



Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión
Facultad de Ingeniería Pesquera
Escuela Profesional de Ingeniería Pesquera

Impacto de las buenas prácticas de comercialización en la eficiencia de la venta de recursos
hidrobiológicos en la lonja del Mercado Central de Huacho 2025

Tesis

Para optar el Título Profesional de Ingeniero Pesquero

Autor

Daniel Climaco Fernandez Montes

Asesor

Dr. Luciano Amador Garcia Alor



Firma y sello del Asesor
LUCIANO AMADOR GARCIA ALOR
INGENIERO PESQUERO
Reg. CIP N° 20207

Huacho – Perú

2026



Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Reconocimiento: Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. No Comercial: No puede utilizar el material con fines comerciales. Sin Derivadas: Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. Sin restricciones adicionales: No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

LICENCIADA

(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020)

**Facultad de Ingeniería Pesquera
Escuela Profesional de Ingeniería Pesquera**

METADATOS

DATOS DEL AUTOR (ES):		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	FECHA DE SUSTENTACIÓN
Daniel Climaco Fernandez Montes	72882810	22/07/2026
DATOS DEL ASESOR:		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	CÓDIGO ORCID
Dr. Luciano Amador Garcia Alor	15583286	https://orcid.org/0000-0001-6160-0833
DATOS DE LOS MIEMBROS DE JURADOS – PREGRADO/POSGRADO-MAESTRÍA-DOCTORADO:		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	CÓDIGO ORCID
Dr. Oswaldo Francisco Flores Saldaña	15582719	https://orcid.org/0000-0001-7582-7430
Mtro. Jesus Gustavo Barreto Meza	15589980	https://orcid.org/0000-0002-5790-6757
Mtra. Maria Melitta Hurtado Zamora	17801831	https://orcid.org/0000-0002-5470-368X

Daniel Climaco Fernandez Montes

Impacto de las buenas prácticas de comercialización en la eficiencia de la venta de recursos hidrobiológicos en la lonja d...

UNIDAD DE INVESTIGACION FIP - PREGRADO 2026

UNIDAD DE INVESTIGACION FIP

Facultad de Ingeniería Pesquera

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid::1:3570801706

Fecha de entrega

15 may 2026, 10:22 a.m. GMT-5

Fecha de descarga

18 may 2026, 3:38 p.m. GMT-5

Nombre del archivo

BORRADOR_TERMINADO_PARA_PRESENTAR.docx

Tamaño del archivo

7.0 MB

70 páginas

10.948 palabras

64.209 caracteres



Página 2 de 78 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid::1:3570801706

19% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Coincidencias menores (menos de 8 palabras)

Exclusiones

- N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

- 18% Fuentes de Internet
- 4% Publicaciones
- 6% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Dedicatoria

Dedico este trabajo de investigación en primer lugar a mi familia por el apoyo incondicional, comprensión y sacrificio durante todo mi proceso de formación profesional, siendo un pilar fundamental para alcanzar este objetivo.

Daniel Climaco Fernández Montes

Agradecimiento

Expreso mi sincero agradecimiento a Dios por brindarme salud y fortaleza para culminar esta etapa académica. A mis docentes de la facultad, por sus valiosas enseñanzas. Asimismo, agradezco a mi familia por su apoyo constante y motivación permanente.

Daniel Climaco Fernández Montes

Índice

Dedicatoria	v
Agradecimiento.....	vi
Índice	vii
Resumen	xiv
Abstract	xv
Introducción	xvi
Capítulo I	1
1. Planteamiento del Problema	1
1.1 Descripción de la realidad problemática.....	1
1.2. Formulación del problema.....	3
1.2.1. Problema general.....	3
1.2.2. Problemas específicos	3
1.2.2.1. <i>Problema específico 1</i>	3
1.2.2.2. <i>Problema específico 2</i>	3
1.2.2.3. <i>Problema específico 3</i>	3
1.3. Objetivo de la investigación	4
1.3.1. Objetivo general.....	4
1.3.2. Objetivos específicos	4
1.3.2.1. <i>Objetivo específico 1</i>	4
1.3.2.2. <i>Objetivo específico 2</i>	4
1.3.2.3. <i>Objetivo específico 3</i>	4
1.4 Justificación de la investigación	5
1.5 Delimitaciones del estudio	6
1.5.1 <i>Delimitación espacial:</i>	6
1.5.2 <i>Delimitación temporal:</i>	6

1.5.3 Delimitación temática:	6
1.5.4 Delimitación poblacional:	6
Capítulo II	7
2. Marco Teórico.....	7
2.1 Antecedentes de la investigación.....	7
2.1.1 Investigaciones internacionales	7
2.1.1.1. Aplicación de Buenas Prácticas de Manufactura en Centros de Acopio de Productos Hidrobiológicos en Guatemala	7
2.1.1.2. Buenas Prácticas de Manufactura y Manipulación de Alimentos en Mercados Municipales de Paraguay.....	7
2.1.1.3. Implementación de BPM en la Industria Alimentaria de República Dominicana ..	8
2.1.1.4. Desarrollo Económico y Buenas Prácticas de Manufactura en los Mercados del Ecuador	8
2.1.2 Investigaciones nacionales	9
2.1.2.1. Calidad de los servicios en la comercialización de recursos hidrobiológicos en el Mercado Municipal de Abastos Chancay, 2023	9
2.1.2.2. Comercialización de recursos hidrobiológicos de la pesca artesanal para restaurantes gourmet realizado por la Empresa Isla S.A.C.	10
2.1.2.3. Calidad y comercialización de los principales recursos hidrobiológicos para consumo en el rubro de restaurantes Lima-Callao 2021	10
2.1.2.4. Plan de negocio para la creación de una distribuidora de productos hidrobiológicos, ubicado en Chiclayo, región Lambayeque	11
2.2 Bases teóricas	11
2.2.1 Recursos Hidrobiológicos	11
2.2.2 Comercialización.....	12
2.2.3 Buenas prácticas de comercialización	12

2.2.4 Cadena de suministro hidrobiológica	12
2.2.5 Trazabilidad	12
2.2.6 Comercio justo	13
2.2.7 Condiciones de conservación e inocuidad alimentaria	13
2.2.8 Infraestructura del mercado	13
2.2.9 Manipulación y capacitación del personal	13
2.2.10 Preferencias y hábitos del consumidor	14
2.2.11 Precios y accesibilidad	14
2.2.12 Formalización y normativas sanitarias	14
2.2.13 Marketing y presentación del producto	14
2.3 Bases Filosóficas	15
2.3.1. Empirismo	15
2.3.2. Pragmatismo	15
2.3.3. Realismo	15
2.4 Definición de términos básicos	16
2.4.1. Recursos hidrobiológicos	16
2.4.2. Comercialización	16
2.4.3. Buenas prácticas de comercialización	16
2.4.4. Mercado central de Huacho	16
2.4.5. Inocuidad alimentaria	16
2.4.6. Cadena de valor	17
2.4.7. Manipulación post-captura	17
2.4.8. Comercializador o comerciante	17
2.5 Hipótesis de investigación	18
2.5.1 Hipótesis general	18
2.5.2 Hipótesis específicas	18

2.5.2.1. Hipótesis específica 1	18
2.5.2.2. Hipótesis específica 2	18
2.5.2.3. Hipótesis específica 3	19
2.6 Operacionalización de las variables	20
Capítulo III	21
3. Metodología	21
3.1 Diseño metodológico	21
3.1.1 Tipo de investigación	21
3.1.2 Diseño de investigación	21
3.2 Población y muestra	21
3.3 Técnicas y recolección de datos	22
3.4 Técnicas para el procedimiento de la información.....	22
Capítulo IV	23
4. Resultados.....	23
4.1 Análisis de resultados	23
4.1.1 Resultados de la variable: Impacto de las buenas prácticas de comercialización .	23
4.1.2 Resultados de la variable: Eficiencia de la venta de Recursos Hidrobiológicos.....	29
4.2 Contrastación de hipótesis.....	39
4.2.1 Hipótesis General	39
4.2.2 Hipótesis Especifica	39
Capítulo V	40
5. Discusión	40
5.1 Discusión de resultados	40
Capítulo VI	41
6. Conclusiones y Recomendaciones	41
6.1 Conclusiones.....	41

6.2	Recomendaciones.....	42
	Capítulo VII.....	43
5.	Referencias Bibliográficas.....	43
5.1	Fuentes documentales.....	43
5.2	Fuentes bibliográficas	46
	ANEXOS.....	48

INDICE DE TABLA

Tabla 1 Especificaciones mínimas de estructura del mercado y/o de los 15 puestos de venta.....	23
Tabla 2 Especificaciones para los contenedores, recipientes o cajas empleadas en las actividades del mercado. En los 15 puestos de venta.....	24
Tabla 3 Especificaciones sobre equipamiento y materiales de trabajo. En los 15 puestos de venta.....	25
Tabla 4 Consideraciones para el manipuleo de mercancías.....	26
Tabla 5 Especificaciones operativas para la exhibición y venta de las mercancías	28

