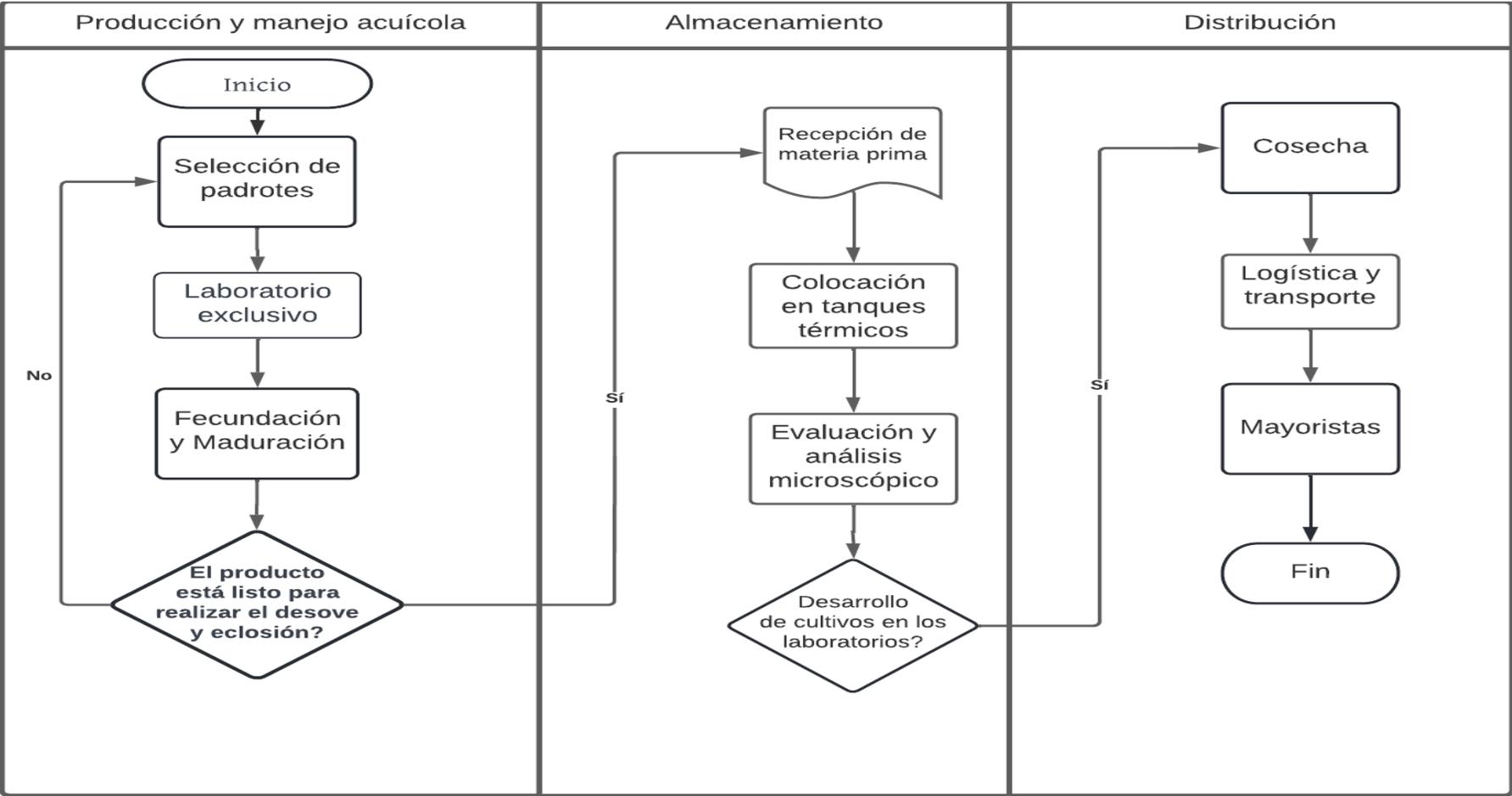


Figura 35. Cadena de suministro desde la obtención de materia prima

3.12.2. Cadena de abastecimiento.

- Cadena de abastecimiento en el Perú

Tabla 83. Cadena de abastecimiento en el mercado peruano

PROVEEDORES	DESCRIPCIÓN	COSTO ESTIMADO
Materia Prima		
<p>MARINASOL</p> 	<p>Empresa acuícola líder en la producción de la materia prima del camarón (nauplios y larvas) de calidad gracias a la investigación y desarrollo.</p> <p>Insumos y alimentos.</p> <p>Es una empresa que se encuentra en el mercado más de 35 años en varios países tales como; Perú, Ecuador, Honduras, etc. Se centran en desarrollar la industria acuícola y así transformar el mundo. Tienen 2 marcas, Nicovita y Salmofood</p> <p>Empresa que se dedica a la comercialización de biomasa de artemia congelada de alta calidad es clave para la nutrición durante el proceso larvario.</p>	<p>El 1.000.000 de nauplios equivale a 600 soles aproximadamente.</p> <p>Alimento microesferizado para alimentar a larvas de camarón contiene proteína</p> <p>Alimento pre-cría- fortalecer a la larva aproximadamente 150 dólares</p> <p>Biomasa congelada entre, 15, 50 y 100 soles y más dependiendo los kg.</p> <p>Pasta de microalgas entre 150 y 250,50 soles respectivamente.</p>
<p>VITAPRO</p> 		
<p>BIOARTEMIA</p> 		

3.12.3. Distribución física



Figura 36. Distribución física del producto en el Perú

Tabla 84. Distribución física internacional.

Número de ruta	Punto de origen	Punto de llegada	de Rutas	Costo estimado	Kilómetros	Tiempo: Días/horas, minutos
1	Lima	Tumbes	PE-1N	\$820 dólares 3083,20 soles	1271 km	21 horas 18 minutos
2	Lima	Piura	PE-1N	\$680 dólares 2556,80 soles	988 km	16 horas 47 minutos
3	Lima	Lambayeque	PE-1N	\$645 dólares 2425,20 soles	785 km	13 horas 8 minutos
4	Lima	La Libertad	PE-1N	\$600 dólares 2256 soles	587 km	10 horas 32 minutos
5	Lima	Áncash	PE-1N PE-16	\$550 dólares 2068 soles	433 km	8 horas 7 minutos
6	Lima	Callao	Av. Colonial	\$100 dólares 376 soles	13.5 km	45 minutos

7	Lima	Ica	PE-1S	\$450 dólares 1692 soles	305 km	5 horas 8 minutos
8	Lima	Arequipa	PE-1S	\$680 dólares 2556,80 soles	1012 km	17 horas 27 minutos
9	Lima	Moquegua	PE-1S	\$700 dólares 2632,00 soles	1099 km	18 horas 31 minutos
10	Lima	Tacna	PE-1S	\$800 dólares 3008 soles	1224 km	20 horas 40 minutos

Tabla 85. Costos de distribución por cajas

N. Rutas	Tamaño camión	Unidades Cajas	Precio unitario en fábrica	Precio total	Precio flete	Precio de distribución	Total, Distribución por cajas
1	Camión furgón	350	2.262	791.700	3.083	794.783	2270,81
2	Camión furgón	350	2.262	791.700	2.557	794.257	2269,31
3	Camión furgón	350	2.262	791.700	2.425	794.125	2268,93
4	Camión furgón	350	2.262	791.700	2.256	793.956	2268,45
5	Camión furgón	350	2.262	791.700	2.068	793.768	2267,91
6	Camión furgón	350	2.262	791.700	376	792.076	2263,07
7	Camión furgón	350	2.262	791.700	1.692	793.392	2266,83
8	Camión furgón	350	2.262	791.700	2.557	794.257	2269,31
9	Camión furgón	350	2.262	791.700	2.632	794.332	2269,52
10	Camión furgón	350	2.262	791.700	3.008	794.708	2270,59

Para establecer el costo de la distribución por caja se toma en consideración el tipo de camión que será enviado hacia las diferentes rutas propuestas anteriormente, de igual manera las unidades por cajas que serán distribuidas lo que al multiplicarse con el precio unitario en fábrica da como resultado un costo total, sumando al flete que se presenta en la moneda de Perú (sol) se obtiene el precio de distribución y se divide a la cantidad de cajas para conocer el valor por unidades.

3.12.4. Diseño del canal de distribución

Para diseñar el canal de distribución para la empresa se debe tener en cuenta el tipo de canal y las decisiones que se deben de tomar.

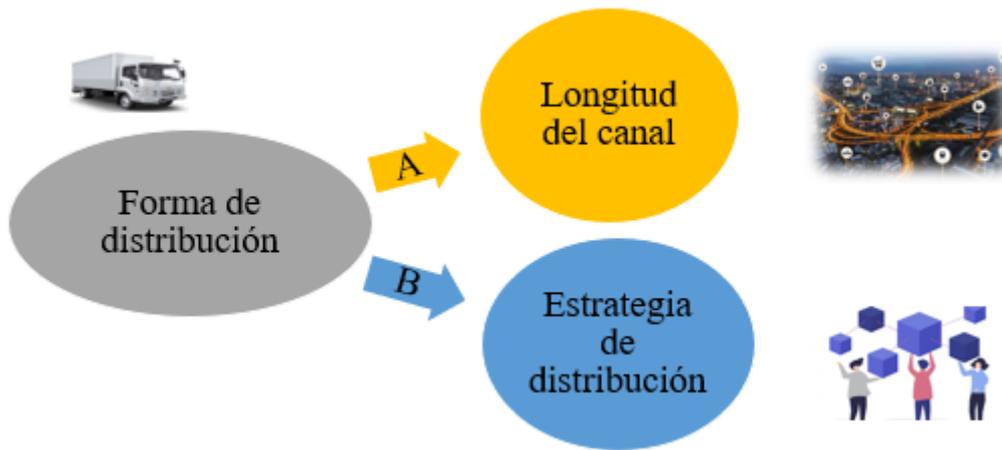


Figura 37. Diseño del canal de distribución
Fuente: Martínez, 2022

A. La longitud del canal; en esta parte se debe conocer si se va a utilizar en canal directo, el cual parte de la fábrica al consumidor, es decir desde el laboratorio ubicado en la zona norte de Lima hacia las empresas que procesan camarón, en el caso de que el canal sea indirecto se debe conocer los intermediarios, para ello se debe conocer el tipo de canal a utilizar;

Directo:

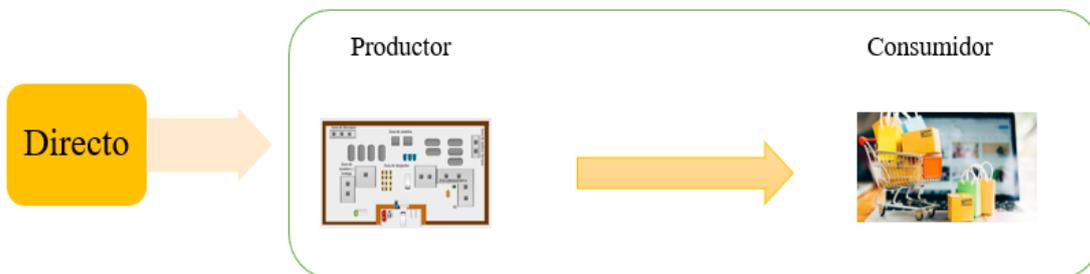


Figura 38. Canal Directo

Para el laboratorio el canal directo no es una opción porque el producto se desarrolla en etapa primaria de producción es decir la fase donde empieza la cadena productiva del camarón.

Corto:

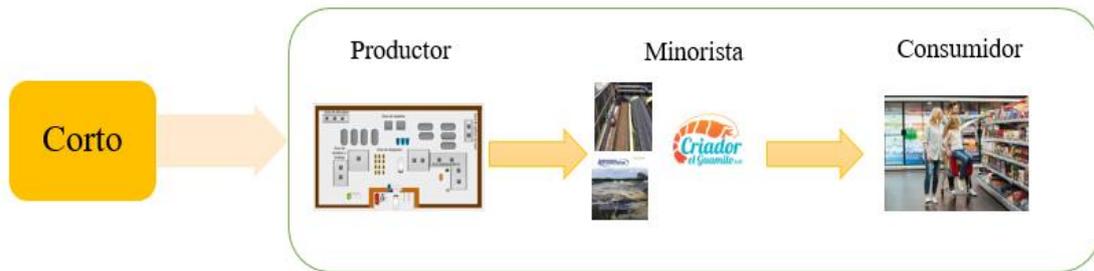


Figura 39. Canal corto

La empresa al establecer la filial de producción contará con un canal de distribución corto lo cual parte del productor en este sentido el laboratorio de larvas, siguiendo por un minorista que viene a ser una procesadora de camarón y finalmente el consumidor es decir la población en general que llegaría a consumir el producto terminado.

