



FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

“CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES DE LA CADENA DE VALOR DE LA PRODUCCIÓN DE TILAPIA DEL DISTRITO EDUARDO VILLANUEVA, PROVINCIA DE SAN MARCOS PARA LA EXPORTACIÓN DE TILAPIA AHUMADA A LA CIUDAD DE TOKIO-JAPÓN EN EL AÑO 2017.”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autores:

Bach. Castillo Bazán Paul

Bach. Soriano Cruzado Sandra Estefanía

Asesor:

Mg. Velasco Luza Luis Felipe

Cajamarca – Perú

2017

APROBACIÓN DE LA TESIS

El asesor los miembros del jurado evaluador asignados, APRUEBAN la tesis desarrollada por los Bachiller Castillo Bazán Paul y Soriano Cruzado Sandra Estefanía, denominada:

“CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES DE LA CADENA DE VALOR DE LA PRODUCCIÓN DE TILAPIA DEL DISTRITO EDUARDO VILLANUEVA, PROVINCIA DE SAN MARCOS PARA LA EXPORTACIÓN DE TILAPIA AHUMADA A LA CIUDAD DE TOKIO- JAPÓN EN EL AÑO 2017.”

Mg. Luis Felipe Velasco Luza

ASESOR

Dr. Jorge Fernando Guerrero Figueroa

JURADO

PRESIDENTE

Mba. Jorge Luis Salazar Rios

JURADO

Mg. Luis Gómez Vargas

JURADO

DEDICATORIA

Dedico la presente tesis a mi querida familia, en especial mis padres por su dedicación, cariño y apoyo incondicional, los cuáles son motivo de fuerza para la culminación de mi carrera profesional como también del presente trabajo de investigación.

Sandra Estefanía Soriano Cruzado.

Dedicado a mis padres quienes me inculcaron valores para seguir adelante y por brindarme su constante apoyo en todo momento de mi vida universitaria. A los docentes que se involucraron y me brindaron su apoyo durante la elaboración de la presente investigación.

Paul Castillo Bazán

AGRADECIMIENTO

Hacemos extensivo nuestro más sincero agradecimiento al Mg. Lic. Luis Felipe Velasco Luza por su asesoramiento y por el tiempo que ha dedicado a la culminación del presente trabajo de investigación. Además por brindarnos sus conocimientos impartidos durante nuestra permanencia en el proceso de proyecto de tesis y tesis que nos permitirá forjarnos como profesionales.

A la vez hacemos público nuestro reconocimiento a los dos expertos del tema que validaron nuestras preguntas de investigación y finalmente agradecemos a los diez productores de la zona La Grama – San Marcos por su participación e involucramiento para la recopilación de los datos.

Paúl y Sandra.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DE LA TESIS.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT	xiii
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....	14
1.1. Realidad problemática	14
1.2. Formulación del problema.....	17
1.3. Justificación.....	18
1.3.1. <i>Justificación teórica</i>	18
1.3.2. <i>Justificación práctica</i>	18
1.3.3. <i>Justificación Valorativa</i>	18
1.3.4. <i>Justificación Académica</i>	18
1.4. Limitaciones	18
1.4.1. <i>Limitaciones Internas</i>	18
1.4.2. <i>Limitaciones Externas</i>	19
1.4.3. <i>Superación de Limitación</i>	19
1.5. Objetivos	19
1.5.1. <i>Objetivo general</i>	19
1.5.2. <i>Objetivos específicos</i>	19
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	20
2.1. Antecedentes	20
2.1.1. <i>A nivel Internacional</i>	20
2.1.2. <i>A nivel Nacional</i>	23
2.1.3. <i>A Nivel Local</i>	27
2.2. Bases teóricas.....	28
2.2.1. <i>CADENAS DE VALOR</i>	28
2.2.2. <i>Teoría de Comercio Internacional</i>	35
2.3. Términos básicos	44
2.3.1. <i>Cadena de Valor</i>	44
2.3.2. <i>Exportación</i>	44
2.3.3. <i>Producción</i>	44