Índice de ilustración

Ilustración 1 El nivel de ventas alcanzado en mi puesto/empresa es satisfactorio.	29
Ilustración 2 Se cumplen las metas comerciales establecidas para la venta de productos hidrobiológicos.	30
Ilustración 3 Se aplican estrategias de venta adecuadas para atraer más clientes.	31
Ilustración 4 La presentación y exhibición del producto facilita el proceso de venta.	32
Ilustración 5 Se atiende a los clientes de manera rápida y eficiente durante la compra.	33
Ilustración 6 Los clientes muestran satisfacción con el proceso de venta.	34
Ilustración 7 La información brindada al cliente es suficiente para incentivar la compra.	35
Ilustración 8 Las ventas muestran un crecimiento sostenido en comparación con meses anteriores.	36
Ilustración 9 El personal cuenta con las competencias necesarias para vender productos hidrobiológicos.	37
Ilustración 10 Las condiciones higiénico–sanitarias del punto de venta favorecen el aumento de ventas.	38

Resumen

Objetivo: Analizar el impacto de las buenas prácticas de comercialización en la eficiencia de la venta de recursos hidrobiológicos en la lonja del mercado central de Huacho 2025, con la finalidad de proponer recomendaciones que optimicen el proceso de comercialización

Metodología: De nivel descriptivo, con un enfoque cuantitativo **Resultados:** Se realizó la verificación en la lonja del mercado central donde evalué las dos variables, las buenas prácticas de comercialización y la eficiencia en la venta, determinando un buen porcentaje de cumplimiento de las normas establecidas en el decreto 020-2022-PRODUCE, y también observamos ciertas falencias en la implementación de contenedores para residuos orgánicos e inorgánicos por cada puesto de venta, también identificamos que el personal no cuenta con capacitación para desempeñar estas labores. **Conclusión:** Se concluye que la venta de productos hidrobiológicos en el mercado de Huacho muestra un cumplimiento mayoritario de las buenas prácticas sanitarias, operativas e infraestructurales definidas en el D.S. N.º 020-2022-PRODUCE, con condiciones apropiadas en términos de la estructura de los puestos de venta, la utilización de materiales y contenedores para trabajar, junto con las prácticas para manipular y presentar los productos. Sin embargo, los resultados también muestran que el manejo de residuos sólidos, la preservación apropiada de productos hidrobiológicos, el empleo de equipamiento específico y la formación del personal no están siendo gestionados adecuadamente; esto limita la aplicación completa de las normativas y pone en evidencia la necesidad de llevar a cabo acciones correctivas para asegurar la inocuidad, calidad y seguridad alimentaria de los productos vendidos.

Palabras Claves: Inocuidad, calidad, buenas prácticas, eficiencia.

Abstract

Objective: Analyze the impact of good marketing practices on the efficiency of the sale of hydrobiological resources in the central market of Huacho 2025, with the purpose of proposing recommendations that optimize the marketing process

Methodology: Descriptive level, with a quantitative approach

Results: The verification was carried out in the central market where I evaluated the two variables, good marketing practices and sales efficiency, determining a good percentage of compliance with the standards established in decree 020-2022-PRODUCE, and we also observed certain shortcomings in the implementation of containers for organic and inorganic waste for each sales position, we also identified that the staff does not have training to perform these tasks.

Conclusion: It is concluded that the sale of hydrobiological products in the Huacho market shows a majority compliance with the good sanitary, operational and infrastructural practices defined in the D.S. No. 020-2022-PRODUCE, with appropriate conditions in terms of the structure of the sales positions, the use of materials and containers to work with, together with the practices for handling and presenting the products. However, the results also show that the management of solid waste, the appropriate preservation of hydrobiological products, the use of specific equipment and the training of personnel are not being adequately managed; This limits the complete application of the regulations and highlights the need to carry out corrective actions to ensure the safety, quality and food security of the products sold.

Keywords: Safety, quality, good practices, efficiency.

Introducción

La venta de productos hidrobiológicos es esencial para el desarrollo económico y la seguridad alimentaria, sobre todo en regiones costeras donde su consumo es alto. Los productos hidrobiológicos, debido a su gran perecibilidad, necesitan condiciones apropiadas para ser manipulados, preservados y vendidos con el objetivo de asegurar su calidad, inocuidad y seguridad para el consumidor final.

En Perú, el Ministerio de la Producción, a través del Decreto Supremo N.º 020-2022-PRODUCE, fija normativas sanitarias y operativas con el objetivo de regular las buenas prácticas en los mercados mayoristas. Esto se hace para garantizar unas condiciones sanitarias e higiénicas apropiadas al vender estos productos. Sin embargo, en varios mercados tradicionales continúan existiendo insuficiencias vinculadas a la infraestructura, la gestión de desechos, el mantenimiento del producto y la formación del personal, lo que puede significar amenazas para la salud pública.

En este marco, el objetivo de esta investigación es examinar la implementación de buenas prácticas en la comercialización de productos hidrobiológicos y ofrecer sugerencias para su perfeccionamiento. Esta investigación se lleva a cabo en el mercado de Huacho. La investigación pretende proporcionar datos significativos que faciliten el cumplimiento de la normativa vigente, fomentando una comercialización segura y colaborando con la defensa del consumidor y el desarrollo sustentable de la industria pesquera.

Capítulo I

1. Planteamiento del Problema

1.1 Descripción de la realidad problemática

En el Perú, la actividad pesquera representa una fuente importante de ingresos, empleo y seguridad alimentaria para miles de familias, especialmente en las zonas costeras. Según el Ministerio de la Producción (2022), los recursos hidrobiológicos constituyen uno de los principales productos comercializados en los mercados locales, siendo altamente demandados por su valor nutricional y accesibilidad.

En la ciudad de Huacho, capital de la provincia de Huaura, la comercialización de productos hidrobiológicos se concentra principalmente en la lonja del Mercado Central. Este centro de abastos cumple un rol fundamental en el abastecimiento de productos frescos para la población local. Sin embargo, pese a su importancia, se han identificado diversas deficiencias en los procesos de comercialización de estos productos (Municipalidad Provincial de Huaura, 2023).

El almacenamiento y la exhibición de los productos es insuficiente, no hay capacitación suficiente en los comerciantes sobre buenas prácticas de higiene y conservación, y se manipulan mal los recursos hidrobiológicos. Estos son algunos de los problemas clave que se han observado (PRODUCE, 2019). Estas circunstancias no solo tienen un impacto en la calidad e inocuidad de los alimentos, sino que además comprometen la salud del comprador y disminuyen la capacidad competitiva de los comerciantes frente a mercados mejor organizados.

Además, se evidencia una limitada aplicación de normas técnicas o protocolos orientados a garantizar la trazabilidad y el manejo higiénico de los productos pesqueros (FAO, 2011). Esto

genera un entorno comercial informal y poco controlado, que dificulta la mejora continua del servicio y la confianza del consumidor.

Ante esta realidad, se hace evidente la necesidad de proponer una serie de buenas prácticas de comercialización orientadas a optimizar el manejo de los recursos hidrobiológicos en la lonja del Mercado Central de Huacho. La implementación de estas prácticas no solo contribuiría a mejorar la calidad del producto final, sino también a elevar la competitividad de los comerciantes y proteger la salud de los consumidores.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es el impacto de las buenas prácticas de comercialización en la eficiencia de la venta de recursos hidrobiológicos en la lonja del mercado central de Huacho 2025?

1.2.2. Problemas específicos

1.2.2.1. Problema específico 1

¿Cuál es el nivel de aplicación de las buenas prácticas de comercialización por parte de los comerciantes de recursos hidrobiológicos en la lonja del mercado central de Huacho?

1.2.2.2. Problema específico 2

¿De qué manera las deficiencias en la aplicación de buenas prácticas de comercialización afectan en la venta de recursos hidrobiológicos en la lonja del mercado central de Huacho?

1.2.2.3. Problema específico 3

¿Qué recomendaciones basadas en buenas prácticas de comercialización pueden plantearse para optimizar la eficiencia en la venta de recursos hidrobiológicos en la lonja del mercado central de Huacho?

1.3. Objetivo de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Analizar el impacto de las buenas prácticas de comercialización en la eficiencia de la venta de recursos hidrobiológicos en la lonja del mercado central de Huacho 2025, con la finalidad de proponer recomendaciones que optimicen el proceso de comercialización

1.3.2. Objetivos específicos

1.3.2.1. Objetivo específico 1

Identificar el nivel de aplicación de buenas prácticas de comercialización de los comerciantes de recursos hidrobiológicos en la lonja del mercado central de Huacho.

1.3.2.2. Objetivo específico 2

Evaluar cómo las deficiencias en la aplicación de buenas prácticas de comercialización afectan en la venta de recursos hidrobiológicos en la lonja del mercado central de Huacho.

1.3.2.3. Objetivo específico 3

Proponer recomendaciones de buenas prácticas de comercialización orientadas a mejorar la eficiencia de la venta de recursos hidrobiológicos en la lonja del mercado central de Huacho.

1.4 Justificación de la investigación

El propósito de este estudio es sugerir prácticas comerciales adecuadas para la venta de mariscos y pescados en el mercado de Huacho, con el fin de colaborar en un mejoramiento tanto del producto ofrecido como de la experiencia del cliente. La relevancia de una gestión, presentación y venta correcta de productos hidrobiológicos es el punto de partida de esta investigación, ya que esto no solo asegura la seguridad alimentaria, sino que también refuerza la confianza del consumidor.