Largo:

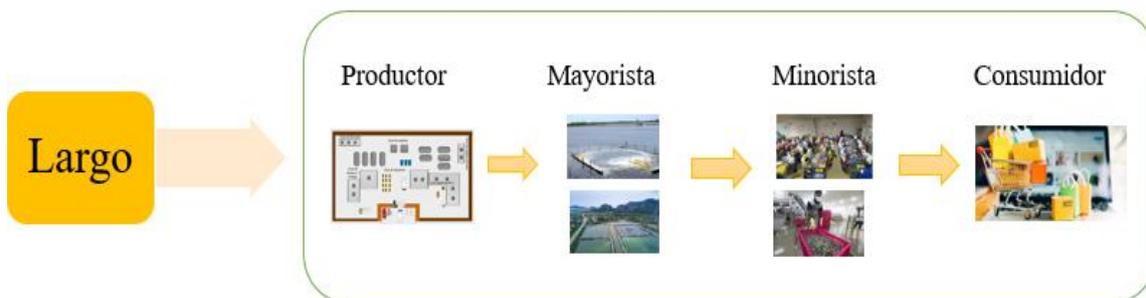


Figura 40. Canal largo

En el caso del canal largo es donde existen dos o más intermediarios por lo que la cadena de distribución cada vez se hace más largo, y no es factible para el producto porque en el transcurso del paso del productor hasta el minorista y luego al mayorista existirá una manipulación del producto disminuyendo el porcentaje de sobrevivencia.

- B. Estrategia de distribución; aquí se establecen los puntos o sucursales dentro del país para vender el producto.

Una vez que la empresa se establezca en el Perú, tiene previsto implementar una sucursal de venta, esto lo realizará debido a que al ingresar como Filial de producción y establecerse como una EIRL puede crear más de una empresa bajo el mismo nombre.

3.12.5. Cadena de valor

Tabla 86. Cadena de valor

Empresa: LARDEMA				
CADENA DE VALOR				
	Infraestructura	Recursos Humanos	Tecnología	Compras
Actividades de Soporte	<p>Diseño de la infraestructura de la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contabilidad • Administración • Gestión comercial • Gestión de producción 	<p>Selección del personal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacitación • Ambiente laboral • Estructura organizacional por áreas de trabajo. <p>Capacitación: el personal de la empresa deberá tomar capacitaciones a cerca del mejoramiento para la implementación de nuevos cultivos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Innovación • Tecnificación en los procesos de producción 	<p>Adquisición de mercancías</p> <p>Relación con los proveedores</p> <p>Selección de proveedores: por lo general para la selección de proveedores la empresa busca los que ofrecen calidad y buenos resultados para la producción</p>
	Actividades Operacionales	<p>Logística de entrada</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recepción de mercancía • Distribución a los diferentes laboratorios para la debida implantación de las piscinas 	<p>Logística de salida</p> <ul style="list-style-type: none"> • Procesamiento de pedidos por parte de los clientes • Envío de mercancía • Devolución de mercancía • Rutas de entregas 	<p>Marketing y Ventas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plataforma virtual • Implementación de un área para el procesamiento de pedidos. • Área de ventas • Control de precios

3.13. ESTUDIO FINANCIERO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN

Para implementar una filial de producción en el Perú la empresa necesita tener una inversión económica, para comprar maquinaria, muebles y enseres, equipos de computación y por ende realizar la construcción, sin dejar de lado la producción u operación de la empresa, se detalla cada uno de los aspectos a considerar para el ejercicio comercial;

3.13.1. Inversión en activos fijos

Tabla 87. Resumen Inversión en activos fijos

Resumen	
Maquinaria y Equipo	131.715
Equipos de computo	2.770
Muebles y Enseres	3.985
Infraestructura	105.451
Total	243.921

La empresa Lardema necesita una inversión en activos fijos de \$243.921 dólares, considerando que se comprará maquinaria y equipo, equipos de cómputo, muebles y enseres y se invertirá en infraestructura, de lo cual se detalla a continuación;

Tabla 88. Activos fijos

ACTIVOS FIJOS			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
	Maquinaria y Equipo		
Blowers de empuje de aire	15	3542	53130
Bombas de agua	15	2504	37560
Generadores de energía trifásico	4	7500	30000
Espectrofotómetro	5	1200	6000
Microscopio	4	420	1680
Balanza Grameras	7	335	2345
Oxigenómetro	4	250	1000
Total			131.715
	Equipos de computo		
Teléfono	2	75	150
Computadoras de escritorio	4	425	1700
Impresoras	2	320	640
Escáneres	1	280	280
Total			2.770
	Muebles y Enseres		
Literas	8	120	960
Escritorios	4	80	320

Sillas de escritorio	6	25	150
Archivadores de madera	3	100	300
Televisor	2	400	800
Aire acondicionado	4	215	860
Mesas de comedor	7	85	595
Total			3.985
	Infraestructura		
Terreno	1	39581	39581
Construcción	1	54600	54600
Tanques cubiertos con liner	14	480	6720
Lámina de techos	14	325	4550
Total			105.451
TOTAL, ACTIVOS FIJOS			243.921

Para que la empresa pueda posicionarse en el mercado debe realizar la inversión en activos fijos que servirán para llevar a cabo sus operaciones y por ende la producción y posteriormente comercialización del producto, en la tabla anterior se detallan los rubros más importantes que requerirán mayor inversión siendo estos la maquinaria y la infraestructura con \$131.715 y \$105.451 dólares respectivamente.

3.13.2. Inversión en activos diferidos o constitución

Tabla 89. Activos Diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio Total
Trámites de escrituras	2	890	1780
Trámites de constitución	4	650	2600
Investigación y desarrollo	4	400	1600
Honorarios de Abogado	2	995	1990
Permisos legales	7	250	1750
TOTAL			9720

Los activos diferidos o costos de constitución son de \$9.720 dólares los cuales se encuentran detallados en la tabla anterior, siendo estos considerados para que la empresa funcione de manera legal en el país al cual se va a internacionalizar, porque de esta manera se preserva la seguridad de los habitantes y del producto para su comercialización.

3.13.3 Costos operacionales

Tabla 90. Resumen costos operacionales

COSTOS OPERACIONALES	
Costos de producción	315.162,00
Gastos administrativos	41.604,00
Gastos de comercialización o venta	51.000,00
Gastos financieros	160.452,35
TOTAL	568.218,35

Los costos operacionales, se encuentran conformados por los costos de producción, gastos administrativos, gastos de comercialización o venta y los gastos financieros, con \$ 568.218,35 estos intervienen dentro del proceso de comercialización y se encuentran detallados a continuación;

Costos de producción

Tabla 91. Costos de producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN					Proyecciones					
Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Valor Unitario	Valor Mensual	Total 2021	2022	2023	2024	2025	2026
Materia Prima Directa										
Nauplios	100.000.000	Gramos	0,00017	17.000,00	204.000,00	208.365,60	212.178,69	215.361,37	218.161,07	220.997,16
Artemia	42	kilos	15	630,00	7.560,00	7.721,78	7.863,09	7.981,04	8.084,79	8.189,89
Nutriente para larvas	17	kilos	18	306,00	3.672,00	3.750,58	3.819,22	3.876,50	3.926,90	3.977,95
Algas	7	toneladas	19	133,00	1.596,00	1.630,15	1.659,99	1.684,89	1.706,79	1.728,98
Vitaminas	4	Lote	154	616,00	7.392,00	7.550,19	7.688,36	7.803,68	7.905,13	8.007,90
TOTAL, MPD					224.220,00	229.018,31	233.209,34	236.707,48	239.784,68	242.901,88
Mano de obra directa										
Biólogo	2	Unidad	700	1400	16800	16800	16800	16800	16800	16800
Obreros	6	Unidad	400	2400	28800	28800	28800	28800	28800	28800
Ayudante	1	Unidad	475	475	5700	5700	5700	5700	5700	5700
TOTAL, MOD					51300	51300	51300	51300	51300	51300
Costos Indirectos de Fabricación										
Cajas	350	Unidad	0,55	192,5	2.310,00	2.359,43	2.402,61	2.438,65	2.470,35	2.502,47
Fundas	700	Unidad	0,4	280	3.360,00	3.431,90	3.494,71	3.547,13	3.593,24	3.639,95
Luz Eléctrica	1	Kw/h	37	37	444,00	453,50	461,80	468,73	474,82	480,99
Agua	3	Tanquero	10	30	360,00	367,70	374,43	380,05	384,99	389,99
Oxígeno	10	Unidad	250	2500	30.000,00	30.642,00	31.202,75	31.670,79	32.082,51	32.499,58
Tela filtro	24	Unidad	11	264	3.168,00	3.235,80	3.295,01	3.344,44	3.387,91	3.431,96
TOTAL, CIF					39.642,00	40.490,34	41.231,31	41.849,78	42.393,83	42.944,95
Total, costos de producción					315.162,00	320.808,65	325.740,66	329.857,26	333.478,51	337.146,83

Para realizar los costos de producción se consideran los rubros siguientes; MPD, MOD Y CIF, y se realiza las proyecciones para 5 años tomando en cuenta la evolución anual de la tasa de inflación para los años siguientes.

Gastos administrativos

Tabla 92. Gastos administrativos

Descripción	GASTOS ADMINISTRATIVOS			PROYECCIONES					
	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Año 2021	2022	2023	2024	2025	2026
Sueldos	5	650	3.250,00	39.000,00	38.996,10	39.039,00	39.081,94	39.124,93	39.167,97
Suministros de Oficina	5	13	65,00	780,00	779,92	1.559,87	1.588,41	1.612,24	1.633,20
Suministros de limpieza	6	14	84,00	1.008,00	1.007,90	2.015,82	2.052,71	2.083,50	2.110,59
Otros suministros	4	17	68	816	815,92	1.631,86	1.661,72	1.686,65	1.708,57
TOTAL				41.604,00	41.599,84	44.246,54	44.384,78	44.507,31	44.620,32

La proyección en gastos administrativos varía de acuerdo con el incremento de la inflación anual por lo que se considera el crecimiento del sector como principal factor de cálculo, también es importante tener en cuenta los rubros que son necesarios para efectuar la actividad de manera eficiente, siendo para el 2021 un total de \$41.604 dólares

Gastos de ventas

Tabla 93. Gastos de ventas

Descripción	Gastos de Comercialización O Venta			Proyecciones					
	Cantidad	Valor Unitario	Valor total	Año 2021	2022	2023	2024	2025	2026
Sueldos de ventas	4	750	3.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00
Publicidad	1	150	150,00	1.800,00	1.799,82	3.599,66	3.665,54	3.720,52	3.768,88
Transporte interno	2	550	1.100,00	13.200,00	13.198,68	26.397,38	26.880,45	27.283,66	27.638,35
Total				51.000,00	50.998,50	65.997,04	66.545,99	67.004,18	67.407,23

Los gastos de comercialización o venta se realizan de forma nacional debido a que una vez que la empresa se internacionalice diversificará su mercado nacional es decir que distribuirá el producto hacia el norte, centro y sur del país, al 2021 se tiene un total de \$51.000 dólares de igual manera se realiza las proyecciones para los siguientes años incrementando las ventas de 2 a 3% por año.

Gastos financieros

Para implementar una filial de producción la empresa optará por solicitar un crédito de en el Banco de lima por un valor de \$150.000 dólares para 4 años, con una tasa de interés del 11% en lo cual se detalla en la estructura del financiamiento con un total de \$160.452,35 incluyendo el interés a pagar (ver anexo 11).