2.3.4.	<i>Organización</i>	45
2.3.5.	<i>Estrategia</i>	45
2.3.6.	<i>Proceso</i>	45
2.3.7.	<i>Mercado</i>	45
2.3.8.	<i>Producto</i>	45
2.4.	Hipótesis.....	45
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA.....		46
3.1.	Operacionalización de variables	46
3.1.1.	<i>Variable independiente</i>	46
3.1.1.	<i>Variable dependiente</i>	47
3.2.	Tipo de investigación	48
3.2.1.	<i>Básica</i>	48
3.3.	Diseño de investigación.	48
3.3.1.	<i>Definición de Descriptivo</i>	48
3.3.2.	<i>Transversal</i>	48
3.3.3.	<i>No experimental</i>	48
3.3.4.	<i>Tipo de investigación</i>	49
3.4.	Unidad de estudio	49
3.5.	Población.....	49
3.6.	Muestra	49
3.7.	Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos.....	49
3.7.1.	<i>Entrevistas</i>	50
3.7.2.	<i>Encuestas</i>	50
3.8.	Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos	50
3.9.	Procedimientos de la Investigación.....	50
3.9.1.	<i>Fase 1. Definir el problema de Investigación</i>	50
3.9.2.	<i>Fase 2. Elaboración del marco Teórico</i>	51
3.9.3.	<i>Fase 3. Formular Hipótesis:</i>	51
3.9.4.	<i>Fase 4. Selección de un diseño de investigación</i>	51
3.9.5.	<i>Fase 5. Realizar Trabajo de Campo</i>	51
3.9.6.	<i>Fase 6. Resultados</i>	51
CAPÍTULO 4. RESULTADOS		52
4.1.	Diagnostico situacional de la producción de tilapia de los productores del distrito Eduardo Villanueva, provincia de san marcos.....	52
4.1.1.	<i>Estanques</i>	52
4.1.2.	<i>Propuesta de cadena de valor de la producción de tilapia de los productores del distrito Eduardo Villanueva, provincia de san marcos.</i>	55
4.1.3.	<i>Encuesta a productores</i>	57
4.1.	Entrevista	61
CAPÍTULO 5. PRODUCTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL.....		64
5.1.	Idea de negocio.....	64
5.1.1.	<i>Delimitación de idea de negocio</i>	64
5.1.2.	<i>Depuración de ideas de negocio</i>	64
5.1.3.	<i>Cumplimiento de requisitos</i>	65

5.1.4.	<i>Factores de evaluación de Ideas planteadas</i>	65
5.1.5.	<i>Sub factores de evaluación de ideas planteadas</i>	66
5.1.6.	<i>Ponderación de factores y sub Factores de evaluación</i>	66
5.1.7.	<i>Evaluación de Ideas planteadas</i>	67
5.1.8.	<i>Oportunidad identificada</i>	70
5.1.9.	<i>Descripción de la idea de negocio</i>	70
5.1.10.	<i>Descripción del equipo emprendedor</i>	70
5.1.11.	<i>Descripción del producto</i>	75
5.1.12.	<i>Clasificación Arancelaria</i>	83
5.2.	<i>Análisis del entorno</i>	84
5.2.1.	<i>Análisis del Ambiente Externo</i>	84
5.2.2.	<i>Análisis de la industria</i>	93
5.2.3.	<i>Análisis del ambiente interno</i>	93
5.3.	<i>Estudio de mercado</i>	98
5.3.1.	<i>Estudio de mercado</i>	98
5.3.2.	<i>Metodología investigación de mercado</i>	101
5.4.	<i>Planeamiento estratégico</i>	104
5.4.1.	<i>Visión</i>	104
5.4.2.	<i>Misión</i>	104
5.5.	<i>Estructura de la empresa</i>	107
5.5.1.	<i>Organigrama organizacional</i>	107
5.5.2.	<i>Proyección de gastos anual en RRHH</i>	108
5.6.	<i>Plan de marketing</i>	110
5.6.1.	Objetivos	110
5.6.2.	Segmentación del Mercado	110
5.6.3.	Posicionamiento del Producto	111
5.6.4.	Plan de Marketing	111
5.7.	<i>Plan de operaciones</i>	115
5.7.1.	<i>Evaluación de localización de planta</i>	115
5.7.2.	<i>Evaluación de Ideas planteadas</i>	115
5.7.3.	<i>Localización de le empresa</i>	116
5.7.4.	<i>Localización geográfica</i>	116
5.7.5.	<i>Maquinaria</i>	118
5.8.	<i>Plan de recursos humanos:</i>	121
5.8.1.	<i>Definición del puesto:</i>	121
5.8.2.	<i>Responsabilidades y habilidades</i>	122
5.9.	<i>Responsabilidad social empresarial</i>	123
5.10.	<i>Plan financiero</i>	124
5.10.1.	<i>Plan de inversión</i>	124
5.11.	<i>Costos de producción</i>	127
5.12.	<i>Producción</i>	130
5.12.1.	<i>Proyección de la producción</i>	130
5.12.2.	<i>Punto de equilibrio</i>	131
5.13.	<i>Gastos de ventas</i>	132
5.13.2.	<i>Gastos de exportación</i>	132