El mercado de Huacho es un espacio clave de abastecimiento de productos marinos para la población local. Sin embargo, se ha observado que, en muchos casos, las prácticas de comercialización no siguen lineamientos que aseguren la inocuidad, conservación y presentación adecuada de estos productos. Por ello, este trabajo buscó generar recomendaciones prácticas que puedan ser aplicadas por los comerciantes para optimizar su actividad y ofrecer productos en condiciones más seguras y atractivas para el consumidor.

La elección del tema responde también a la viabilidad y cercanía con el entorno de estudio, lo que permitió un acceso directo a la información, entrevistas y observación de campo. Esto facilitó una comprensión más profunda de la realidad local y asegura una propuesta adaptada al contexto específico del mercado de Huacho.

Los aportes de esta investigación fueron tanto teóricos, al contribuir al conocimiento sobre buenas prácticas comerciales en el rubro de pescados y mariscos, como prácticos, al ofrecer recomendaciones aplicables y útiles para los vendedores. De este modo, se beneficia directamente al consumidor final, quien podrá acceder a productos de mejor calidad, fomentando además una cultura de comercialización responsable y sostenible.

1.5 Delimitaciones del estudio

1.5.1 Delimitación espacial:

La investigación tuvo lugar en la lonja del mercado de Huacho, situado en el departamento de Lima, provincia de Huaura y ciudad de Huacho, Perú. En la parte norte de Lima, este mercado es uno de los más importantes para el comercio de productos hidrobiológicos.

1.5.2 Delimitación temporal:

La investigación se realizó desde junio hasta noviembre del año 2025, período en el que se recopiló la información requerida y se examinaron las prácticas de comercialización contemporáneas.

1.5.3 Delimitación temática:

El estudio estuvo enfocado en comercialización de productos hidrobiológicos, entendidos como los productos provenientes del mar, ríos o lagos (como pescados, mariscos y otros recursos acuáticos). El enfoque estuvo puesto en identificar y recomendar buenas prácticas de comercialización, tales como la presentación del producto, el trato al cliente, las condiciones de higiene, entre otros aspectos.

1.5.4 Delimitación poblacional:

La población considerada para el estudio estuvo integrada por los comerciantes de productos hidrobiológicos del mercado de Huacho., a quienes se les aplicó encuestas y/o entrevistas para recopilar información directa sobre sus prácticas de venta.

Capítulo II

2. Marco Teórico

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Investigaciones internacionales

2.1.1.1. Aplicación de Buenas Prácticas de Manufactura en Centros de Acopio de Productos Hidrobiológicos en Guatemala

Ramírez (2018) trató en su tesis, elaborada en la Universidad de San Carlos de Guatemala, sobre cómo aplicar las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) en los centros de acopio que comercializan productos hidrobiológicos. La investigación se enfocó en examinar los procedimientos de recepción, manejo, almacenamiento y entrega de pescados y mariscos que proceden de la pesca artesanal. A través de observación directa y entrevistas estructuradas, se evidenció que muchos de los centros no contaban con condiciones adecuadas de higiene, presentaban deficiencias en la cadena de frío y no capacitaban de forma continua a su personal.

Dijo la investigación que la implementación de BPM no solo mejora la inocuidad de los productos, sino que también afecta la competitividad de los centros de acopio en relación con los mercados internos y externos. Asimismo, se presentó un plan de mejora fundamentado en las normas del Codex Alimentarius, y las recomendaciones de la FAO, lo cual puede servir como modelo para mercados de países con características similares a las del Perú.

2.1.1.2. Buenas Prácticas de Manufactura y Manipulación de Alimentos en Mercados Municipales de Paraguay

El Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social de Paraguay (2017) realizó una investigación técnica que estudió las condiciones de la manipulación de alimentos en los mercados municipales del Departamento de Caaguazú, así como los elementos de riesgo. A través de este análisis se observó que, en mercados con una fuerte presencia de productos

hidrobiológicos, las condiciones sanitarias eran deficientes: utensilios sin desinfección, manipulación sin guantes, falta de refrigeración y una alta exposición a contaminantes.

El informe señala que, si bien existe normativa nacional sobre higiene alimentaria, su cumplimiento es bajo debido a la informalidad del comercio y la escasa fiscalización. Este caso es comparable con lo que ocurre en muchos mercados peruanos, incluido el de Huacho, lo que resalta la urgencia de implementar estrategias efectivas de capacitación y control sanitario a nivel local.

2.1.1.3. Implementación de BPM en la Industria Alimentaria de República Dominicana

En la Universidad APEC, González (2021) desarrolló una tesis enfocada en la implementación de BPM, sector alimentario de República Dominicana. El estudio abarcó empresas procesadoras de alimentos y centros de distribución, muchos de los cuales trabajan con productos del mar. Se evidenció que, aunque las empresas conocen las BPM, su aplicación suele ser incompleta, especialmente en lo relacionado con el control de temperaturas, la limpieza de superficies y la trazabilidad del producto.

Esta tesis es útil para tu investigación, ya que ofrece soluciones viables que pueden ser adaptadas a mercados minoristas como el de Huacho, en los que predomina la venta directa al consumidor.

2.1.1.4. Desarrollo Económico y Buenas Prácticas de Manufactura en los Mercados del Ecuador

La tesis de Lindao Valencia (2020), elaborada en la Universidad Estatal del Sur de Manabí, se centró en el impacto que tienen las prácticas adecuadas de manufactura sobre el crecimiento económico de los mercados populares en Ecuador. El estudio reveló que aquellos centros de abasto que aplican prácticas higiénicas adecuadas, como la correcta manipulación de productos pesqueros y el uso de cámaras de refrigeración, lograban aumentar su volumen de ventas y ganaban mayor confianza entre los consumidores.

El autor sostiene que la implementación de BPM no solo contribuye a la salud pública, sino que también puede representar una ventaja competitiva. Este antecedente es de especial interés para el análisis comparativo, ya que Ecuador y Perú comparten similitudes en cuanto a comercio informal y estructura pesquera artesanal.

2.1.2 Investigaciones nacionales

2.1.2.1. Calidad de los servicios en la comercialización de recursos hidrobiológicos en el Mercado Municipal de Abastos Chancay, 2023

La calidad de los servicios vinculados con la venta de productos hidrobiológicos en el Mercado Municipal de Abastos del distrito de Chancay fue examinada en un estudio efectuado por Blas Salinas y Samanamu Zevallos (2024). El propósito del estudio fue detectar las deficiencias en el proceso de comercialización, analizando factores tales como la manipulación de productos, la infraestructura, las condiciones sanitarias y el servicio al cliente.

Los resultados mostraron que más del 80% de los comerciantes no utilizaban indumentaria adecuada (guantes, mascarillas, mandiles), y que los puestos carecían de sistemas de refrigeración o hielo para conservar el pescado en óptimas condiciones. Solo un 5% aplicaba correctamente las buenas prácticas de manipulación, lo que representa un riesgo para la salud del consumidor. Sin embargo, el análisis organoléptico evidenció que los productos aún conservaban características mínimas de frescura.

Este estudio guarda estrecha relación con la problemática observada en el Mercado Central de Huacho, ya que evidencia la necesidad urgente de mejorar las prácticas comerciales e higiénicas en mercados locales costeros para garantizar la seguridad alimentaria y fortalecer la confianza del consumidor.

2.1.2.2. Comercialización de recursos hidrobiológicos de la pesca artesanal para restaurantes gourmet realizado por la Empresa Isla S.A.C.

La investigación de León Quiróz (2023), realizada en la Universidad Nacional Agraria La Molina, analizó el proceso de comercialización de recursos hidrobiológicos que surgen de la pesca artesanal, con un enfoque en la cadena de distribución hacia restaurantes gourmet en Lima. La compañía Isla S.A.C. fue el enfoque del estudio de caso, determinando elementos como la calidad del producto, la trazabilidad, el acatamiento de reglas sanitarias y las relaciones con los clientes finales.

La investigación concluyó que el éxito en la comercialización depende en gran medida del cumplimiento estricto de las BPM, especialmente en el transporte refrigerado, la clasificación adecuada del producto, y la capacitación continua del personal. También se determinó que los productos con mayor demanda en el segmento gourmet son el pulpo, la concha de abanico y la corvina, que exigen una alta calidad desde su captura hasta su presentación final.

Este antecedente es útil para tu tesis, ya que permite comparar la comercialización informal del Mercado Central de Huacho con modelos empresariales más estructurados, que podrían ser replicables en contextos locales con las debidas adaptaciones.

2.1.2.3. Calidad y comercialización de los principales recursos hidrobiológicos para consumo en el rubro de restaurantes Lima-Callao 2021

Inga Ayala (2023) elaboró una tesis que estudió la conexión entre la calidad de los recursos hidrobiológicos y su venta en restaurantes situados en Callao y Lima. Para identificar los elementos que inciden en la aceptación de un producto en el mercado gastronómico, la investigación utilizó encuestas y entrevistas a proveedores, chefs y comerciantes.

Los descubrimientos mostraron que hay una correlación directa entre el precio de venta y la calidad percibida de los productos. La presencia de escamas, ojos brillantes, olor fresco y textura firme fueron los indicadores principales de frescura, mientras que el incumplimiento de la

cadena de frío reducía la posibilidad de comercialización efectiva. Además, se destacó que la informalidad en los mercados de abasto aún representa un reto para garantizar estándares mínimos de calidad.

Esta investigación enfatiza la relevancia de poner en práctica buenas prácticas no solamente desde un enfoque sanitario, sino también como una táctica comercial para optimizar la percepción del consumidor y promover la sostenibilidad económica del comercio local.