3.13.4. Estructura del financiamiento

La estructura de financiamiento cuenta con capital propio y capital financiado, para la implementación de la filial de producción, a continuación, se detalla la distribución;

Tabla 94. Estructura de financiamiento

DESCRIPCIÓN	PARTICIPACIÓN	MONTO	TASA BANCARIA	COSTO
PROPIO	80,48%	661.407,00	3%	2,4%
FINANCIADO	19,52%	160.452,35	11%	2,1%
TOTAL	100%	821.859,35		5%

El 80,48% corresponde al capital propio que aporta la empresa es decir \$661.407 dólares para la implementación de la filial de producción y el 19,52% a una tasa del 11% de interés que corresponde a \$160.452,35 a 4 años de pago.

Tabla 95. Costo capital

COSTO CAPITAL				
Descripción	Participación	Tasa de interés		
Propio	80,48%	3%		2,4%
Financiado	19,52%	11%		2,1%
Total	100%	Costo C		4,6%
		Tasa Inflación		1,94%
		Tasa descuento		6,5%
		Riesgo proyecto		6%
		TAMR		13%

En la tabla del costo capital se considera el porcentaje del capital propio y financiado de la empresa, y se toma en cuenta la tasa de interés de 3% y 11% respectivamente, se obtiene 4,6% del costo capital, se aumenta la tasa de inflación de 1,94% y el riesgo del proyecto para obtener la Tasa de aceptación mínima requerida.

3.13.5 Balance general

Tabla 96. Balance General

BALANCE GENERAL			
Activos corrientes	519036,35	PASIVOS A LARGO PLAZO	
Total, activos corrientes	519036,35	Préstamo bancario	160452,4
ACTIVOS FIJOS		Total, pasivo a largo plazo	160452,4
Maquinaria y Equipo	72.100	PATRIMONIO	
Equipos de computo	1.570	Propio	539.499,00
Muebles y Enseres	2.780		
Infraestructura	99.510	Total, Pasivo + patrimonio	699951,35
Total, activos fijos	175.960		
ACTIVOS DIFERIDOS			
Trámites de escrituras	1250		
Trámites de constitución	2000		
Investigación y desarrollo	500		
Honorarios de Abogado	750		
Permisos legales	455		
Total, activos diferidos	4955		
TOTAL, ACTIVOS	699.951,35		

3.13.6. Estados de resultados sin financiamiento

Tabla 97. Estado de resultados sin financiamiento

DETALLE	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Ventas	876.936,00	888.827,11	996.552,83	1.107.857,32	1.220.392,26	1.329.073,34
Cantidad en kg	1.464,00	1.484,00	1.629,00	1.773,00	1.918,00	2.062,00
Precio	599,00	598,94	611,76	624,85	636,28	644,56
(-) Costo de producción	315.162,00	320.808,65	325.740,66	329.857,26	333.478,51	337.146,83
(=) Utilidad bruta en ventas	561.774,00	568.018,46	670.812,18	778.000,06	886.913,75	991.926,51
(-) Gastos operacionales	92.604,00	92.598,34	110.243,58	110.930,77	111.511,49	112.027,55
Gastos administrativos	41.604,00	41.599,84	44.246,54	44.384,78	44.507,31	44.620,32
Gastos de ventas	51.000,00	50.998,50	65.997,04	66.545,99	67.004,18	67.407,23
(=) Utilidad operacional	469.170,00	475.420,12	560.568,60	667.069,29	775.402,26	879.898,96
(-) Gastos financieros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Interés	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad antes de part. Empleados	469.170,00	475.420,12	560.568,60	667.069,29	775.402,26	879.898,96
15 %part. Trab	70.375,50	71.313,02	84.085,29	100.060,39	116.310,34	131.984,84
Utilidad antes de impuestos	398.794,50	404.107,10	476.483,31	567.008,90	659.091,92	747.914,12
25 % de impuesto	99.698,63	101.026,78	119.120,83	141.752,22	164.772,98	186.978,53
UTILIDAD NETA	299.095,88	303.080,33	357.362,48	425.256,67	494.318,94	560.935,59

3.13.7. Flujo neto de efectivo

Tabla 98. Flujo neto de efectivo

Flujo neto de efectivo	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Ventas	-	888.827,108	996.552,834	1.107.857,325	1.220.392,260	1.329.073,344
Cantidad en kg	-	1.484,000	1.629,000	1.773,000	1.918,000	2.062,000
Precio	-	598,940	611,757	624,849	636,284	644,555
(-) costo de producción	-	320.808,647	325.740,655	329.857,265	333.478,509	337.146,830
(=) Utilidad bruta en ventas	-	568.018,462	670.812,179	778.000,060	886.913,750	991.926,514
(-) Gastos operacionales	-	92.598,340	110.243,582	110.930,769	111.511,491	112.027,554
gastos administrativos	-	41.599,840	44.246,539	44.384,780	44.507,313	44.620,321
gastos de ventas	-	50.998,500	65.997,043	66.545,989	67.004,179	67.407,233
(=) Utilidad operacional	-	475.420,122	560.568,597	667.069,291	775.402,259	879.898,960
(-) Gastos financieros	-	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Interés	-	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
U.A.T. I	-	475.420,122	560.568,597	667.069,291	775.402,259	879.898,960
15 % Particip. Trabajadores	-	71.313,018	84.085,290	100.060,394	116.310,339	131.984,844
Utilidad antes de impuesto	-	404.107,104	476.483,308	567.008,897	659.091,920	747.914,116
25 % De impuesto	-	101.026,776	119.120,827	141.752,224	164.772,980	186.978,529
UTILIDAD NETA	-	303.080,328	357.362,481	425.256,673	494.318,940	560.935,587
(-) Depreciación	-	12.140,353	12.140,353	12.140,353	11.669,400	11.669,400
(-) FLUJO NETO DE EFECTIVO	821859,35	290.939,975	345.222,128	413.116,320	482.649,540	549.266,187

3.13.8. Indicadores financieros

Los indicadores financieros ayudan a verificar la viabilidad del proyecto, en este sentido se conocerá si implementar una filial de producción en Perú para la comercialización del producto es viable para ello es necesario considerar los indicadores VAN Y TIR que son los más utilizados en el aspecto económico para conocer la rentabilidad del proyecto de inversión por lo que se describe a continuación;

Tabla 99. Indicadores financieros

PERIODO	AÑO	FLUJO NETO DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJO DESCONTADO	SALDO ACTUALIZADO ACUMULADO
0	2021	- 821.859,35	1,00	-821.859,35	-821.859,35
1	2022	290.939,97	1,09	266.428,55	-555.430,80
2	2023	345.222,13	1,19	289.503,19	-265.927,62
3	2024	413.116,32	1,30	317.252,05	51.324,43
4	2025	482.649,54	1,42	339.423,06	390.747,49
5	2026	549.266,19	1,55	353.728,19	744.475,68
			Sumatoria F. E	1.566.335,03	
			Inversión inicial	-821.859,35	
			VAN	744.475,68	
			TIR	36%	
			Periodo de Recuperación	2,84	2 años y 8

En la tabla anterior se obtiene los resultados de los indicadores financieros que luego de realizar los cálculos correspondientes se obtiene el VAN \$744.475,68 dólares y el TIR del 36% estos dos valores representan la ganancia y viabilidad del proyecto de inversión, por lo que quiere decir que al internacionalizar si existe rentabilidad para la empresa, y el periodo en el que se recuperara la inversión es de 2 años y 8 mes aproximadamente.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

4.1.1. RESULTADOS DE LA FICHA DE OBSERVACIÓN

Para la recolección de datos en la ficha de observación, se realizó una investigación de campo, visitando a la empresa LARDEMA ubicada en la ciudad de Manta, provincia de Manabí, (ver anexo 11);

En la infraestructura y maquinarias se da una valoración de 4 debido a que la empresa posee instalaciones propias en este caso 2 laboratorios para la producción el primero se encuentra en la parroquia de San Juan cuenta con 1 módulo de producción, el segundo en la parroquia de San Mateo este posee 2 módulos para la producción, además la distribución de la planta consta con área de siembra, área de análisis larvario, área administrativa, área de insumos y bodega y área de embarque y despacho, así mismo cuenta con todos los permisos legales y registros sanitarios que otorga el Ministerio de Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, durante su trayectoria han obtenido una certificación internacional que beneficia a la comercialización de larva de camarón, de esta manera tienen un logro satisfactorio al igual que en la evaluación microscópica que realiza por producción tomando una muestra de cada piscina gracias al apoyo constante del Biólogo que tiene la empresa.

Por otra parte, la empresa presenta logros satisfactorios en la verificación de la calidad de la larva lo que le ayuda a prevenir enfermedades tempranas del camarón y actuar de la manera más adecuada con la aplicación de vitaminas o químicos, además para el despacho de la mercancía se tiene 2 camiones propios que son de gran ventaja porque se ahorran costos, en la oferta exportable se tiene una capacidad para abastecer la demanda, inclusive la empresa prevé aumentar su oferta para los próximos meses.

Se tiene indicadores que tienen un avance inicial en medidas sanitarias y de seguridad por lo que se está trabajando para mantener el uso de lavamanos, desinfección de equipos y materiales para el personal y así preservar la calidad del producto, en la manipulación y manejo de la larva para su comercialización, la empresa Lardema cuenta con envase y empaque para la distribución del producto, pero aún le falta autenticidad y promover el

producto con su imagen, aun les falta conocer nuevos mercados y el implementar una filial de producción en el extranjero ayudará a su expansión y crecimiento.

4.1.2. RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS

4.1.2.1. Entrevista gerente general empresa LARDEMA

Para obtener información relevante se realizó la entrevista al Ing. Gastón Ignacio Andrade, la cual se enfocó en el perfil comercial, el Laboratorio Lardema tiene aproximadamente 15 años en el mercado nacional, se encuentra en la zona 4, provincia de Manabí, cantón Manta, su principal actividad económica es la comercialización de larva de camarón, lo que gracias a los diferentes factores se ha mejorado el índice en la calidad, por lo que mantiene una cartera de clientes amplia y su producto incluso es exportado hacia el Perú, el grupo Lardema para la producción posee 3 módulos de 165 millones y cuenta con la capacidad de producir en cada uno de 100 a 105 millones considerando un porcentaje de sobrevivencia del 70% a 80% respectivamente. Anteriormente el porcentaje de producción se mantenía entre el 60 a 65% y durante los últimos años ha incrementado un 10%.

La empresa sigue estrictamente los pasos para la producción, empezando por la desinfección, posteriormente se verifica la calidad del agua, se tiene algas para la alimentación durante el proceso, se prepara los tanques y posteriormente se coloca los nauplios en cada piscina, pasa por estadios zeta I, II Y III, después con Mysis I, II, Y III y finalmente postlarva 1-10 por lo que en 18 días el producto está listo para el despacho y venta.

De acuerdo con los últimos 5 años los más rentables fueron 2019-2020, pese a la pandemia el producto ha sido distribuido satisfactoriamente, y se ha mantenido dentro del mercado lo que le ha dado ventaja para conservar a sus clientes. Para vender larva de camarón la empresa no presenta limitantes, porque antes de realizar cada siembra verifican la calidad de los nauplios por lo que esto ayuda a la obtención de un producto 100% de calidad, el negocio es bueno y los resultados también, además de que al tener una certificación internacional le da ventaja de sus competidores. Sin embargo, debido a los limitantes existentes para la exportación de este producto no puede expandir su mercado.

Por otra parte, el Ingeniero menciona que en la zona 4 existen más empresas que se dedican a la misma actividad comercial, pero no son competencia para él porque su

capacidad de producción es menor. En la distribución del producto aún se presentan limitantes, porque cada caja no contiene pictogramas de seguridad y tampoco identifican la proveniencia de la mercancía. Pese a esto menciona que la empresa se encuentra en la capacidad de expandir su mercado, pero se debe considerar las restricciones que se presentan al salir del territorio ecuatoriano, por otra parte, al tener mayor rentabilidad en esta actividad comercial. Finalmente menciona que sería una oportunidad el internacionalizar la empresa y diversificar los mercados, porque se cubriría la demanda en otros países, y se ampliaría la oferta, de igual forma se obtendría beneficios y participación, algo que en el Ecuador es limitado.

En la entrevista menciona que el precio de las larvas de camarón se ha mantenido por varios años, esto ha hecho que las empresas no logren alcanzar un nivel competitivo y por ende su desarrollo.