5.14.	Financiamiento	132
5.14.1.	<i>Supuestos</i>	133
5.14.2.	<i>Valor de cuota</i>	133
5.14.3.	<i>Cronograma</i>	133
5.1.	Estados financieros	133
5.1.1.	<i>Balance general</i>	133
5.1.2.	<i>Estado de resultados</i>	135
5.1.3.	<i>Flujo de caja</i>	136
5.1.4.	<i>Presupuesto de ventas</i>	137
5.1.5.	<i>Indicadores financieros</i>	138
CAPÍTULO 6.	DISCUSIÓN	140
	CONCLUSIONES	143
	RECOMENDACIONES	144
	REFERENCIAS	145
	ANEXOS	147

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Actividades Primarias	30
Tabla 2. Siglas Incoterms	39
Tabla 3. Reglas Para Transporte Marítimo y Vías Navegadoras	39
Tabla 4. Operacionalización de variable Independiente.....	46
Tabla 5. Variable dependiente.....	47
Tabla 6. Distribución de la tilapia	58
Tabla 7. Trabajadores.....	59
Tabla 8. Entrevista.....	61
Tabla 9. Registro de ideas	64
Tabla 10. Proceso de depuración de ideas de negocio.....	64
Tabla 11. Proceso de depuración- Cumplimiento del requisito	65
Tabla 12. Factores de evaluación de ideas planteadas.....	65
Tabla 13. Sub factores de evaluación	66
Tabla 14. Ponderación de factores y sub factores	67
Tabla 15. Matriz de evaluación de Ideas- Producción de Tilapia Ahumada.....	68
Tabla 16. Matriz de evaluación de Ideas- Producción infusiones frutas nativas.....	69
Tabla 17. Emprendimiento.....	70
Tabla 18. Proceso de Constitución empresarial	72
Tabla 19. Requisitos para la solicitud de registro de marca.....	74
Tabla 20. Composición de la Tilapia Ahumada	75
Tabla 21. Características Físicoquímicas de la Tilapia Ahumada	76
Tabla 22. Composición Nutricional de la Tilapia Ahumada	76
Tabla 23. Línea de Productos.....	77
Tabla 24. Ficha Técnica de Tilapia Ahumada	79
Tabla 25. Empaque primario.....	80
Tabla 26. Ficha técnica envase primario.....	80
Tabla 27. Información Técnica de la Caja de cartón laminado	81
Tabla 28. Ficha técnica de la Caja de Poli estireno y Aluminio	81
Tabla 29. Información Técnica de Pallets	82
Tabla 30. Información técnica de Esquineros	82
Tabla 31. Información Técnica del Contenedor.....	83
Tabla 32. Clasificación arancelaria.....	84
Tabla 33. Factor demográfico	85
Tabla 34. Factor Económico.....	86
Tabla 35. Factor Político	87
Tabla 36. Socio Cultural.....	88
Tabla 37. Factor Tecnológico	89
Tabla 38. Factor ambiental	90
Tabla 39. Factor externo consolidado.....	91
Tabla 40. CIU	93
Tabla 41. Análisis de las fuerzas de Porter.....	94
Tabla 42. Actividades de la empresa	95
Tabla 43. Actividades Claves	95
Tabla 44. FODA	97
Tabla 45. Preguntas de Investigación	98
Tabla 46. Cuadro de estructuración de respuestas	99
Tabla 47. Metodología de investigación.....	101
Tabla 48. Objetivos específicos	101
Tabla 49. Objetivos Específicos: Preguntas y estructuración de respuestas	102
Tabla 50. Cronograma de actividades	103
Tabla 51. Objetivos misión	104
Tabla 52. Diferenciación	105
Tabla 53. Ventaja estratégica	105
Tabla 54. Matriz ANSOFF	106