2.1.2.4. Plan de negocio para la creación de una distribuidora de productos hidrobiológicos, ubicado en Chiclayo, región Lambayeque

El propósito de la investigación realizada por Guerrero Ríos (2019) en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo era diseñar un plan de negocios para establecer una distribuidora de productos hidrobiológicos en Chiclayo. El análisis brinda información esencial acerca de la oferta y la demanda, así como de las condiciones sanitarias requeridas para funcionar en el mercado formal, a pesar de que la perspectiva fue empresarial.

El autor plantea la necesidad de contar con instalaciones adecuadas para garantizar la conservación del producto, capacitación del personal, control de la temperatura y una logística eficiente. Además, se resalta la relevancia de establecer relaciones comerciales sostenibles con pescadores artesanales como proveedores primarios.

Este trabajo puede aportar elementos importantes para entender cómo se pueden aplicar buenas prácticas comerciales en mercados mayoristas o minoristas, como el de Huacho, buscando pasar de una comercialización informal a una estructura más organizada y rentable.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Recursos Hidrobiológicos

Los productos hidrobiológicos comprenden los recursos vivos extraídos del medio acuático, como peces, mariscos, crustáceos y moluscos, tanto de agua dulce como salada. Estos

productos son una fuente esencial de alimento, empleo y comercio en muchas comunidades costeras (Ministerio de la Producción, 2021).

2.2.2 Comercialización

La comercialización es la serie de acciones que permiten que los bienes y servicios se desplacen desde el productor hasta el consumidor final; estas acciones incluyen la promoción, la distribución, la fijación de precios y el servicio al cliente (Kotler & Armstrong, 2017).

2.2.3 Buenas prácticas de comercialización

Las buenas prácticas de comercialización consisten en aplicar principios y procedimientos que aseguren la inocuidad, calidad, sostenibilidad y trazabilidad de los productos durante su comercialización, favoreciendo un mercado justo y transparente (FAO, 2019).

2.2.4 Cadena de suministro hidrobiológica

La cadena de suministro de productos hidrobiológicos abarca todas las etapas desde la extracción o cultivo del recurso hasta su comercialización final. Incluye procesos como manipulación, transporte, almacenamiento, procesamiento y venta, siendo clave para asegurar la calidad e inocuidad del producto (FAO, 2022).

2.2.5 Trazabilidad

La trazabilidad se refiere a los procedimientos que hacen posible el seguimiento de la ubicación, aplicación o historial de un producto durante todas las fases de producción y distribución. En el caso de los productos hidrobiológicos, garantiza seguridad alimentaria y confianza en el consumidor (Codex Alimentarius, 2020).

2.2.6 Comercio justo

El comercio justo busca promover relaciones comerciales más equitativas entre productores y comerciantes, fomentando condiciones laborales dignas, precios justos y prácticas sostenibles. Aplicado a la pesca artesanal, permite mejorar la calidad de vida de los pescadores (Fairtrade International, 2018).

2.2.7 Condiciones de conservación e inocuidad alimentaria

Uno de los factores más importantes en la venta de productos hidrobiológicos es su conservación, ya que son altamente perecibles. El uso adecuado de hielo, refrigeración, manipulación higiénica y transporte adecuado es fundamental para mantener la inocuidad alimentaria y evitar pérdidas económicas y riesgos sanitarios (FAO, 2020).

2.2.8 Infraestructura del mercado

La infraestructura del punto de venta influye directamente en la calidad del producto y en la percepción del consumidor. Espacios limpios, zonas de refrigeración, sistemas de desagüe adecuados y mesas de exhibición bien mantenidas permiten una mejor presentación y conservación del pescado (Ministerio de la Producción, 2021).

2.2.9 Manipulación y capacitación del personal

La correcta manipulación del pescado y marisco requiere conocimientos específicos. La falta de capacitación en prácticas higiénicas, uso de utensilios, almacenamiento y descarte puede generar contaminación cruzada y disminuir la calidad del producto (Codex Alimentarius, 2019).

2.2.10 Preferencias y hábitos del consumidor

Los hábitos de consumo, como la preferencia por pescado fresco, fileteado o congelado, así como las especies más demandadas, influyen en la estrategia de venta. También influyen factores como el nivel de ingresos, la educación nutricional y la estacionalidad (INEI, 2021).

2.2.11 Precios y accesibilidad

El precio es uno de los factores más sensibles para el consumidor. Este varía según la especie, la oferta y demanda, la temporada de pesca y los costos logísticos. Una buena estrategia de precios debe considerar estos factores para mantener la competitividad sin afectar la rentabilidad (Kotler & Keller, 2016).

2.2.12 Formalización y normativas sanitarias

La venta informal de productos pesqueros es común en muchos mercados peruanos, pero implica riesgos sanitarios y económicos. La formalización permite acceso a capacitaciones, controles sanitarios y mejores canales de distribución (Produce, 2020).

2.2.13 Marketing y presentación del producto

La forma en la que se presenta el pescado o marisco (entero, fileteado, empacado al vacío, congelado, etc.). El uso de estrategias de marketing visual y sensorial (colores, iluminación, limpieza) también tiene un fuerte impacto en la percepción del consumidor (Solano & Cabrera, 2018).

2.3 Bases Filosóficas

La investigación se fundamenta en las siguientes bases filosóficas:

2.3.1. Empirismo

El empirismo defiende que el saber se obtiene, en primer lugar, por medio de la observación directa de los fenómenos y de la experiencia sensorial. En esta investigación, se utilizan métodos como la observación de campo y las encuestas, lo que facilita la recolección de información a partir de la práctica específica que los vendedores de productos hidrobiológicos tienen en el mercado de Huacho. Locke (1690) sostiene que "nada existe en el intelecto que no haya sido antes percibido por los sentidos", lo cual fortalece la concepción de que la experiencia es el origen principal del conocimiento.

2.3.2. Pragmatismo

El pragmatismo se enfoca en la utilidad del conocimiento, es decir, en su capacidad para generar soluciones efectivas a problemas reales. Esta corriente filosófica guía la presente investigación al buscar generar recomendaciones aplicables que mejoren la comercialización de productos hidrobiológicos. Dewey (1938) señala que el conocimiento debe estar orientado a la acción y tener consecuencias prácticas, lo que implica que la teoría debe estar al servicio de la solución de problemas sociales y económicos.

2.3.3. Realismo

El realismo plantea que existe una realidad objetiva que puede ser conocida y descrita por medio de la investigación científica. En este estudio, se asume que las prácticas comerciales actuales pueden ser analizadas de forma objetiva para identificar oportunidades de mejora. Según Bhaskar (1975), el realismo crítico sostiene que la realidad existe independientemente de nuestras percepciones, pero puede ser comprendida mediante métodos sistemáticos y rigurosos.

2.4 Definición de términos básicos

2.4.1. Recursos hidrobiológicos

Son especies animales y vegetales que habitan en ambientes acuáticos y que pueden ser utilizados por el ser humano para fines alimenticios, comerciales, o industriales. (ONUAA)

2.4.2. Comercialización

procedimiento a través del cual un servicio o producto se ofrece al cliente, e incluye tareas como la logística, la venta, la distribución, la promoción y el almacenamiento. (ONUAA)

2.4.3. Buenas prácticas de comercialización

Grupo de reglas, métodos y sugerencias destinadas a garantizar la calidad, higiene, trazabilidad y presentación de los productos en el transcurso de su comercialización. (SANIPES)

2.4.4. Mercado central de Huacho

Principal centro de abastos de la ciudad de Huacho, donde se comercializan productos agrícolas y marinos, incluidos los recursos hidrobiológicos. (WIKIPEDIA)

2.4.5. Inocuidad alimentaria

Propiedad de un alimento que asegura que no causará daño al consumidor, siempre que se prepare y consuma adecuadamente. (FAO)

2.4.6. Cadena de valor

Conjunto de acciones que incrementan el valor de un producto desde su creación hasta que es adquirido por el cliente final. (FAO)

2.4.7. Manipulación post-captura

Acciones que se realizan después de la pesca, como lavado, eviscerado, enfriamiento y almacenamiento, para conservar la calidad del producto. (SANIPES)

2.4.8. Comercializador o comerciante

Persona que participa en la compraventa de bienes, actuando como intermediario entre productores y consumidores. (FAO)

2.5 Hipótesis de investigación

2.5.1 Hipótesis general

H(I)- La aplicación de buenas prácticas de comercialización tiene un impacto positivo y significativo en la eficiencia de la venta de recursos hidrobiológicos en la lonja del mercado central de Huacho 2025.

H(o)- La aplicación de buenas prácticas de comercialización no tiene un impacto significativo en la eficiencia de la venta de recursos hidrobiológicos en la lonja del mercado central de Huacho 2025

2.5.2 Hipótesis específicas

2.5.2.1. Hipótesis específica 1

H(I)- Los comerciantes de recursos hidrobiológicos en la lonja del mercado central de Huacho presentan un nivel adecuado de aplicación de buenas prácticas de comercialización.

H(o)- Los comerciantes de recursos hidrobiológicos en la lonja del mercado central de Huacho presentan un nivel bajo o deficiente de aplicación de buenas prácticas de comercialización.

2.5.2.2. Hipótesis específica 2

H(I)- Las deficiencias en la aplicación de buenas prácticas de comercialización no afectan la venta de recursos hidrobiológicos en la lonja del mercado central de Huacho.