4.1.2.2. Entrevista a entidades conocedoras del área.

Según la entrevista realizada a diferentes representantes de las entidades reguladoras de los laboratorios mediante vía telefónica supieron manifestar lo siguiente:

1. En el País ¿Qué importancia tiene la temática estrategias de internacionalización para los laboratorios que producen larvas de camarón?

En esta pregunta supieron manifestar que las temáticas de internacionalización para los laboratorios de larvas de camarón no presentan mayor importancia, por lo que dentro de las diferentes exposiciones y conferencias que realizan no incluyen estos temas, a la vez el limitado apoyo del gobierno ha hecho que los laboratorios no puedan expandir sus operaciones, además han tratado de implementar un laboratorio para poder realizar diversas investigaciones y que así los acuicultores sientan el apoyo por parte de los entes.

2. ¿Existen laboratorios de larva de camarón nacionales que se encuentren expandiendo sus operaciones a través de una joint venture?

La información de esta pregunta nos permite conocer los laboratorios que cuentan con una joint venture, pero por el momento no se tiene una respuesta actualizada, por lo que se desconoce de laboratorios que desean expandir sus operaciones hacia otro país, pero lo que han tratado de realizar es a través de contratos compartir conocimientos y realizar alianzas estratégicas con universidades de España, para investigar, desarrollar y aplicar

la mejora genética en el proceso de producción de camarón y de esta manera alcanzar una escala comercial de camarón de 18 gramos en 33 días, esto lo está realizando la empresa Biogemar.

3. *¿La Joint venture permitirá la asociación de laboratorios que se dedican a esta actividad comercial, cuáles serían las principales ventajas?*

Según la información otorgada supo manifestar que el aplicar una joint venture, lograría mejorar los costos para los productores de larvas de camarón porque no han variado de manera significativa durante los últimos años, además mejoraría la competitividad, sería una alternativa de comercialización y diversificación de nuevos mercados, de igual forma se podría realizar una asociación nacional y posteriormente internacional con el fin de buscar mejoras para el sector.

4. *¿Conoce usted si existen sucursales comerciales (locales o extranjeras) de los laboratorios de larva de camarón?*

Supieron manifestar que actualmente cuenta con laboratorios que tienen 2 o más sucursales nacionales, pero han tratado de expandirse a nivel internacional debido a que no quieren tener pérdidas ya que se logra cumplir con la demanda nacional, por ello se ha logrado exportar en gran mayoría al Perú y una forma de acceder a otro mercado sería a través de la internacionalización, las empresas que cuentan con sucursales son; Texcumar, Biogemar, Quimilab, Lobos Marino entre otras y cuentan con varios años de experiencia en el mercado acuícola.

5. *¿Cuáles han sido los beneficios para los laboratorios de larvas de camarón el tener sucursales comerciales?*

Gracias a la productividad y a la implementación de nuevas tecnologías y la mejora genética, han logrado grandes beneficios como es la competitividad y se han mantenido como pioneros en la comercialización de larvas de camarón para grandes productoras y de igual forma han existido buenas ganancias según manifiesta él entrevistado.

6. *¿Conoce usted de algún laboratorio que haya implementado una filial de producción en otro país?*

Según los datos obtenidos mencionan que se conoce 2 laboratorios, que han implementado una filial de producción pero incluso existen más pero son datos que se

deben solicitar con una solicitud para darlos a conocer tales como; AQUATROPICAL tiene 2 sucursales en el país y 1 filial en el norte de Perú desde el año 2009 y el Grupo Corporativo Fajardo que a pesar de la crisis decidió internacionalizarse y optar por esta forma de entrada, son dos grandes laboratorios que presentan gran aceptación dentro del mercado.

7. ¿Cuáles serían los beneficios que obtendrían los laboratorios al implementar una filial de producción?

El tener una filial de producción ayuda al crecimiento de mercado, porque de esta manera se diversifican a través de la exportación hacía otros países, según el entrevistado menciona que el tener filiales de producción en otros países beneficia a la empresa y su crecimiento logrando una comercialización internacional y se logra una cobertura del mercado en el cual se implementará la empresa, se tiene mayor ventaja porque las exportaciones desde Ecuador son restringidas y porcentajes pequeños hacia otros mercados que no sea el peruano.

4.1.2.2.1. Número de sucursales comerciales

Tabla 100. Sucursales de los laboratorios larvarios

Forma de entrada	Descripción	Empresas
Sucursales	Algunos de laboratorios productores de larvas de camarón en el país poseen 2 o más sucursales	Laboratorio Lobo Marino Laboratorio Lobo Marino II Laboratorio lobo Marino III Texcumar S.A Monteverde Texcumar S.A San Pablo Texcumar S.A Punta Blanca Biogemar Mar Bravo Biogemar San Pablo Melarvas 1 Melarvas 2 AQUAMELARVAS Quimilab 1 Quimilab 2 Quimilab 3

Fuente: datos de la entrevista

Actualmente, en el Ecuador existen alrededor de 205 empresas que se dedican a la producción temprana del camarón, debido a la creciente demanda del sector camaronero y al incremento de las ventas han optado por implementar más sucursales, adquiriendo beneficios tales como; mejorar la competitividad y el incremento en los ingresos económicos así mismo, el aumento de empleo en el sector y su reconocimiento

empresarial. En la tabla se puede observar las principales empresas que poseen sucursales a nivel del país.

4.1.2.2.2. Número de filiales de producción

Tabla 101. Filiales de Producción

Forma de entrada	Países	Descripción	Empresas
Filiales de producción	Perú Panamá	Empresas que se dedican a la producción temprana del camarón, es decir realizan el proceso larvario, cuentan con varios años dentro del mercado	AQUATROPICAL S.A.C Grupo Corporativo Fajardo

Fuente: datos de la entrevista

En la tabla se puede observar las filiales de producción de grandes laboratorios de larvas de camarón, en el año 2009 Aquatropical expandió sus operaciones hacía el Perú con el propósito de incrementar la participación en el mercado, por otra parte, el Grupo Corporativo Fajardo en el 2020, pese a la crisis decidió internacionalizarse y de esta manera abastecer la demanda existente en dicho mercado y aprovechar su internacionalización para diversificarse.

4.1.2.2.3. Volumen de exportaciones

Tabla 102. Principales empresas de exportación de larvas de camarón

Forma de entrada	Principales destinos			Exportadores
	2018	2019	2020	
Exportación • Aérea • Terrestre	<ul style="list-style-type: none"> • Costa Rica • Hong Kong • Panamá • Perú • Estados Unidos • Vietnam 	<ul style="list-style-type: none"> • Costa Rica • Hong Kong • Perú • Vietnam 	<ul style="list-style-type: none"> • Costa Rica • Hong Kong • Perú • Estados Unidos 	Alvarado Guamán Luis Alfredo Andrade Becilla Gastón Ignacio Acuacultura Tropical S.A. Aquatropical Aquamelarvas S.A. Biocentinel S.A. Biotecnología & Genética Marina S.A. Biogemar Buste Looor Narciso Misael Corporación Industrial Comercial Cinco Corpincinco S.A. Delgado Menoscal José Baudilio Empacadora Grupo Granmar S.A. Empagran Macrobio S.A. Malla Granda Romer Mesías Megalatina Sa Nieto Ormeño Edwin Franklin Nietolab S.A. Piedra Vinuesa Enrique Javier Piramilab S.A. Texcumar S.A.

Tomalá Rodríguez Carlos Patricio
Vera Ormaza Alirio Manuel
Vinces Rivera Víctor Eliobardo
Yagual Vera Wilmington Fabricio
Emibla S.A.
Granthiel Pacheco Efrén Eduardo
Laboratorio Bamar S.A.
Laboratorio-Acuatecsa Acuacultura &
Tecnología S.A
Ponce Monroy Jorge Arturo
Cabaminsur S A
Laboratorio Mega Cria Makrolab S.A
Oceanlab Laboratorios Del Océano
S.A
Shrimp & Fish Aquaculture Services
Shrimpfish S.A.

Fuente: CobusGroup, 2021

Debido a la sobreproducción de larvas de camarón, los laboratorios han optado por la exportación hacia diferentes mercados desde el 2018 hasta el 2020, teniendo, así como destino Costa Rica, Hong Kong, Panamá, Perú, Estados Unidos y Vietnam, y siendo 31 empresas ofertantes de este producto, cabe recalcar que dentro de los exportadores también se encuentra la empresa Lardema.

4.1.2.2.4. Número de empresas con joint venture

Según datos recopilados de representantes de las diferentes entidades que regulan los laboratorios de larva de camarón o el sector acuícola, no existen empresas que hayan aplicado Joint venture, sin embargo, han tratado de implementar un tipo de joint venture de proyectos, como es el caso de la empresa BIOGEMAR, que tiene un contrato con la Universidad de las Palmas de Gran Canaria, con el fin de realizar un programa de mejoramiento genético a través de la metodología denominada BLUP orientada a la producción de camarón

4.2. DISCUSIÓN

El objetivo de esta investigación fue profundizar el estudio sobre la internacionalización de larva de camarón y la selección del mercado internacional, formas de entrada a través de análisis documental, enfoques cualitativos y cuantitativos, así como las herramientas que existen dentro del proceso.

Johanson et al., (1977) afirmaron que la “internacionalización” establece un proceso hacendoso que destaca la progresiva participación de las Pymes en operaciones internacionales en cambio Beamish et al., (1997) la definen como el proceso en el cual las organizaciones realizan y establecen transacciones en el mercado global con otros países, de acuerdo con el incremento del conocimiento sobre las influencias directas e indirectas que intervienen en las transacciones universales futuras. Sin embargo, en la presente investigación se afirma que la internacionalización es más que un proceso en el cual participan las organizaciones que cumplen con los estándares mínimos para lograr su participación en el mercado y concuerdan con el segundo autor que también es conocimiento y experiencia lo que agiliza su expansión.

En este sentido las empresas que optan por internacionalizarse presentan la necesidad de definir una estrategia sobre la cual sobrellevar y ubicar su operación con el fin de aprovechar las oportunidades y desafíos que se presentan en los mercados internacionales, en primer lugar, se incluye decisiones claves para las empresas el realizar una selección de mercados a través de herramientas... y la selección de la forma de entrada tiene que ver con el análisis estratégico que deberán llevar a cabo las organizaciones con el fin de establecer un escenario óptimo considerando los riesgos y beneficios que esta presenta.

Si bien los investigadores Buckley & Casson, (1970) sostienen que la elección de la forma de entrada a los mercados internacionales presenta un gran impacto en las operaciones comerciales internacionales considerándolo como una “cuestión frontera”, pero Wind & Permutler, 1977 objeta que es una de las decisiones críticas y cruciales para las empresas debido a la repercusión sobre el beneficio y las determinaciones futuras de la sociedad en los mercados internacionales, debido a la relevancia, por lo que, es un tema que se debe considerar dentro de los diferentes enfoques teóricos, con miras a alcanzar y exponer, cada vez más los múltiples que influyen en la elección del modo de entrada. Ahora bien, la teoría que establecen los investigadores es cierta pero aún presenta falencias en la selección de formas de entrada porque existen herramientas que se han presentado como una ventaja al momento de realizar el proceso de

internacionalización de la empresa, siendo esto beneficioso para la producción y comercialización larvaria.

Elghoul y Gonzales en su estudio en el año 2015 y 2016 se realizó la internacionalización a través de la exportación de este producto, donde se reflejó que la implementación de tecnologías permite tecnificar los procesos y obtener un producto de mejor calidad a un precio accesible, actualmente en el Ecuador se ha mantenido creciente la comercialización de larvas de camarón debido a la ventaja comparativa que tiene el país, al poseer recursos, capital humano y tecnología que abastece el cultivo y distribución larvario.

En un estudio realizado en el 2018 acerca de Normas de Calidad utilizadas en el proceso de producción... donde se destaca la importancia de conocer el mercado, requisitos, normas de calidad, entre las que se destaca la ISO 9001 que se refiere a mantener un control y orden de calidad en todos los procesos internos y externos de la empresa, la cual sirve para garantizar al cliente seguridad en los productos larvarios. En el presente estudio la empresa Lardema presenta una certificación internacional GLOBALG.A.P específicamente para productos agrícolas, ganaderas y acuícolas en este caso al contar con esta certificación garantiza que la empresa mantiene dentro de sus procesos la calidad del producto al realizar constantes pruebas de laboratorio y análisis para prevenir enfermedades. Con relación a la internacionalización de larvas de camarón se recalca que es importante para las empresas o microempresas tener varias certificaciones que acrediten la calidad dentro de cada proceso, porque de esta manera se dará una imagen sustentable.