Tabla 55. Supuestos RHH	108
Tabla 56. Proyección de gasto RRHH	108
Tabla 57. Calculo de remuneraciones	109
Tabla 58. Objetivos del marketing	110
Tabla 59. Segmentación.....	110
Tabla 60. Precio	111
Tabla 61. Principales Súper Mercados de Japón.....	113
Tabla 62. Criterios evaluación de planta.....	115
Tabla 63. Evaluación	115
Tabla 64. Maquinaria	118
Tabla 65. Responsabilidades	122
Tabla 66. Intangibles	124
Tabla 67. Activos fijos.....	125
Tabla 68. Capital de trabajo	126
Tabla 69. Resumen de inversión.....	126
Tabla 70. Aportes de capital	126
Tabla 71. Costos de materia prima	127
Tabla 72. Servicios	128
Tabla 73. Empaque	128
Tabla 74. Costeo	129
Tabla 75. Proyección de la producción.....	130
Tabla 76. Punto de equilibrio.....	131
Tabla 77. Marketing	132
Tabla 78. Gastos de exportación	132
Tabla 79. Supuestos.....	133
Tabla 80. Valor de cuota	133
Tabla 81. Cronograma.....	133
Tabla 82. Balance general.....	134
Tabla 83. Estado de resultados.....	135
Tabla 84. Flujo de caja	136
Tabla 85. Presupuesto de ventas.....	137
Tabla 86. VAN Y TIR	138
Tabla 87. CAPM.....	139

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Cadena de Valor Porter.....	28
Figura 2. Actividades de Apoyo.....	31
Figura 3. Cadena de Suministros	34
Figura 4. Documentación exigible para exportación	42
Figura 5. Tipo de Investigación.....	48
Figura 8. Estanque	52
Figura 9. Requerimientos ambientales	53
Figura 10. Cosecha de tilapia.....	54
Figura 11. Producción de tilapia actual.....	55
Figura 12. Propuesta de cadena de valor	56
Figura 6. Sexo de los productores	57
Figura 7. Producción mensual de tilapia	58
Figura 13. Razón Social	71
Figura 14. Marca comercial	73
Figura 15. Presentación del producto	78
Figura 16. Las fuerzas de Porter.....	93
Figura 17. Tilapia Ahumada – Cadena de valor.....	96
Figura 18. Valores empresariales	107
Figura 19. Organigrama	107
Figura 20. Canal de distribución	112
Figura 21. Localización geográfica de la planta.....	116
Figura 22. Plano de planta de producción	117
Figura 23. Flujo grama de producción	119
Figura 24. Prevención de riesgos de producción	121
Figura 25. Puestos laborales.....	121

RESUMEN

En la presente tesis se analiza las características de la cadena de valor de la Tilapia en el distrito de Eduardo Villanueva, provincia de San Marcos, el propósito de este análisis es determinar de manera detallada todas las actividades que conforman una cadena de valor de Tilapia para la exportación de tilapia ahumada al mercado de Tokio- Japón en el año 2017.

Se estudió todo lo que abarca el análisis de la crianza y producción de tilapia y casos de especies similares teniendo en cuenta el marco internacional, nacional, local y casos reconocidos de éxito; mostrando cantidades netas de producción, ventas, exportación e importación. Se analiza de forma particular de cómo se encuentra actualmente la cadena de valor de tilapia para identificar puntos críticos y cuellos de botella que esta contenga, además se estudia y analiza la manera más correcta para ser comercializada estudiando el producto, la plaza, el precio y la promoción. Es importante recalcar la distribución que debe tener este producto delicado.