H(o)- Las deficiencias en la aplicación de buenas prácticas de comercialización afectan de manera negativa la venta de recursos hidrobiológicos en la lonja del mercado central de Huacho.

2.5.2.3. Hipótesis específica 3

H(l)- Si es viable proponer recomendaciones de buenas prácticas de comercialización orientadas a mejorar la eficiencia de la venta en la lonja del mercado central de Huacho.

H(o)- No es viable proponer recomendaciones de buenas prácticas de comercialización orientadas a mejorar la eficiencia de la venta en la lonja del mercado central de Huacho.

2.6 Operacionalización de las variables

VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADOR	INSTRUMENTO	ESCALA
VARIABLE INDEPENDIENTE Impacto de Buenas prácticas de comercialización	Inocuidad	Uso adecuado de hielo para conservación del pescado	- Lista de verificación / Observación directa	Escala Likert Nominal dicotómica (Sí/No)
		Limpieza de superficies, mesas y utensilios		
		Correcta manipulación del producto por parte de los comerciantes		
	Calidad	Presentación del pescado en condiciones ordenadas	- Lista de verificación / Observación directa	
		Frescura observable (olor, textura, color)		
	Sostenibilidad	Manejo responsable de especies (evitar sobreexplotación)	Lista de verificación / Entrevista	
		Prácticas para reducir desperdicios de pescado		
VARIABLE DEPENDIENTE Eficiencia de la venta de Recursos Hidrobiológicos	Eficiencia comercial / ventas	Nivel de ventas alcanzado	Cuestionario estructurado	Escala Likert Ordinal de 5 puntos:
		Cumplimiento de metas comerciales	Cuestionario estructurado	1= totalmente en desacuerdo 2= En desacuerdo 3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo
		Aplicación de estrategias de venta	Cuestionario estructurado	4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo

Capítulo III

3. Metodología

3.1 Diseño metodológico

3.1.1 Tipo de investigación

Dado que se propusieron recomendaciones para optimizar la venta de productos hidrobiológicos en el mercado de Huacho, esta investigación fue aplicada. Además, fue de nivel **descriptivo, con un enfoque cuantitativo**, ya que se buscó analizar y verificar el cumplimiento de buenas prácticas de comercialización y su impacto en la eficiencia.

3.1.2 Diseño de investigación

Dado que se observó y analizó tal como se presentan en el contexto actual, el diseño fue transversal y no experimental. Fue transversal dado que la recolección de datos se realizó en un único momento, sin seguimiento temporal.

3.2 Población y muestra

Población:

Se conformó con comerciantes de productos hidrobiológicos que laboran en el mercado principal de Huacho.

Muestra:

Se llevó a cabo un muestreo no probabilístico por conveniencia, eligiendo a aquellos comerciantes que estaban disponibles y se mostraban dispuestos a colaborar con la investigación. Con base en el tamaño de la población y los recursos disponibles, se estableció el número de encuestados, que fue de aproximadamente 15 puntos de venta.

3.3 Técnicas y recolección de datos

Técnica: Encuesta y entrevista

Instrumento: Un cuadro de encuesta, creado con el DS 020-2022-PRODUCE y los tamaños de las variables, fue esencial para llevar a cabo las entrevistas y comprobar si este decreto se estaba cumpliendo. También se utilizó un cuestionario estructurado con preguntas cerradas para determinar la efectividad de las ventas.

3.4 Técnicas para el procedimiento de la información

Se procesaron los datos recopilados mediante tablas y gráficos. Es posible utilizar programas informáticos como Excel para clasificar y examinar los datos.

Capítulo IV.

4. Resultados

4.1 Análisis de resultados

4.1.1 Resultados de la variable: Impacto de las buenas prácticas de comercialización

Tabla 1 Especificaciones mínimas de estructura del mercado y/o de los 15 puestos de venta.

N°	DESCRIPCION	SI CUMPLEN	NO CUMPLEN
1	Es fundamental disponer de espacios cerrados con suficiente espacio para el personal responsable de la atención y venta al público, lo que simplifica las tareas de limpieza y desinfección.	15	-
2	Deberían ser edificados con materiales que faciliten su conservación, limpieza y desinfección.	15	-
3	Tener instalaciones para el suministro de agua potable y de drenaje.	15	
4	Disponer de servicios de higiene para el personal permanente, que no deben mantener una comunicación directa con las zonas dedicadas a la comercialización de los productos.	15	-
5	Pisos de materiales lisos, duraderos, lavables e impermeables, con inclinaciones hacia canaletas o sumideros.	15	-
6	Para muros, deben estar revestidos con material resistente al lavado frecuente, ser lisos, impermeables y de color claro que facilite la identificación de su estado de higiene.	15	-
7	Cada lugar de venta necesita un lavadero revestido de material liso, sin fisuras y de acero inoxidable.	15	-
8	Es fundamental tener lugares o zonas concretas para los residuos orgánicos e inorgánicos. Los recipientes con tapas, fabricados con materiales resistentes a la corrosión, reconocibles y de fácil limpieza y desinfección, dentro de ella tener bolsas de basura.	-	15

Fuente propia

Interpretación: De acuerdo con lo estipulado en el D.S., los hallazgos indican que todos los puestos de venta satisfacen 7 de los 8 estándares evaluados sobre las especificaciones mínimas de la estructura del mercado y sobre los 15 puestos de venta. Cada puesto tiene espacios cerrados apropiados, materiales que se pueden limpiar y desinfectar con facilidad, instalaciones de agua potable y drenaje, baños para los empleados, muros y pisos con características sanitarias adecuadas y lavaderos de acero inoxidable.

No obstante, se observó un incumplimiento absoluto (del 100%) en lo que respecta a la asignación de espacios específicos para residuos orgánicos e inorgánicos. Esto se debe a que ninguno de los puestos tiene recipientes apropiados, adecuadamente identificados y con bolsas para basura, tal como lo requiere la normativa.

Para concluir, a pesar de que la infraestructura de los puntos de venta satisface en su mayoría los requerimientos establecidos, la gestión de residuos sólidos es una insuficiencia importante que necesita ser atendida para asegurar condiciones apropiadas.

Tabla 2 Especificaciones para los contenedores, recipientes o cajas empleadas en las actividades del mercado. En los 15 puestos de venta.

N°	DESCRIPCION	SI CUMPLEN	NO CUMPLEN
1	Debe ser de material resistente, anticorrosivo y de limpieza y desinfección sencilla.	15	-
2	No deben incorporar compuestos tóxicos, aromas ni gustos a los productos.	15	-
3	Es necesario que sean sencillos de reconocer y de un material que garantice la protección de los productos contra daños mecánicos y contaminación.	15	-

Fuente propia

Interpretación: La Tabla 2 demuestra que el 100 % de los 15 espacios de venta satisface las especificaciones definidas para los recipientes, cajas o contenedores utilizados en las actividades del mercado, según lo estipulado en el Decreto Supremo N.º 020-2022-PRODUCE.

En esta línea, los contenedores que se utilizan son todos de un material que es anticorrosivo, duradero y sencillo de limpiar y desinfectar, no incluyen compuestos tóxicos ni modifican las propiedades organolépticas de los productos, y posibilitan una identificación apropiada, asegurando que los productos estén a salvo frente a contaminaciones potenciales y daños mecánicos.

Para concluir, los puestos de venta cumplen completamente con la normativa sobre las condiciones sanitarias de los contenedores que emplean, lo cual ayuda a que los productos hidrobiológicos que se comercializan sean inocuos.

Tabla 3 Especificaciones sobre equipamiento y materiales de trabajo. En los 15 puestos de venta.

N°	DESCRIPCION	SI CUMPLEN	NO CUMPLEN
1	Los contenedores isotérmicos destinados al almacenaje de los productos pertinentes, deben tener una tapa.		15
2	Los tableros de corte deben ser fabricados con un material que no absorba ni se oxide, distinto a la madera.	15	
3	Los cuchillos y afiladores manuales, entre otros equivalentes, deben fabricarse con material resistente a la oxidación.	15	
4	Las bolsas que se utilizarán para el empaquetado y venta deben ser de uso frecuente.	15	
5	Los contenedores para recolectar desechos sólidos y residuos, deben ser de materiales duraderos y sencillos de limpiar y desinfectar.	15	
6	Mantener las balanzas higiénicas en óptimas condiciones de operación.	15	
7	Repisas para el material de envasado u otros materiales en estado seco	15	
8	Equipos de limpieza y desinfección tales como escobillas manuales, baldes, escobas o escobillones, entre otros parecidos.	15	
9	Elementos para la limpieza y desinfección, tales como detergentes y desinfectantes.	15	

Fuente propia

Interpretación: El 100 % de los puestos de venta cumple con 8 de los 9 criterios analizados en la Tabla 3, que se refieren a las especificaciones de equipamiento y materiales laborales. Esto está en línea con lo que establece el Decreto Supremo N.º 020-2022-PRODUCE.

Es evidente que todos los puestos tienen cuchillos y afiladores hechos de materiales que no se oxidan, balanzas en buenas condiciones sanitarias, recipientes para residuos sólidos fáciles de desinfectar y limpiar, estantes para materiales de embalaje secos, bolsas apropiadas para

empaquetar y vender, además de las herramientas e insumos requeridos para la limpieza y desinfección.