Asimismo, los resultados de esta investigación arrojaron que muchas empresas han realizado el proceso de internacionalización al contar con certificaciones internacionales que validan la importancia de sus productos siendo el caso de Aquatropical, Grupo Corporativo Fajardo, BIOGEMAR etc. También en la internacionalización se debe tomar en cuenta las diferentes formas de entrada en el cual se presenta la propuesta de ingresar a mercados internacionales bajo una Filial de producción para la empresa LARDEMA en el mercado peruano cabe recalcar que otros mercados potenciales son; China y Hong Kong pero debido al ciclo de vida del producto, tomando en cuenta las importaciones el resultado obtenido fue que Perú se encuentra en crecimiento mientras que en los otros mercados están en declive por lo que es recomendable realizar una exportación debido a que los riesgos son mínimos.

Por consiguiente, en la investigación anterior destaca la importancia de las certificaciones de calidad en los productos mientras más certificaciones tengan las empresas, su imagen y credibilidad incrementa por lo que la empresa al poseer pocas certificaciones internacionales le ha mantenido en un estándar regular, es por ello por lo que sigue trabajando en la obtención de nuevas certificaciones para incrementar su participación en nuevos mercados.

En el 2016 en la investigación acerca de la Internacionalización de las PYMES: innovación para exportar, a nivel regional en la Cooperación Económica Para América Latina y el Caribe es un tema debatido la diversificación de mercados donde el principal objetivo es crear herramientas y políticas que favorezcan a la internacionalización e innovación con el fin de beneficiar a las exportaciones. Por otro lado, el Ecuador a pesar de pertenecer a este bloque regional tiene un lento crecimiento en cuanto a fomentar el comercio acuícola de las Microempresas puesto que en la entrevista realizada al gerente general de la empresa menciona que durante varios años no ha existido una inflación de precios en la comercialización de larvas de camarón, de la misma manera el apoyo gubernamental sigue teniendo falencias, entidades públicas tales como; la Cámara Nacional de Acuicultura presenta escaso apoyo a los laboratorios de larvas de camarón.

La decisión de la forma de entrada en algunos casos, ha sido en muchos casos condicionada al análisis de factores como la distancia y los costos de la transacción; sin embargo, enfoques como el paradigma ecléctico ofrecen una visión más integral al incorporar una gran variedad de antecedentes y moderadores de la decisión, además de otras dimensiones de análisis de los mercados internacionales como generadores de conocimientos y ventajas competitivas claves para el desempeño global de la multinacional Villa et al., (2015). Sin embargo, en la investigación se consideró analizar el ciclo de vida del producto a través de los valores FOB resultando en fase de crecimiento, siendo un factor esencial para elegir la mejor forma de entrada, considerando. Asimismo, los riesgos y beneficios a través de un análisis documental y antecedentes.

Pues bien, Ricardo, (1777) afirma que un país tiene una ventaja comparativa en la producción de un bien cuando el coste de oportunidad durante la producción de este producto en relación de otros bienes sea menor en este país de lo que lo suele ser en otros países y Muñoz., et al (2017) establece dentro de la investigación que Ecuador posee ventajas comparativas en la producción de larva de camarón por lo que al establecer una filial de producción en Perú será

ventajoso y se considera la excelente ubicación geográfica por lo que se utiliza menos recursos para la producción y se obtiene un producto de calidad.

Finalmente, la investigación ha tenido impactos positivos y negativos de acuerdo a los antecedentes y resultados, durante años atrás han existido investigaciones, pero no presentan gran impacto en la internacionalización y diversificación de mercados desde Ecuador puesto que actualmente continua el problema de limitado apoyo del gobierno hacia las empresas por lo que ellas han optado por internacionalizarse y buscar nuevos nichos de mercados para sentar su producción y comercialización tales el caso de Aquatropical y el Grupo Fajardo.

.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Al realizar el estudio de mercado, y aplicar los diferentes indicadores se obtiene que el mercado óptimo para analizar las estrategias de internacionalización es Perú, debido a la excelente ubicación geográfica, por lo que esto impulsa al sector acuícola a diversificar los mercados a través de la internacionalización.
- El conocer las principales estrategias de internacionalización presenta el éxito en las transacciones comerciales es un paso para diversificar el mercado a través de las diferentes formas de entrada debido a que representan ventajas competitivas y comparativas en el producto y la responsabilidad por parte de la empresa presentando un impacto positivo en la investigación.
- Mediante los valores FOB con relación al mercado destino, se analizó el ciclo de vida del producto en Perú, por lo que al encontrarse en fase de crecimiento se implementará la filial de producción debido a que el producto se encuentra en fase primaria de producción.
- El grupo Lardema se ubicará en el departamento de Lima en la zona norte por lo que se realizó un estudio técnico y la localización se obtuvo a través del método por puntos y se consideraron varios factores para llevar un control y orden en cada uno de sus procesos, el canal de distribución a utilizar es el corto.
- La empresa Lardema al implementar la filial de producción aportará con el 80,48% del valor total 19,52% lo adquirirá a través de un préstamo bancario con el 11% de interés y además se tiene una Tasa Interna de Retorno del 36% y un periodo de recuperación de la empresa de aproximadamente 2 años y 8 meses.

5.2. RECOMENDACIONES

- Para que los productores tengan mayor conocimiento sobre estrategias de internacionalización y diversificación de mercados es recomendable realizar capacitaciones con la Cámara Nacional de Acuicultura porque es quien se dedica a promover el desarrollo del sector acuícola.
- Los laboratorios de larva de camarón siguen siendo clave para la obtención de un camarón de calidad puesto a que aquí inicia su cadena productiva, es por ello por lo que se recomienda implementar estándares de precios para mantener una base en la comercialización y de igual manera establecer estrategias que permitan la diversificación de mercados.
- La empresa Lardema se ha mantenido operando por varios años en el mercado nacional debido a esto, se recomienda considerar la opción de internacionalizarse, porque de esta manera la participación en el mercado se incrementará y por ende los beneficios.
- Debido al limitado apoyo por parte de las entidades se recomienda la articulación entre entes en la transferencia de información y el acercamiento de Organismos de promoción comercial a organismos nacionales en temas sobre financiamiento.
- Es necesario presentar proyectos para la internacionalización de las MiPymes como una alternativa de diversificar los mercados internacionales optando por las diferentes formas de entrada e impulsando al desarrollo no solo empresarial si no también económico.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agreda, L., & Alcívar, A. (2017). *Estudio Y Aplicación De Estrategias De Internacionalización De Hojuelas De Quinoa Orgánica*. Recuperado de file:///D:/LIBRO/ESTUDIO-Y-APLICACION-DE-ESTRATEGIAS-DE-INTERNACIONALIZACION.pdf.
- Aliatuniversidades. (2021). *Estrategia transnacional*. Recuperado de <https://aliatuniversidades.com.mx/blog/index.php/estrategia-transnacional/>
- Álvarez , E., & Myro, R. (2018). *Universidad de Valladolid* . Recuperado de https://www.funcas.es/wp-ontent/uploads/Migracion/Artículos/FUNCAS_PEE/158art08.pdf
- BCE. (2016). *Teorías del comercio internacional*. Recuperado de BCE: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/doctec11.pdf>
- CapitalesDe. (2021). *Departamentos de la costa peruana y sus capitales*. Recuperado de <https://capitalesde.com/departamentos-de-la-costa-peruana-y-sus-capitales/>
- CEUPE. (2021). *CEUPE MAGAZINE*. Recuperado de Otras formas de entrada en los mercados internacionales: <https://www.ceupe.com/blog/otras-formas-de-entrada-en-los-mercados-internacionales.html>
- Chávez, G. (2018). *NORMAS DE CALIDAD UTILIZADAS EN EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE LA MICROEMPRESA RIVERMAR Y SU INCIDENCIA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LARVAS*.
- Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones. (2018). *COPCI Registro Oficial Suplemento 351 de 29-dic 2010*.
- Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones. (2018). *De la Facilitación Aduanera para el Comercio artículo 104*. Principios Fundamentales: <https://www.correosdeecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>
- Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones. (2018). *Del Fomento y la Promoción de las Exportaciones artículo 93*. Fomento a la exportación: <https://www.correosdeecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*

Constitución de la República del Ecuador. (2011). *Sección quinta Intercambios económicos y comercio justo artículo 337*. Constitución de la República del Ecuador

Constitución del Ecuador. (2008). *Relaciones Internacionales/ capítulo primero*. Recuperado de Artículo 416.

Constitución del Ecuador. (2008). *Sección quinta; Intercambios económicos y comercio justo*. Recuperado de Artículo 336

Constitución del Ecuador. (2008). *Sección séptima; política comercial*. Recuperado de Artículo 306

De la Ossa, S., Alviz, H., & González, K. (2017). *La cultura y la estrategia de internacionalización de empresas*. Recuperado de file:///D:/TESIS/ANTECEDENTE%205.pdf

Elghoul, M., & González, K. (2016). *Repositorio UCSG*. Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6239/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-264>

El Peruano. (2016). *Diario oficial del Bicentenario*. Reglamento de la Ley General de Acuicultura, aprobada por el Decreto Legislativo N.º 1195: <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/aprueban-el-reglamento-de-la-ley-general-de-acuicultura-apr-decreto-supremo-n-003-2016-produce-1360384-1/>

Frohmann, A., Mulder, N., Olmos, X., & Urmeneta, R. (2016). *CEPAL*. Recuperado de <https://repositorio.cepal.org>

Global Negotiator. (2018). *Diversificación de mercados*. Recuperado de <https://www.globalnegotiator.com/comercio-internacional/diccionario/diversificacion-de-mercados/>

GlobalNegotiator. (2021). *¿Qué es una Trading Company?* Recuperado de Business Publicaciones: <https://www.globalnegotiator.com/files/Que-es-una-Trading-Company.pdf>

GlobalNegotiator. (2013). *Business Publicaciones*. Recuperado de <https://www.globalnegotiator.com/blog/contrato-llave-en-mano-modelo-definicion/>

GlobalNegotiator. (2021). *Diccionario de comercio internacional*. Recuperado de Filial de producción: <https://www.globalnegotiator.com/comercio-internacional/diccionario/filial-de-produccion/>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA.

Hernández-Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA.

Hernandez-Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA.

Kotler, P. (2021). *dircomfidencial*. Obtenido de Diccionario de Marketing: <https://dircomfidencial.com/diccionario/que-es-el-ciclo-de-vida-del-producto-y-que-estrategia-seguir-en-cada-etapa-20210420-1428/>

Krugman, P., & Obstfeld, M. (2006). *Economía Internacional Teoría y política*. Madrid: Pearson.

Ley orgánica de solidaridad. (2016). *Asamblea Nacional*. Recuperado de Artículo 9 y 13: <https://www.finanzaspopulares.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/11/Ley-Org+%C3%A1nica-de-Solidaridad.pdf>

Mendoza, M. (2018). *Estas son las 'maternidades' de larvas*. Guayaquil: Revista Lideres.