En consiguiente se plantearon objetivos de acorde al tema para poder identificar y analizar dichas actividades que contenga la cadena de valor y se plantea en la tesis. Además hace referencia al problema principal que aun los productores no forman parte de una cadena productiva y no le dan el valor adecuado a la tilapia, cada uno trabaja por su lado. Como hipótesis se determinó que las características de las actividades de la cadena de valor de Tilapia en el distrito de Eduardo Villanueva, Provincia de San Marcos que permite la comercialización en el mercado regional son la producción y la logística.

Se aplicaron dos instrumentos para recopilar la información basándonos en las variables de estudio y con lo que se logró validar la hipótesis. Resaltando como una de las deficiencias más notorias y que afecta a la cadena empieza por la producción de tilapia en este caso, se describieron estrategias para poder obtener un producto de alta calidad y para que desarrolle una cadena de valor de tilapia y sea más competitivo en el mercado, ya se encuentran posicionados en el mercado regional, además se desarrollaron sugerencias y recomendaciones para los productores de tilapia.

La tesis finaliza con las conclusiones coherentes a toda la información captada y toda la deficiencia que se ha encontrado dentro de la cadena de valor de tilapia, sin dejar de lado las recomendaciones dirigidas a los interesados e involucrados de la cadena productiva de tilapia.

Palabras clave: Cadena de valor, Tilapia, Estrategias

ABSTRACT

This thesis analyzes the characteristics of the value chain of Tilapia in the district of Eduardo Villanueva, San Marcos province, the purpose of this analysis is to determine in detail all the activities that make up a value chain of Tilapia for The export of smoked tilapia to the Tokyo-Japan market in 2017.

Everything covered by the analysis of the breeding and production of tilapia and cases of similar species was studied taking into account the international, national, local and recognized cases of success; Showing net amounts of production, sales, export and import. It analyzes, in a particular way, how the tilapia value chain is currently found to identify critical points and bottlenecks that it contains, as well as studying and analyzing the most correct way to be marketed by studying the product, place, price and the promotion. It is important to emphasize the distribution that this delicate product must have.

Consequently, objectives were set according to the theme in order to be able to identify and analyze those activities that contain the value chain and is proposed in the thesis. It also refers to the main problem that even producers are not part of a productive chain and do not give the appropriate value to tilapia, each one works for them. As hypothesis it was determined that the characteristics of the activities of the Tilapia value chain in the district of Eduardo Villanueva, Province of San Marcos that allows the commercialization in the regional market are production and logistics.

Two instruments were applied to collect the information based on the study variables and with which it was possible to validate the hypothesis. Highlighting how one of the most notorious deficiencies and affecting the chain begins with the production of tilapia in this case, described strategies to obtain a high quality product and to develop a value chain of tilapia and be more competitive in The market, are already positioned in the regional market, in addition they developed suggestions and recommendations for tilapia producers.

The thesis concludes with the coherent conclusions of all the information gathered and all the deficiency that has been found within the value chain of tilapia, without leaving aside the recommendations directed to the interested and involved of the productive chain of tilapia