Sin embargo, se encontró un 100 % de incumplimiento en la utilización de contenedores isotérmicos con tapa para guardar los productos. Esto se debe a que ninguno de los quince puestos cumple con esta condición, lo que significa una deficiencia en las condiciones de conservación e inocuidad de los productos hidrobiológicos. Cabe resaltar que cada puesto tampoco cuenta con un contenedor para sus residuos orgánicos e inorgánicos, lo cual solo utilizan una bolsa ubicada en el suelo donde arrojan sus desperdicios provocando el aumento de insectos y moscas.

Para garantizar el cumplimiento completo de la normativa sanitaria vigente, es necesario corregir la falta de tapas en los contenedores isotérmicos, e implementar contenedores personales para sus desperdicios en cada puesto de venta. Aunque hay un alto grado de cumplimiento con respecto a los materiales y equipos de trabajo, esta es una debilidad importante.

Tabla 4 Consideraciones para el manipuleo de mercancías

N°	DESCRIPCION	SI CUMPLEN	NO CUMPLEN
1	Los procedimientos y/o técnicas de manejo utilizadas durante la recepción, almacenaje y venta de bienes en las zonas del mercado, deben asegurar la conservación y/o supervivencia de las especies, además de prevenir su contaminación y perjuicio mecánico.	15	-
2	El personal encargado de manejar las mercancías debe tener la formación necesaria para ello y debe vestir ropa limpia, de color blanco y en óptimas condiciones. Incluyendo calzado de jebe, toca para el cabello y mandil de color claro.	10	5
3	Los productos nunca deben tener contacto directo con el suelo.	15	-

Fuente propia

Interpretación: De acuerdo con los resultados de la Tabla 4, el 100 % de los 15 puestos de venta cumplen con 2 de los 3 criterios evaluados en cuanto a las consideraciones para la manipulación de mercancías. En este contexto, se comprobó que los métodos de recepción, almacenamiento y venta garantizan la preservación de los productos y evitan su deterioro mecánico y contaminación; además, se constató que los artículos no tienen contacto directo con el suelo.

A pesar de esto, se observó en el criterio relacionado con la vestimenta y capacitación del personal que solo 10 de los 15 puestos (66,7 %) cumplen con lo estipulado, mientras que 5 (33,3 %) no lo hacen por no disponer de ropa apropiada o completa a la hora de manipular las mercancías.

Para concluir, aunque el manejo de los productos hidrobiológicos está en su mayoría de acuerdo con las normas establecidas, la formación del personal y el uso adecuado de la ropa sanitaria son aspectos significativos que deben ser reforzados para asegurar la inocuidad y las prácticas comerciales adecuadas.

Tabla 5 Especificaciones operativas para la exhibición y venta de las mercancías

N°	DESCRIPCION	SI CUMPLEN	NO CUMPLEN
1	Si se utiliza hielo en el mercado, este debe circundar toda la mercancía para garantizar su conservación.	-	15
2	Bandejas para la provisión de los productos deben ser de material resistente, no oxidable, de color claro, limpias y desinfectadas.	15	-
3	Prohibido combinar el pescado completo con filetes o ,descascarillados, desvaluados o descabezados, para comercialización.	15	-
4	Las mercancías preparadas para el consumo o listas para consumir, deben ser mostradas en lugares determinados y sin tener contacto con otras clases de productos.	15	-
5	Los pescados que están en contacto con moluscos y crustáceos no deben ser mostrados para la venta.	-	15
6	Las macro algas marinas necesitan ser distinguidas de otros recursos y productos hidrobiológicos, utilizando materiales que no sean corrosibles, resistentes, de color claro y de fácil limpieza y desinfección.	15	-
7	Los comerciantes o trabajadores de los mercados tienen la obligación de informar y establecer procedimientos que habiliten a los compradores para determinar si una mercancía específica ha sido descongelada y no necesita ser congelada de nuevo.	-	15
8	Los moluscos bivalvos, gasterópodos marinos y equinodermos, que se encuentran desvalvados, crudos y/o pre cocidos, deben mantenerse en refrigeración o congelación.	-	15

Fuente propia

Interpretación: Como se muestra en la Tabla 5, de los 15 puestos evaluados, solo algunos cumplieron con las especificaciones operativas para mostrar y vender mercancías hidrobiológicas. La falta de cumplimiento es evidente en el manejo apropiado del hielo para la conservación, la no exposición simultánea de pescados con crustáceos y moluscos, la información al cliente sobre productos descongelados y la refrigeración o congelación adecuada de equinodermos y moluscos.

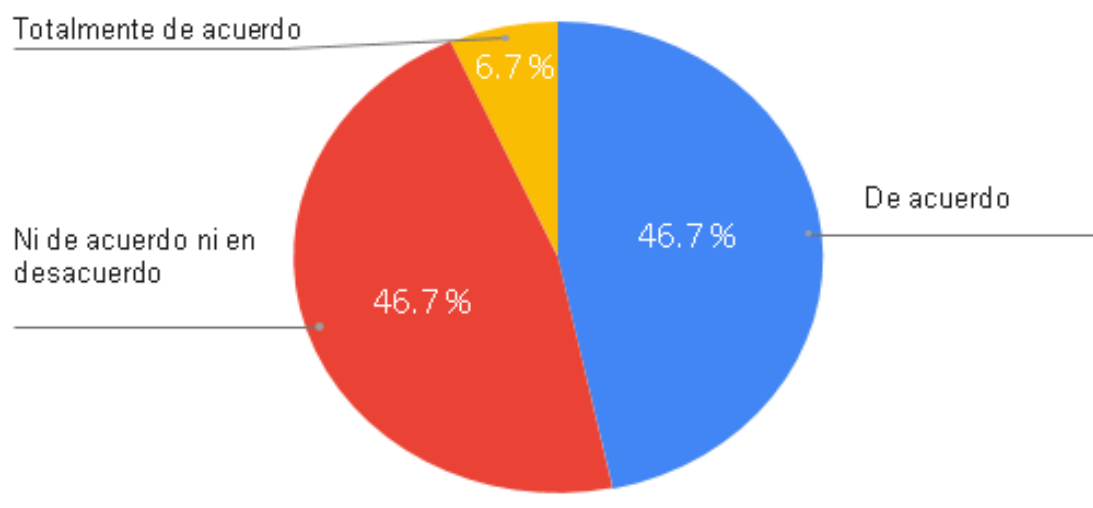
En contraposición, se ha observado un 100 % de cumplimiento en el uso de bandejas apropiadas, la separación de pescado entero y productos procesados, la exhibición diferenciada de productos listos para ser consumidos y la identificación precisa de macro algas marinas.

Los resultados, en términos generales, indican carencias en la seguridad y conservación de los productos, aunque se estén llevando a cabo prácticas apropiadas para la presentación y organización.

4.1.2 Resultados de la variable: Eficiencia de la venta de Recursos Hidrobiológicos

La eficacia en la comercialización de recursos hidrobiológicos es la segunda variable que se estudia. Se mide por medio de indicadores vinculados con la atención al cliente, la rotación y presentación del producto, la implementación de tácticas comerciales y la habilidad para proporcionar información precisa sobre las propiedades del producto.

Ilustración 1 El nivel de ventas alcanzado en mi puesto/empresa es satisfactorio.



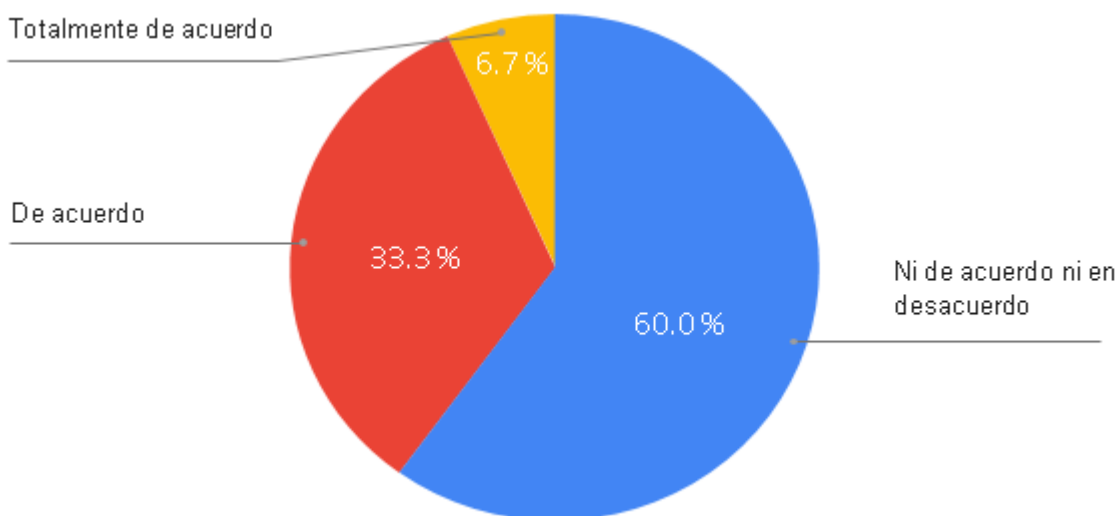
Fuente propia

Interpretación: El análisis del grado de ventas en los locales del mercado muestra que solo 1 de cada 15 (6.7%) considera sus ventas completamente satisfactorias, mientras que 7 locales (46.7%) se declaran "de acuerdo", lo que indica que creen tener un nivel aceptable de ventas. Por otra parte, 7 puestos (46.7%) sostienen una posición neutral ("ni de acuerdo ni en desacuerdo"), lo que pone de manifiesto dudas acerca de la eficacia de sus ventas.