Mercantil, A. (2017). *Gd Asesoría*. Recuperado de ¿En qué consiste el contrato de “Piggy back”?: <https://www.gdasesoria.com/blog/posts/en-que-consiste-el-contrato-de-piggy-back>

Muñoz, M., Durán, F., & González, M. (2017). *UTMACH*. Recuperado de <https://investigacion.utmachala.edu.ec/proceedings/index.php/utmach/article/view/221/192>

Plan Nacional de Desarrollo. (2017). *Objetivo 5 políticas*. Recuperado de Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria: https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf

Plan Nacional de Desarrollo. (2017). *Políticas objetivo 5.2*. Recuperado de Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria: https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf

Plan Nacional de Desarrollo. (2017). *Políticas objetivo 5.4*. Recuperado de Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera

redistributiva y solidaria: https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf

Portafolio Académico. (2017). *Enfoque cualitativo y cuantitativo*, Recuperado de portaproducti.wordpress: <https://portaproducti.wordpress.com/enfoque-cualitativo-y-cuantitativo-segun-hernandez-sampieri/>

Porter, M. (1980). *Ventaja competitiva*. Recuperado de Roberto Espinosa: <https://robertoepinosa.es/2017/10/22/ventaja-competitiva-que-es-tipos-ejemplos>

QuestionPro. (2018). *Investigación correlacional*. Recuperado de <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-correlacional/>

Quiroa, M. (2021). *Economipedia*. Recuperado de Sucursal: <https://economipedia.com/definiciones/sucursal.html>

Sánchez, A. (2019). *in Centro Sur*. Obtenido de El contrato joint venture internacional y su aplicación en américa latina: <https://www.centroseditorial.com/index.php/revista/article/view/62/156#:~:text=En%20espa%C3%B1ol%2C%20joint%20venture%20significa,la%20cadena%20de%20un%20producto.>

Sevilla, A. (2021). *Economipedia*. Recuperado de TIR: <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>

Tesis plus. (2017). *Investigación descriptiva*. Recuperado de <https://tesisplus.com/investigacion-descriptiva/investigacion-descriptiva-segun-autores/>

VII. ANEXOS

Anexo I: Acta de la sustentación de pre-defensa


UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

ACTA
DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: Andrango Guatemal Erika Dayana
NIVEL/PARALELO: Egresada
CÉDULA DE IDENTIDAD: 1727461152
PERIODO ACADÉMICO: 2022 A

TEMA DE INVESTIGACIÓN: "Estrategias de internacionalización de larva de camarón de la empresa "Lardema" ubicada en el cantón Manta, Provincia de Manabí y la diversificación de mercados"

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:
PRESIDENTE: Msc. Liliana Montenegro
LECTOR: Msc. Julio López
ASESOR: Msc. Milena Gutiérrez

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

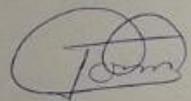
EDIFICIO DE AULAS: 1 **AULA:** 102
FECHA: viernes, 03 de junio de 2022
HORA: 11H00

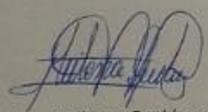
Obteniendo las siguientes notas:
1) Sustentación de la predefensa: 6,30
2) Trabajo escrito 2,70
Nota final de PRE DEFENSA 9,00

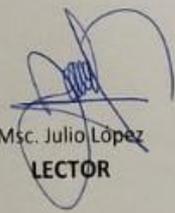
Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el viernes, 03 de junio de 2022


Msc. Liliana Montenegro
PRESIDENTE


Msc. Milena Gutiérrez
TUTOR


Msc. Julio López
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER**

ABSTRACT- EVALUATION SHEET				
NAME: Erika Dayana Andrango Guatemal				
DATE: 7 de junio de 2022				
TOPIC: "Estrategias de internacionalización de larva de camarón de la empresa Lardema, ubicada en el cantón Manta, provincia de Manabí, y la diversificación de mercados "				
MARKS AWARDED		QUANTITATIVE AND QUALITATIVE		
VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
TOTAL/AVERAGE	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED	TOTAL 9		



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Erika Dayana Andrango Guatemal

Fecha de recepción del abstract: 7 de junio de 2022

Fecha de entrega del informe: 7 de junio de 2022

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

Observaciones:

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según los rubrics de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9, por lo cual se validó dicho trabajo.

Atentamente



EDISON BOANERGES
PEÑAFIEL ARCOS

Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc
Coordinador del CIDEN

Anexo 3. Solicitud dirigida a la empresa



Memorando Nro. UPEC-CE-2021-012-M
Tucán, 19 de enero de 2021

PARA: Sr. Gastón Ignacio Andrade Becilla
GERENTE PROPIETARIO DE LA EMPRESA "LARDEMA"

De mi consideración:

Reciba un atento y cordial saludo, deseándole éxitos y aciertos en sus importantes funciones.

Por medio del presente me permito poner en su conocimiento que la señorita de octavo nivel de la carrera de Comercio Exterior Erika Dayana Andrango Guatemal, portadora de la cédula de identidad No. 172761152, se encuentra realizando el tema de investigación **"ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LARVA DE CAMARÓN DE LA EMPRESA "LARDEMA" UBICADA EN EL CANTÓN MANTA, PROVINCIA DE MANABÍ Y LA DIVERSIFICACIÓN DE MERCADOS"**, motivo por el cual solicito muy respetuosamente a su autoridad, se digne brindar información para el desarrollo del tema de investigación.

Cabe recalcar que, la información proporcionada será utilizada con absoluta confidencialidad y destinada a fines estrictamente académicos.

Por la atención al presente, con sentimiento de estima y consideración me suscribo:

Afentamente,



CPWELIA BEATRIZ
REALPE DELGADO

Msc. Beatriz Realpe D.
DIRECTORA DE LA CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR
"Educamos para transformar el mundo"

Anexo 4. Carta de aceptación de la empresa

GASTON IGNACIO ANDRADE BECILLA
LABORATORIO DE LARVAS DE CAMARON
"LARDEMA GROUP"

Manta, 19 de enero del 2021

Magister

Beatriz Realpe
DIRECTORA DE LA CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

Presente. –

De nuestras consideraciones:

Por medio del presente la empresa LARDEMA muestra el deseo por colaborar con la investigación de la señorita Erika Dayana Andrago Guatemal con cedula de identidad No. 1727461152, estudiante de la carrera de Comercio Exterior de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, con el tema; "Estrategias de internacionalización de larva de camarón de la empresa "Lardema" ubicada en el cantón Manta, Provincia de Manabí y la diversificación de mercados" la misma que ayudara a la implementación de estrategias para incrementar las exportaciones de este producto y acceso a nuevas oportunidades de mercados internacionales, así mismo, me comprometo a otorgar la información que sea necesaria para la sustentación del trabajo de investigación curricular y también me comprometo que la información obtenida por parte de la empresa será confidencial.

Sin más por el momento agradecemos su atención.

Atentamente

LARDEMA
LARVAS DE MANABÍ

Ing. Gastón Ignacio Andrade Becilla

Gerente Propietario

DIRECCION: km. 4 ½ vía a San Mateo RUC 1305759241001 Teléfono: 05 2925077
Mail: lardemaecuador@outlook.com

Anexo 5. Fundamentación legal

Normativa	Descripción
Constitución de la República del Ecuador	
TÍTULO VI RÉGIMEN DE DESARROLLO <i>Capítulo cuarto; Soberanía económica Sección séptima Política comercial</i>	<p>En el artículo 304 de la constitución con referencia a la política comercial se presentan los siguientes objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial. • Fortalecer la producción nacional, tomando como referencia el Plan Nacional de Desarrollo. • Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, del sector privado, evitando que estas afecten el funcionamiento de los mercados • Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo. <p>Art. 306.- “El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal”</p>
Código orgánico de la producción comercio e inversión.	
LIBRO IV DEL COMERCIO EXTERIOR, SUS ORGANOS DE CONTROL E INSTRUMENTOS <i>TÍTULO IV Del Fomento y la Promoción de las Exportaciones</i>	<p>Art. 93.- “Fomento a la exportación. “El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno</p>
LIBRO V DE LA COMPETITIVIDAD SISTEMICA Y DE LA FACILITACIÓN ADUANERA <i>Capítulo II del fomento y promoción de las industrias básicas</i>	<p>Art. 104.- Principios Fundamentales</p> <p>a. Facilitación al Comercio Exterior. - Los procesos aduaneros serán rápidos, simplificados, expeditos y electrónicos, procurando el aseguramiento de la cadena logística a fin de incentivar la productividad y la competitividad nacional.</p> <p>b. Control Aduanero. - En todas las operaciones de comercio exterior se aplicarán controles precisos por medio de la gestión de riesgo, velando por el respeto al ordenamiento jurídico y por el interés fiscal.</p> <p>c. Cooperación e intercambio de información. - Se procurará el intercambio de información e integración a nivel nacional e internacional tanto con entes públicos como privados. (Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, 2018, pág. 38)</p>
Plan de creación de oportunidades	
Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025 <i>EJE económico</i>	<p>Objetivo 3</p> <p>Fomentar la productividad y competitividad en los sectores agrícola industrial, acuícola y pesquero, bajo el enfoque de la económica circular.</p>

Fuente: Constitución de la República del Ecuador, COPCI Y PND, 2021.

Anexo 6: Laboratorios de larva de camarón del Ecuador

SUBSECRETARÍA DE CALIDAD E INOCUIDAD - S.C.I.

LABORATORIOS REGISTRADOS Y APROBADOS

#	Código	Nombre	Ubicación (Cantón, Provincia)	Teléfonos	Contacto
1	HT-123	MEGALATINA S.A.	SANTA ELENA \ SALINAS \ DIABLICA	04-2848010 04-2951435 099-7546380	SELENE SORAIDA RODRIGUEZ LARA (GERENTE GENERAL)
2	HT-433	NARCISO MISAEL BUSTE LOOR MHL PRODUCCION DE LARVAS DE CAMARON	PUNTA CARNERO-SECTOR LA DIABLICA	042948044 0985002479 0999485394	NARCISO MISAEL BUSTE LOOR (REP. LEGAL)
3	HT-414	ALEJANDRO RUBEN ARGUDO ORDOÑEZ - LAB. PORTALAB	SITIO LA DIABLICA SOLAR 3 - 4 MANZANA 2116 VIA PUNTA CARNERO	072935594 - 0986727950	ALEJANDRO RUBEN ARGUDO ORDOÑEZ
4	HT-7025	LABAQUICOLA NAUPLIULAB S.A. (MURBEGOM)	SECTOR LA DIABLICA S/N ANCONCITO (SANTA ELENA - SALINAS)	04-2511083 099-3218463	MARIA PAMELA MURRIETA GOMEZ (REP. LEGAL)
5	HT-857	LARISA ISABEL YAGUAL VERA LABORATORIO MBRAMAR	CDLA MBRAMAR SOLAR A MANZANA 47-48	04-2777854 0999-479885	LARISA ISABEL YAGUAL VERA
6	HT-862	EMILDA EDUVIGES MOLINA NIETO	KM. 30 VIA PEDERNALES - COJIMIES (MANABI)	099-4981708	EMILDA EDUVIGES MOLINA NIETO (PROPIETARIA)
7	HT-871	NUTRIAGRO S.A. LARVALABSO	CIUDADELA MBRAMAR - CANTÓN SALINAS- SANTA ELENA	042280167 0982934587	ARMANDO ROBERTO ORRALA GONZALEZ (REP. LEGAL LARVALABSO) KARINA KATIUSKA SEGARRA BARRIGA (REP. LEGAL- NUTRIAGRO)
8	HT-878	JENNY ISABEL POZO GONZABAY LABORATORIO LAEPEN	MONTEVERDE BARRIO NARCISA DE JESUS (SANTA ELENA)	04-252994 0999182655	JENNY ISABEL POZO GONZABAY
9	HT-859	GENETICA MARINA DEL ECUADOR S.A. (GENEMAR)	SANTA ELENA - SALINAS - PARROQUIA JOSE LUIS TAMAYO - CIUDADELA MIRAMAR - MEZ. 60-61 - SECTOR MAR BRAVO	0995344947 0961145400	GONZALEZ ORDOÑEZ JOSSELYN GABRIELA (REP. LEGAL)
10	HT-945	JULIA CECILIA ESTRELLA ROMERO CULTIVOS MARINOS D.J	SANTA ELENA - MAR BRAVO (A 300 MTS DE LAB. ROTI)	099-3824499	JULIA CECILIA ESTRELLA ROMERO (REP. LEGAL)