Key words: Value chain, Tilapia, Strategies

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales

REFERENCIAS

- Asenjo, H., & Zapatel, C. (2014). *Plan de negocio para la producción y comercialización de tilapia de Nilo en el caserío de Paredones del distrito de Chongoyape, región Lambayeque, Perú*. Obtenido de <http://tesis.usat.edu.pe/jspui/handle/123456789/365>
- Colihueque, N. (2015). *Scielo*. Recuperado el 2017, de <http://www.scielo.cl/pdf/lajar/v43n1/art01.pdf>
- Colihueque, N. (13 de Enero de 2015). *Scielo*. Recuperado el 2017, de <http://www.scielo.cl/pdf/lajar/v43n1/art01.pdf>
- FAO. (2012). En O. d. Alimentación., *El estado mundial de la pesca y la acuicultura* (pág. 231). Roma: Departamento de Pesca y Acuicultura de la FAO. Recuperado el 2017, de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/3820/T12.14%20Q6a.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- FAO. (Noviembre de 2014). *Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la Agricultura*. Recuperado el 2017, de <http://www.fao.org/3/a-i3720s.pdf>
- Gobierno Regional de Cajamarca. (2017 de Enero de 2017). *Acuicultura*. Recuperado el 2017, de <http://www.regioncajamarca.gob.pe/sites/default/files/noticias/documentos/Acuicultura%20para%20la%20vida.pdf>
- Lango Reynoso, V. (2016). *INSTITUCIÓN DE ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS AGRÍCOLAS*. Recuperado el 2017, de https://www.researchgate.net/profile/Veronica_Lango/publication/312552616_Comercializacion_de_tilapia_viva_propuesta_de_innovacion_y_crecimiento_economico_en_la_cadena_agroalimentaria/links/5881c0ce4585150dde3f4b54/Comercializacion-de-tilapia-viva-propues
- Mamani, E. (2010). *Estrategias de organización industrial: Estudio exploratorio en agrupaciones de productores de Trucha. Puno, Perú*. Obtenido de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3760129>
- Maradiegue, R., Farro, E., & Escala, J. (12 de Octubre de 2010). *Planeamiento Estratégico para la producción y Comercialización de tilapias*. Recuperado el 2017, de file:///MARADIEGUE_FARRO_ESCALA_YI_TILAPIAS.pdf
- Martez, G., Singh, M., & Toro Lozano, D. (2 de Noviembre de 2016). CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO DEL CULTIVO DE TILAPIA: ESTUDIO DE CASO - PRODUCTORES DE CHIRIQUÍ EN PANAMÁ. *Brasil Para Todos - Eniac*. Recuperado el 2017, de <file:///C:/Users/HP/Downloads/407-1281-1-PB.pdf>
- Organización Mundial del Comercio. (6 de setiembre de 2013). *iniciativa: Hecho por el Mundo*. Recuperado el 2017, de https://www.wto.org/spanish/news_s/news13_s/miwi_06sep13_s.htm

- Pérez Munguía, C. (25 de Febrero de 2014). *Forbes*. Recuperado el 2017, de Red Forbes: <https://www.forbes.com.mx/mundializacion-de-la-produccion-las-cadenas-globales-de-valor/>
- PRODUCE. (23 de Agosto de 2013). *Ministerio de Producción*. Recuperado el 2017, de <http://www2.produce.gob.pe/RepositorioAPS/3/jer/ACUISUBMENU4/boletines/CADENAS%20PRODUCTIVAS.pdf>
- PROMPERÚ. (Enero de 2014). *Buenas Practicas Acuicolas*. Recuperado el 2015, de <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=E28CA832-5A0F-4237-AAAF-A71ED5A86841.PDF>
- Quiñones Sanchez, J. (2014). *ANÁLISIS DE LA CADENA AGROALIMENTARIA DE LA TRUCHA EN COLOMBIA*. Recuperado el 2017, de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/3820/T12.14%20Q6a.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Ramos Rivera, Y. (2012). *Evaluación de la producción y rentabilidad del cultivo de tilapia roja en tres pisos altitudinales del distrito de suyo, provincia de Ayabaca, Piura, Perú*. Obtenido de <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/5197>
- Sánchez Cuéllar, L. (2015). *ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR DE LA CONCHA DE*. Recuperado el 2017, de https://sascaperu.files.wordpress.com/2015/02/sanchez_thesis_cadenavalor_sechura.pdf
- Tantalean Rojas, N. (2014). *Proyecto de inversión para la instalación de una piscigranja de truchas en el Centro Poblado Menor El Campamento en la provincia de Chota. Cajamarca Perú*. Obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/355/1/TL_Tantalean_Rojas_RosaNancy.pdf
- Vela Meléndez, L., Gálvez López, K., & García Jiménez, A. (Noviembre de 2013). *Instituto de Economía y Desarrollo*. Obtenido de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/34117/1/Acuicola_Lambayeque.pdf
- Vélez Chica, J. C., Bernal Zambrado, j. J., & Panta Vélez, R. (10 de Enero de 2015). *EVALUACIÓN ECONÓMICA EX-ANTE DEL CULTIVO DE TILAPIAS A*. Recuperado el 2017, de <file:///C:/Users/HP/Downloads/335-13-625-1-10-20170418.pdf>
- Yapuchura, A. (2002). *Producción y comercialización de truchas en el departamento de Puno y nuevo paradigma de producción. Puno, Perú*. Obtenido de <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/2674>