En su conjunto, estos hallazgos muestran que, a pesar de que algunos vendedores creen que su nivel de ventas es satisfactorio, la efectividad en la comercialización de recursos

hidrobiológicos es solo moderada. Esto se debe a que cerca del 50% de los puestos no tiene una percepción claramente positiva. Por lo tanto, se hace necesario mejorar las tácticas de venta, el servicio al cliente y la presentación de los productos.

Ilustración 2 Se cumplen las metas comerciales establecidas para la venta de productos hidrobiológicos.



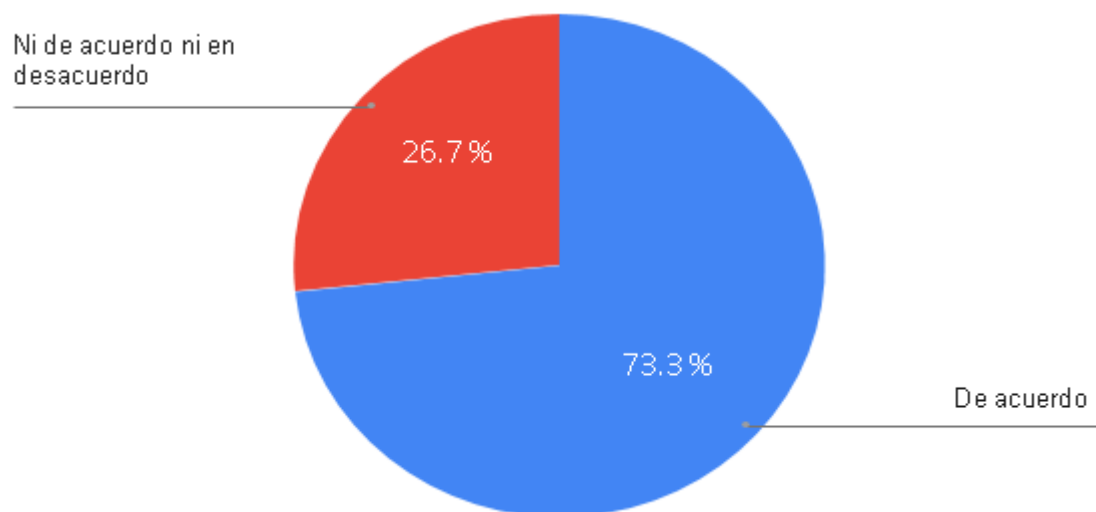
Fuente propia

Interpretación: El análisis acerca de la realización de las metas comerciales fijadas para la venta de productos hidrobiológicos revela que únicamente un puesto (6.7%) piensa que se cumplen por completo, en tanto que cinco puestos (33.3%) creen que son cumplidas a medias ("de acuerdo"). La mayor parte, 9 puestos (60%), sostiene una posición neutral ("ni de acuerdo ni en desacuerdo"), lo que refleja incertidumbre o falta de claridad respecto al cumplimiento de los objetivos comerciales.

Estos hallazgos indican que, en general, la eficiencia de la comercialización de recursos hidrobiológicos sigue siendo escasa, a pesar de que algunas posiciones reportan un cumplimiento parcial de las metas. La razón es que la mayor parte de los comerciantes no

pueden certificar que están logrando sus objetivos comerciales. Esto pone de relieve la necesidad de mejorar las tácticas para planificar y llevar a cabo las ventas.

Ilustración 3 *Se aplican estrategias de venta adecuadas para atraer más clientes.*

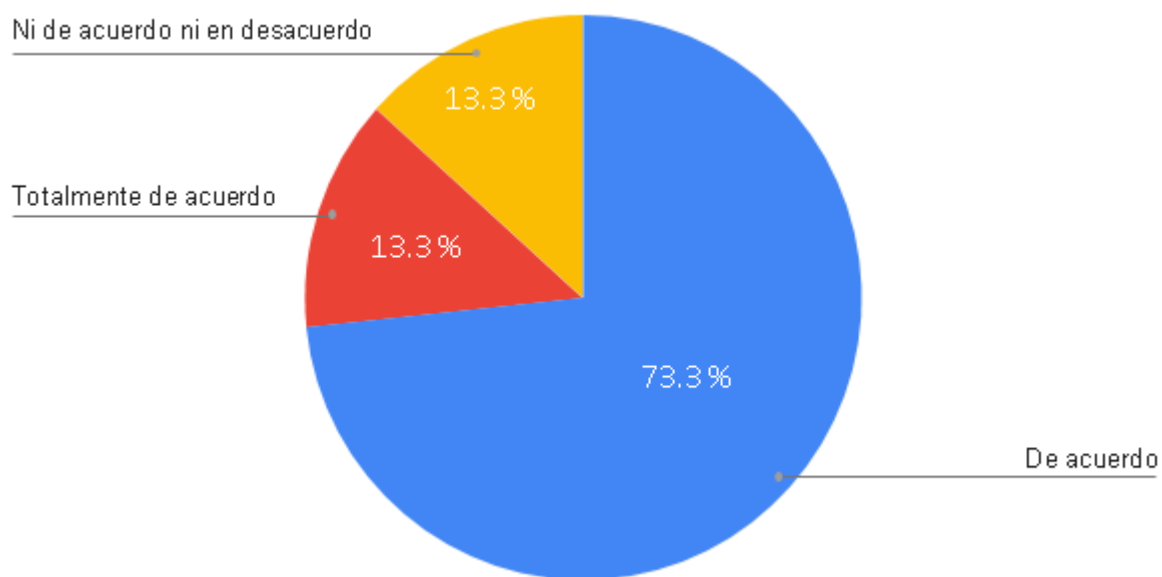


Fuente propia

Interpretación: La evaluación de la implementación de tácticas comerciales para atraer más clientes indica que el 73.3% de los puestos (11 en total) cree que se utilizan estrategias apropiadas, mientras que el 26.7% restante (4 puestos) sostiene una posición neutral ("ni de acuerdo ni en desacuerdo"). Ninguna posición mostró desacuerdo o implementación total.

En general, lo que estos hallazgos muestran es que, pese a que la mayor parte de los comerciantes utiliza tácticas de venta para captar clientes, todavía hay un grupo que no está seguro de su eficacia. Esto señala la necesidad de intensificar la formación en técnicas promocionales y de venta para optimizar la eficiencia comercial.

Ilustración 4 La presentación y exhibición del producto facilita el proceso de venta.

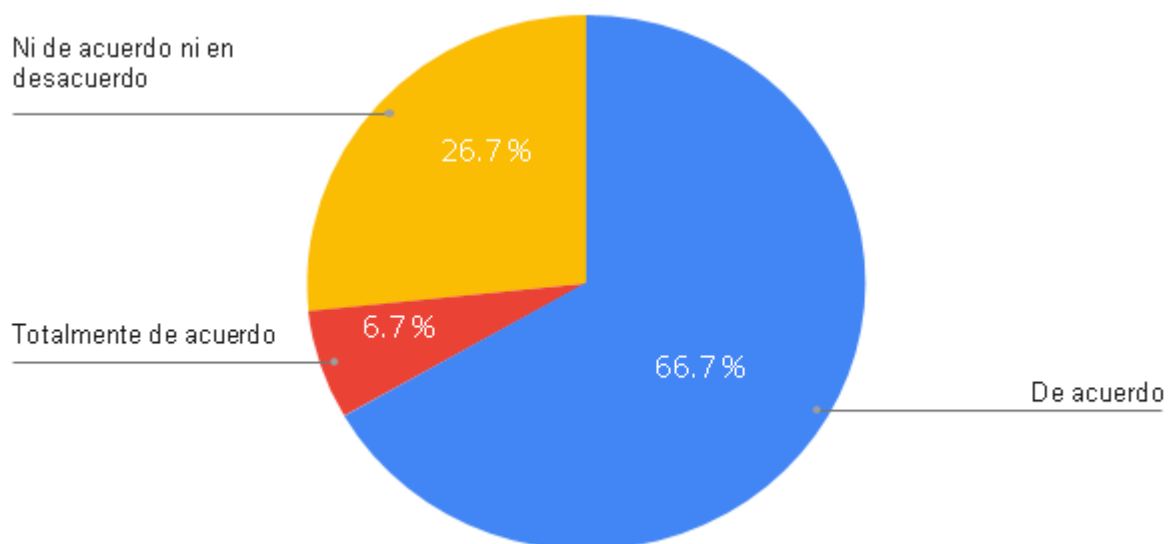


Fuente propia

Interpretación: La valoración acerca de la exhibición y presentación de los productos muestra que 11 puestos (73.3%) creen que la presentación favorece el proceso de venta, en tanto que 2 puestos (13.3%) piensan que lo hace completamente ("totalmente de acuerdo"). Otros dos puestos (13.3%) sostienen una posición neutral ("ni de acuerdo ni en desacuerdo").

Estos resultados en su conjunto indican que la presentación y exhibición apropiadas de los productos es considerada como un elemento positivo que ayuda a vender recursos hidrobiológicos. Sin embargo, todavía hay algunos vendedores que no están seguros acerca de su impacto, lo cual señala oportunidades para fortalecer las estrategias de exhibición y organización visual en los puestos.