181	HT-65342	LARMARCORSA S.A. #2	SANTA ELENA - PARROQUIA BALLENTA - CDLA. BRISAS DEL MAR - CANTÓN SANTA ELENA	042940011	VINUEZA SOTELO JUAN PARLO (REP. LEGAL)
180	HT-65352	NORMA GONZARAY ASENCIO	BARRIO LA ESPERANZA - AV. 15 SN Y CALLE 22 REF: DIAGONAL A AUTOREPUESTOS EVERAL - CASA DE DOS PISOS COLOR CREMA (SANTA ELENA - LA LIBERTAD)	0939653450	NORMA GONZARAY ASENCIO
181	HT-65414	VIVIANA DENISSE CACERES ACHURRA	SANTA ELENA - SALINAS - VIA A ANCONCITO SECTOR "LA DIABLICA"	0939778077	VIVIANA DENISSE CACERES ACHURRA
182	HT-66441	CESAR JINSON ESCOBAR OVIEDO ESCOMAR	CDLA. MIRAMAR SECTOR MAR BRAVO PARROQUIA JOSE LUIS TAMAYO (SALINAS)	0990563032	CESAR JINSON ESCOBAR OVIEDO
183	HT-66444	AUGUSTO LEONIDAS GONZARAY RODRIGUEZ "ALTAMAR"	COMUNA MONTEVERDE - BARRIO NARCISA DE JESÚS - SANTA ELENA - SANTA ELENA	0993505540 0991886115	AUGUSTO LEONIDAS GONZARAY RODRIGUEZ
184	HT-66448	MARTINA DEL ROCIO MORALES SUAREZ	COMUNA MONTEVERDE - PARROQUIA COLONCHE - SANTA ELENA - SANTA ELENA (REF. A 3 CUADRAS DEL SUB CENTRO DE SALUD)	0939952809	MARTINA DEL ROCIO MORALES SUAREZ
185	HT-66452	GUARECUO ANDRADE SLAICER STELL NICATOR ECUAVEN	SANTA ELENA - SANTA ELENA - COMUNA MONTEVERDE	0951835336	GUARECUO ANDRADE SLAICER STELL NICATOR
185	HT-69528	DENNYS XAVIER SALINAS PALMA	SANTA ELENA - COLONCHE - COMUNA MONTEVERDE - BARRIO SAN JOSÉ - DIAGONAL A LA IGLESIA EVANGÉLICA	0939952809	DENNYS XAVIER SALINAS PALMA

Actualizado por: Ing. Álvaro

Ministerio de Producción,
Comercio Exterior, Inversiones y Pesca

 Gobierno
Juntos lo logramos

SUBSECRETARÍA DE CALIDAD E INOCUIDAD - S.C.I.

LABORATORIOS IDENTIFICADOS Y APROBADOS

#	CÓDIGO	IDENTIFICACION	UBICACIÓN ESTABLECIMIENTO	TELÉFONOS	CONTACTO
186	HT-69542	MARIA LUISA VERA VERA	SITIO BRISEÑO - SAN VICENTE - MANABI	093972542 052330038	MARIA LUISA VERA VERA

ESTABLECIMIENTOS INCLUIDAS:	HT-69528
ESTABLECIMIENTOS ACTUALIZADOS:	
ESTABLECIMIENTOS RETIRADOS:	

Anexo 7: Solicitud entrevista



Oficio N° UPEC-FCIAEE-2021-0168-Of
Tulcán, 14 de septiembre de 2021

Asunto: Solicitud de información para desarrollar proyecto de tesis, ANDRANGO (CE)

Señor
Gastón Andrade Beicilla
GERENTE GENERAL
EMPRESA LARDEM
Presente

De mis consideraciones:

Reciba un atento y cordial saludo de quienes conformamos la comunidad universitaria de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi UPEC, a la vez que le deseamos éxitos en las funciones que usted acertadamente desempeña.

Por medio del presente me permito solicitar de la manera más cordial se autorice a la señorita ANDRANGO GUATEMA ERIKA DAYANA portador de la cédula de ciudadanía N° 1727461152, estudiante egresada de la Carrera de Comercio Exterior, a realizar entrevistas y obtener información referente a los procesos de producción de la larva de camarón de la empresa Lardema, ubicada en el cantón Manta, provincia de Manabí y la diversificación de mercados.

Los datos proporcionados permitirán desarrollar el proyecto de investigación de tesis denominado "Estrategias de internacionalización de larva de camarón de la empresa Lardema ubicada en el cantón Manta, provincia de Manabí y la diversificación de mercados". En virtud de lo antes mencionado me permito indicar que la información obtenida se utilizará con fines estrictamente académicos.

Por la atención que se digna dar al presente, reciba mis agradecimientos.

Atentamente,



MSC. Jairo Chávez Rosero

**DECANO DE LA FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**



"Educamos para transformar el mundo"

Sandra P.
04/10/2021

Anexo 8. Protocolos de producción

PROTOCOLO DE PRODUCCIÓN											
Estadio	Temperatura Grados Centigrados	H ₂ O	Alga/ml		Artemia		Diets PL				
		Nivel	Chaeto.	Thalasiostraw.	Quiste/ cocinada	Quiste/ viva	PL#0	PL#1	PL#2	PL#3	PL#4
		Mar			Art/Ind	Art/Ind	10 - 110 micras	100 - 250 micras	250 - 400 micras	300 - 550 micras	500 - 800 micras
gr/ton/día	gr/ton/día	gr/ton/día	gr/ton/día	gr/ton/día							
N5/Z1	30	12	60,000	15,000	0	0	0	-	-	-	-
Z1	32	13	80,000	17,000	0	0	0.432 x 6	-	-	-	-
Z2	33	14	80,000	20,000	0	0	0.56 x 6	-	-	-	-
Z3	33	15	100,000	20,000	6 x 6	0	1.0 x 8	0.2 x 10	-	-	-
M1	33	17	100,000	17,000	17 x 6	0	-	2.18 x 10	-	-	-
M2	33	18	100,000	17,000	13 x 6	8 x 6	-	2.35 x 10	-	-	-
M3	33	18	80,000	17,000	12 x 6	15 x 6	-	2.4 x 10	-	-	-
M3/PL1	33	↓13 ↑18	80,000	15,000	0	26 x 6	-	2.5 x 10	-	-	-
PL1	33	18	60,000	15,000	0	32 x 6	-	2.62 x 10	-	-	-
PL2	32	↓13 ↑18	40,000	10,000	0	40 x 6	-	2.7 x 10	-	-	-
PL3	32	18	40,000	10,000	0	45 x 6	-	2.95 x 10	-	-	-
PL4	32	↓13 ↑18	40,000	10,000	0	51 x 6	-	2.91 x 10	-	-	-
PL5	32	18	10,000	10,000	0	56 x 6	-	-	2.93 x 10	-	-
PL6	30	↓13 ↑18	10,000	10,000	0	60 x 6	-	-	3.07 x 10	-	-
PL7	30	18	10,000	10,000	0	60 x 4	-	-	3.22 x 10	-	-
PL8	30	↓13 ↑18	10,000	10,000	0	60 x 4	-	-	3.22 x 10	-	-
PL9	30	18	10,000	10,000	0	60 x 2	-	-	3.5 x 10	-	-
PL10	30	18	10,000	10,000	0	60 x 2	-	-	3.6 x 10	-	-
PL11	30	↓13 ↑18	10,000	10,000	0	60 x 2	-	-	-	3.65 x 10	-
PL12	30	18	10,000	10,000	0	0	-	-	-	3.65 x 10	-
PL13	30	18	10,000	10,000	0	0	-	-	-	3.65 x 10	-
PL14	30	18	10,000	10,000	0	0	-	-	-	3.65 x 10	-
PL15	30	↓13 ↑18	10,000	10,000	0	0	-	-	-	3.65 x 10	-
PL16	30	18	10,000	10,000	0	0	-	-	-	-	3.75 x 10

Anexo 9. Criterios de clasificación, control de calidad

Criterios de clasificación de Nivel 1 para el control de calidad de larva			
CRITERIO	PUNTUACIÓN	ESTADÍO	OBSERVACIONES
Actividad natatoria			
Activa (>95%)	10	Todos los estadios	Observaciones diarias
Intermedia (70-95%)	5		(2-4x)
Débil (en el fondo) (<70%)	0		
Fototaxis			
Positiva (>95%)	10	Zoea	Observaciones diarias
Intermedia (70-95%)	5		(2-4x)
Negativa (<70%)	0		
Hilos fecales			
Presente (90-100%)	10	Zoea	Observaciones diarias
Intermedio (70-90%)	5		(2-4x)
Ausente (<70%)	0		
Luminiscencia			
Ausente	10	Mysis	Observaciones diarias
Presente (<10%)	5		(2-4x)
Abundante (>10%)	0		
Homogeneidad del estado			
Alto (80-100%)	10	Todos los estadios	Observaciones diarias
Intermedio (10-80%)	5		(2-4x)
Bajo (<70%)	0		
Contenido Intestinal			
Lleno (100%)	10	Mysis	Observaciones diarias
Medio lleno (50%)	5		(2-4x)
Vacio (<20%)	0		

Anexo 10: Solicitud de información Ministerios de Producción Perú



ERIKA ANDRANGO GUATEMAL

Lun 15/11/2021 16:49

Para: consultas@produce.gob.pe



Buenas tardes Señores:
Ministerio de la Producción del Perú

Reciban un atento y cordial saludo, a la vez les deseo éxitos en las funciones que cada uno desempeña.

Por medio de este mensaje, me permito solicitar de la manera más cordial se me ayude con información referente a la creación de una filial de producción en el Perú tales como;

Requisitos

Documentación pertinente

Tipo de inversión

Infraestructura

Con el objetivo de continuar con mi trabajo de titulación con la temática siguiente: Estrategias de internacionalización de larva de camarón y la diversificación de mercados.

Por la atención que se digna dar al presente, reciba mis agradecimientos

Martha Antonia Chavez Bermejo <mchavezb@produce.gob.pe>

Mar 23/11/2021 17:08

Para: ERIKA ANDRANGO GUATEMAL <erika.andrango@upec.edu.ec>

Estimada Srta.

ERIKA ANDRANGO GUATEMA

Presente .-

Para saludarla y atendiendo a su consulta, la misma que ha sido trasladada a la Dirección General de Acuicultura – DGA, órgano de línea, con autoridad técnica nacional, responsable de promover y fomentar el crecimiento y desarrollo sostenible de la acuicultura a nivel nacional.

De acuerdo a su consulta respecto a la creación de una filial de producción en el Perú, se entiende que, se estaría refiriendo a la creación de un centro productor de semilla (larva) del recurso camarón. Bajo esta premisa, inicialmente se sugiere revisar el Decreto Legislativo N° 1195 - Ley General de Acuicultura y su Reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 003-2016-PRODUCE, específicamente el Artículo 10.2 del Reglamento que establece las categorías productivas para realizar la actividad de acuicultura, en este caso la categoría productiva de Acuicultura de Micro y Pequeña Empresa – AMYPE, donde se encuentra comprendido los centros de producción de semilla , así como las autorizaciones de investigación.

En lo que respecta a los requisitos y documentación para acceder a un centro de producción de semilla o de la autorización de investigación, manifestarle que dicha función ha sido transferida a las Direcciones Regionales de la Producción de los Gobiernos Regionales, por lo que de existir interés , se deberá presentar la solicitud a la dependencia donde se pretende desarrollar la actividad de acuicultura (centro productor de semilla o de autorización de investigación), debiendo para tal caso ceñirse a los requisitos establecidos en el Texto Único de Procedimiento Administrativo – TUPA vigente de dicha Institución.

Estamos atentos a cualquier otra inquietud.

Saludos cordiales,

Blga. MARTHA ANTONIA CHAVEZ BERMEJO

Supervisor de Programa Sectorial I

Dirección de Gestión Acuicola

Dirección General de Acuicultura

Calle Uno Oeste 060 - Urbanización Córpac, San Isidro - Perú

Teléfono: (511) 616-2222 anexo 4205

www.produce.gob.pe

Anexo 11: Ficha de observación (Formulario 01)



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
 FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
 ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
 CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR



Formulario 001
 Ficha de observación
 Datos generales

Nombre de la entidad:	Empresa LAROSTA
Representante legal:	Ing. Gastón Ignacio Andrade
Provincia – cantón:	Tarabí - Tanta
Dirección:	"San Mateo"
Fecha:	16-10-2021

Indicaciones

Instrucciones: Marque con una (x) según corresponda la valoración.	Objetivo Recolectar información que sea beneficiosa para la investigación.	Evaluación 1: No logrado 2: En proceso 3: Avance inicial 4: Logrado satisfactoriamente
---	---	--

Nro	Criterios	Evaluación				Observaciones
		1	2	3	4	
1.	Infraestructura y maquinaria propia				X	las instalaciones del laboratorio son simples 3 módulos.
2.	Registros Sanitarios				X	los registros que existen para los laboratorios de larva de casaca.
3.	Certificaciones internacionales				X	Tiene una certificación GSESA CAS.
4.	Evaluación microscópica por producción				X	El control es frecuente se previene enfermedades.
5.	Medidas sanitarias o de seguridad			X		A los empleados les falta seguridad protección de seguridad.
6.	Verificación de la calidad de la larva				X	A través de la toma de muestra se verifica la calidad de la larva.
7.	Manipulación y manejo cuidadoso de la larva durante su comercialización.			X		los falta implementar un orden de seguridad.
8.	Transporte y despacho				X	Tienen vehículos propios.
9.	Envase y embalaje			X		No tienen imagen corporativa.
10.	Oferta exportable				X	Cada módulo produce de 100 a 100 millones.
12.	Conocimiento de nuevos mercados	X				no conocen nuevos mercados para la comercialización, quieren posicionarse en el Perú y de ahí ampliar el mercado.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR



ENTREVISTA APLICADA AL GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA
LARDEMA

Trabajo de integración curricular: "Estrategias de internacionalización de larva de camarón de la empresa "Lardema" ubicada en el cantón Manta, Provincia de Manabí y la diversificación de mercados"

Objetivo: Recolectar información para conocer el proceso de producción de la empresa, la capacidad productiva y la rentabilidad.

Nombre del entrevistado: ING. GASTÓN GARCÍA ANDRADE

Empresa a la que pertenece: "LABORATORIOS LARDEMA"

1. ¿Cuántos años tiene en el mercado?

Como Grupo Lardema tenemos más de 10 años en el mercado nacional y desde el 2018 en el mercado internacional

2. ¿Cómo es el proceso de producción de larva de camarón?

se desinfecta, verificar la calidad del agua, después tener algas para la alimentación, preparar los tanques con aereación, Calentura de acoplamiento 2 eta I, II, III, luego Mudas I, II, y III, después post larva 1-10. 18 días producción y 5 de venta.

3. La empresa ¿Cuánto produce por corrida?

Se tiene 3 modelos para la producción de 165 millones y cada uno produce de 100 a 105 millones por corrida para los próximos años se prevé aumentar la producción.

4. ¿Cuánto ha vendido durante los últimos años?

El porcentaje de producción se mantiene en 60% a 65% y durante los últimos años un 70% por lo que mantiene una cartera de clientes amplia.

5. De los últimos 5 años ¿Cuál ha sido el año más rentable para la empresa?

LARDEMA
LARIAS DE MANABI
[Firma]
GERENTE

De los últimos 3 años, los más rentables han sido los 2019 años, los centos han incrementado pero debido a la los años han disminuido y a pesar de esto se han mantenido en el mercado y seguir manteniendo los clientes.

6. El producto se vende a nivel nacional o internacional, ¿Cuál es el porcentaje de venta?

Los ventas a nivel nacional se mantienen en 3 a 2.30 dólares y a nivel internacional de 1.3 en adelante se venden un 40 a 50% de la producción total.

7. ¿Qué es lo que le limita a no vender más (precio, cantidad, calidad)?

a la Empresa también no le vende nada porque en los 3 modelos tienen una cantidad de 450 millones y compete con grandes laboratorios, por lo que tienen y obtienen buenos de calidad y con los materiales en el mercado tienen gran cantidad de demanda por cubrir, el negocio es bueno y los resultados también.

8. En la provincia de Manabí ¿Cuáles son sus principales competidores?

Tienen grandes competidores en la provincia de Manabí como.....
LABORATORIA, LABORATORIO, LABORATORIOS,.....

9. ¿Cómo es la distribución del producto hacia el mercado nacional en la empresa?

Primero se analiza el estado de los lotes, luego se envía, se pesa en los laboratorios, se prepara los vasos con doble fuerza, se coloca agua oxigenada líquida, se lleva con cuidado para evitar la contaminación, posteriormente se envía y se compra en las oficinas de la empresa.

10. ¿Cree usted que la empresa está en la capacidad para internacionalizarse?

Al tener 3 modelos existe mayor rentabilidad pero tiene sobre producción de apertura porque existen más de 100 laboratorios que abastecen al mercado nacional por ende la internacionalización no sería rentable y se amplificaría el mercado aprovechando los que no han sido descubiertos.

Anexo 13. Solicitud de entrevistas



ERIKA ANDRANGO GUATEMAL

Lun 10/1/2022 10:19

Para: cbravom@produccion.gob.ec



Buenos días Estimado:
Ingeniero Carlos Bravo

Reciban un atento y cordial saludo, a la vez le deseo éxitos en las funciones que usted desempeña.

Le adjunto el cuestionario para la entrevista solicitada.

Atentamente

Erika Andrango



ERIKA ANDRANGO GUATEMAL

Mié 19/1/2022 11:55

Para: cna@cna-ecuador.com



Buenas días Señores:

Cámara Nacional de Acuicultura

Reciban un atento y cordial saludo, a la vez les deseo éxitos en las funciones que cada uno desempeña.

Por medio de este mensaje, me permito solicitar de la manera más cordial la posibilidad de realizar una entrevista al presidente del Directorio o miembros del mismo sobre temáticas relacionadas con la Internacionalización de laboratorios de larva de camarón y formas de entrada a mercados internacionales.

Con el objetivo de continuar con mi trabajo de titulación con la temática siguiente: Estrategias de internacionalización de larva de camarón y la diversificación de mercados.

Por la atención que se digne dar al presente, reciba mis agradecimientos.

Atentamente,

Erika Andrango

[Responder](#) | [Reenviar](#)



ERIKA ANDRANGO GUATEMAL

Jue 20/1/2022 12:42

Para: comunicacion.ipiap@gmail.com



Buenas días Señores:

Instituto Público de Investigación de Acuicultura y Pesca

Reciban un atento y cordial saludo, a la vez les deseo éxitos en las funciones que cada uno desempeña.

Por medio de este mensaje, me permito solicitar de la manera más cordial la posibilidad de realizar una entrevista sobre temáticas relacionadas con la Internacionalización de laboratorios de larva de camarón y formas de entrada a mercados internacionales.

Con el objetivo de continuar con mi trabajo de titulación con la temática siguiente: Estrategias de internacionalización de larva de camarón y la diversificación de mercados.

Por la atención que se digne dar al presente, reciba mis agradecimientos.

Atentamente,

Erika Andrango



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR



Trabajo de integración curricular: "Estrategias de internacionalización de larva de camarón de la empresa "Lardema" ubicada en el cantón Manta, Provincia de Manabí y la diversificación de mercados"

Objetivo: Recolectar información para conocer las principales estrategias aplicadas en la comercialización de larva de camarón.

Nombre del entrevistado:

Empresa a la que pertenece: Entidades que regentan los laboratorios.

1. En el País ¿Qué importancia tiene la temática estrategias de internacionalización para los laboratorios que producen larvas de camarón?

Normalmente no se tiene mayor importancia, debido a las limitadas capacidades y a la falta de apoyo por el gobierno o entidades del sector.

2. ¿Existen laboratorios de larva de camarón nacionales que se encuentren expandiendo sus operaciones a través de una joint venture?

Por el momento no se conoce con seguridad, pero se tiene información de Bigemar que está trabajando con una universidad de España en el rubro acuario.

3. ¿La Joint venture permitirá la asociación de laboratorios que se dedican a esta actividad comercial, cuáles serían las principales ventajas?

Si a través de esto se mejoraría los costos, competitividad y sería una alternativa de comercialización, así también se diversificarían mercados.

4. ¿Conoce usted si existen sucursales comerciales (locales o extranjeras) de los laboratorios de larva de camarón?

En el país existen algunos laboratorios que normalmente tienen sucursales, por ejemplo Texcomar S.A, Bigemar, Gumbah, los tlanos, telarcas, entre otros.

5. ¿Cuáles han sido los beneficios para los laboratorios de larvas de camarón el tener sucursales comerciales?

Al tener acceso a los mercados... mejora la competitividad del sector... y a la vez el crecimiento económico es viable.

6. ¿Conoce usted de algún laboratorio que haya implementado una filial de producción en otro país?

Existen algunos laboratorios, pero los más conocidos son AGENSA, E. ICA y el Grupo Tejudo, los demás son menores.

7. ¿Cuáles serían los beneficios que obtendrían los laboratorios al implementar una filial de producción?

Las filiales de producción... ayudan al crecimiento del mercado... de esta manera se puede expandir hacia otros países, porque en el Perú se restringe las exportaciones, pese a la sobreproducción de lotus de caparón en pocas cantidades y con autorizaciones previas para tener a otros mercados.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR



Proyecto de Investigación

Objetivo: Recolectar información para conocer los tiempos de supervivencia en la comercialización de larva de camarón.

Nombre del entrevistado: Ing Julio Macías

Empresa a la que pertenece: Laboratorio de larvas LARVIQUEST

1. ¿Cuál es el porcentaje de supervivencia de la larva de camarón previa a su comercialización?

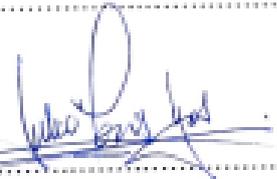
.....usualmente la supervivencia de las larvas de camarón hasta el estadio (edad) de Postlarva 12 se mueve entre el 60 % y el 80 % , se podría decir que un promedio del 70% es muy bueno.

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

2. ¿Cuánto es el tiempo máximo de durabilidad de la larva de camarón durante su comercialización una vez colocada en las cajas o tanques?

.....24 horas manteniendo un adecuado control de 4 parámetros básicamente : temperatura , Oxígeno disuelto , alimentación apropiada y la densidad (gramos de Postlarvas por litro)

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


Firma:

CI:....0902851419.....

Anexo 16. Amortización del préstamo

	Monto
	$1-(1+i)^{-n}$
	i
	<hr/>
	150.000
cuota fija	$\frac{150.000 \cdot 0,11}{1-(1+0,11)^{-4}}$
CF	<hr/>
	3,73942787
CF	<hr/>
	40113,0883

año	Interés	Pago a fin de año	Pago principal	Deuda después del pago
0				150.000
1	4125,00	40113,09	35988,09	114011,91
2	3135,33	40113,09	36977,76	77034,15
3	2118,44	40113,09	37994,65	39039,50
4	1073,59	40113,09	39039,50	0,00

Anexo 17. Depreciación de activos fijos
DEPRECIACIÓN MAQUINARIA

ACTIVO FIJO	VALOR	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
Blowers de empuje de aire	53130	4781,7	398,475
Bombas de agua	37560	3380,4	281,7
Generadores de energía trifásico	30000	2700	225
Espectrofotómetro	6000	540	45
Microscopio	1680	151,2	12,6
Balanza Grameras	2345	211,05	17,59
Oxigenómetro	1000	90	7,5

DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE COMPUTO

ACTIVO FIJO	VALOR	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
Teléfono	150	45	3,71
Computadoras de escritorio	1700	68	5,65
Impresoras	640	30	2,50
Escáneres	280	84	7

DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERÉS

ACTIVO FIJO	VALOR	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
Literas	960	86,4	7,2
Escritorios	320	28,8	2,4
Sillas de escritorio	150	13,5	1,13
Archivadores de madera	300	27	2,25
Televisor	800	72	6
Aire acondicionado	860	77,4	6,45
Mesas de comedor	595	53,55	4,46

DEPRECIACIÓN INFRAESTRUCTURA

ACTIVO FIJO	VALOR	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
Terreno	39581	0	0
Construcción	54600	4914	409,5
Tanques cubiertos con liner	6720	604,8	50,4
Lámina de techos	4550	409,5	34,13

Anexo 18. Fotografías de la entrevista y visita a la empresa

Instalaciones modulo San Mateo







VIII. GLOSARIO

B

BCE. *Banco Central del Ecuador*

C

CEPAL. *Comisión Económica Para América Latina y el Caribe*

CIF. *Costos Indirectos de Fabricación*

COPCI. *Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones*

F

FMI. *Fondo Monetario Internacional*

I

IGV. *Impuesto General a las Ventas*

M

MOD. *Mano de Obra Directa*

MPD. *Materia Prima Directa*

O

OMS. *Organización Mundial de la Salud*

P

PEA. *Población Económicamente Activa*

PIB. *Producto Interno Bruto*

POAM. *Perfil de Oportunidades Y Amenazas del Medio*

PYMES. *Pequeñas y Medianas Empresas*

U

UE. *Unión Europea*