Ilustración 5 Se atiende a los clientes de manera rápida y eficiente durante la compra.

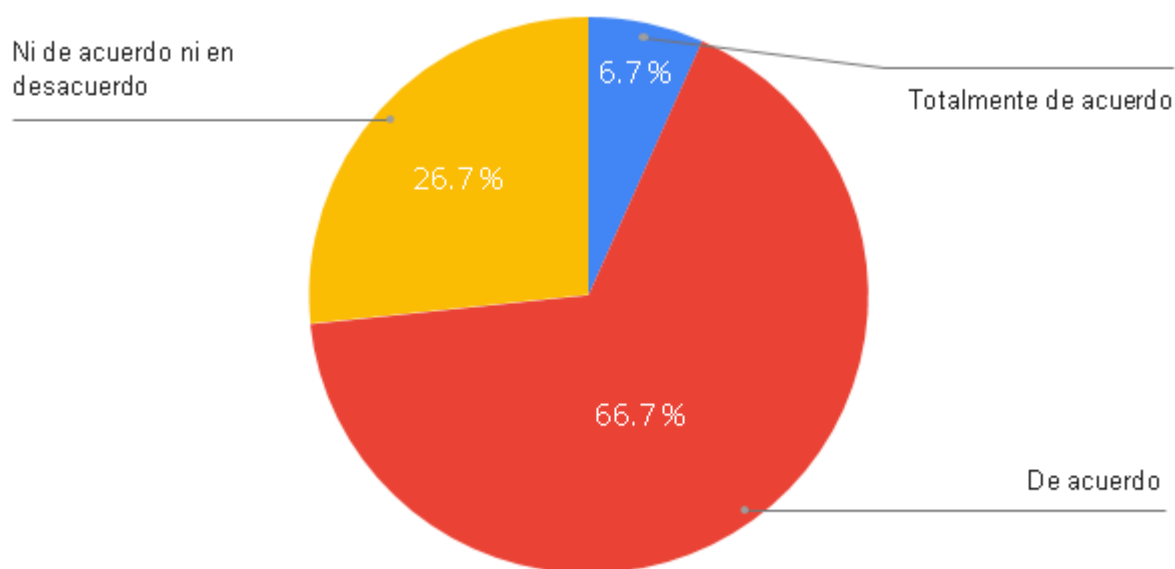


Fuente propia

Interpretación: De acuerdo con la evaluación de la rapidez y eficiencia en el servicio a los clientes, la mayor parte de las posiciones (10, que equivale al 66.7%) opina que brinda una atención apropiada; en cambio, 1 puesto (6.7%) sostiene que su atención es totalmente eficiente ("totalmente de acuerdo"). En contraste, 4 posiciones (26.7%) tienen una postura neutral ("ni de acuerdo ni en desacuerdo"), lo que muestra cierta incertidumbre acerca de la eficacia del servicio al cliente.

En resumen, estos resultados muestran que, a pesar de que la mayor parte de los vendedores brinda un servicio eficaz y veloz, todavía hay un sector que no logra percibir con claridad la eficacia de la atención. Esto indica que es necesario intensificar el entrenamiento en organización de los puestos y atención al cliente para optimizar la experiencia de compra.

Ilustración 6 Los clientes muestran satisfacción con el proceso de venta.

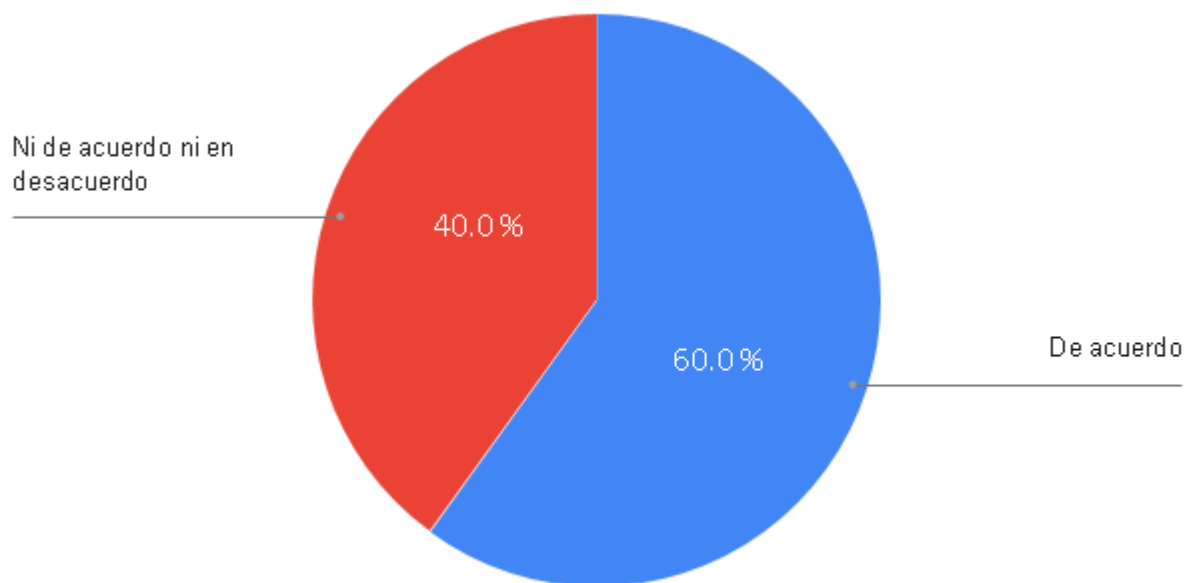


Fuente propia

Interpretación: Según la evaluación del nivel de satisfacción de los clientes con el proceso de venta, un puesto (6.7%) sostiene que la satisfacción es total y nueve puestos (60%) creen que los clientes están satisfechos ("de acuerdo"). Por otro lado, 5 puestos (33.3%) sostienen una posición neutral ("ni de acuerdo ni en desacuerdo"), lo cual muestra que existe incertidumbre respecto a cuán satisfecho está el cliente realmente.

En general, estos hallazgos sugieren que, si bien la mayoría de los comerciantes cree que los clientes están satisfechos con el proceso de venta, una parte considerable no tiene certeza sobre lo que el cliente percibe. Esto señala que es necesario mejorar la atención y la experiencia de compra para optimizar la eficiencia en la comercialización de recursos hidrobiológicos.

Ilustración 7 La información brindada al cliente es suficiente para incentivar la compra.

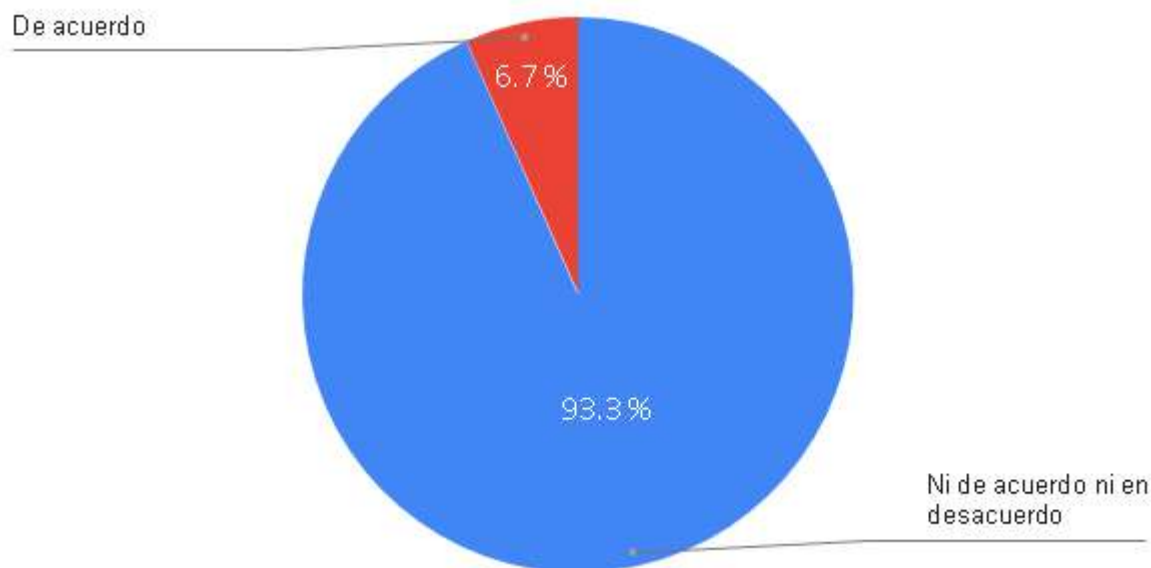


Fuente propia

Interpretación: La valoración acerca de si la información que se le proporciona al cliente es suficiente para motivar la compra revela que 9 posiciones (60%) piensan que la información suministrada es apropiada, mientras que 6 posiciones (40%) tienen una postura neutral ("ni a favor ni en contra"). No se registraron respuestas de desacuerdo o de total conformidad.

En general, estos hallazgos señalan que, aunque la mayor parte de los comerciantes cree que la información proporcionada al cliente ayuda a la compra, hay un número considerable que no tiene confianza en su eficacia. Esto indica que se necesita mejorar la comunicación, el asesoramiento y la explicación de las características de los recursos hidrobiológicos para aumentar la eficiencia en el proceso de venta.

Ilustración 8 Las ventas muestran un crecimiento sostenido en comparación con meses anteriores

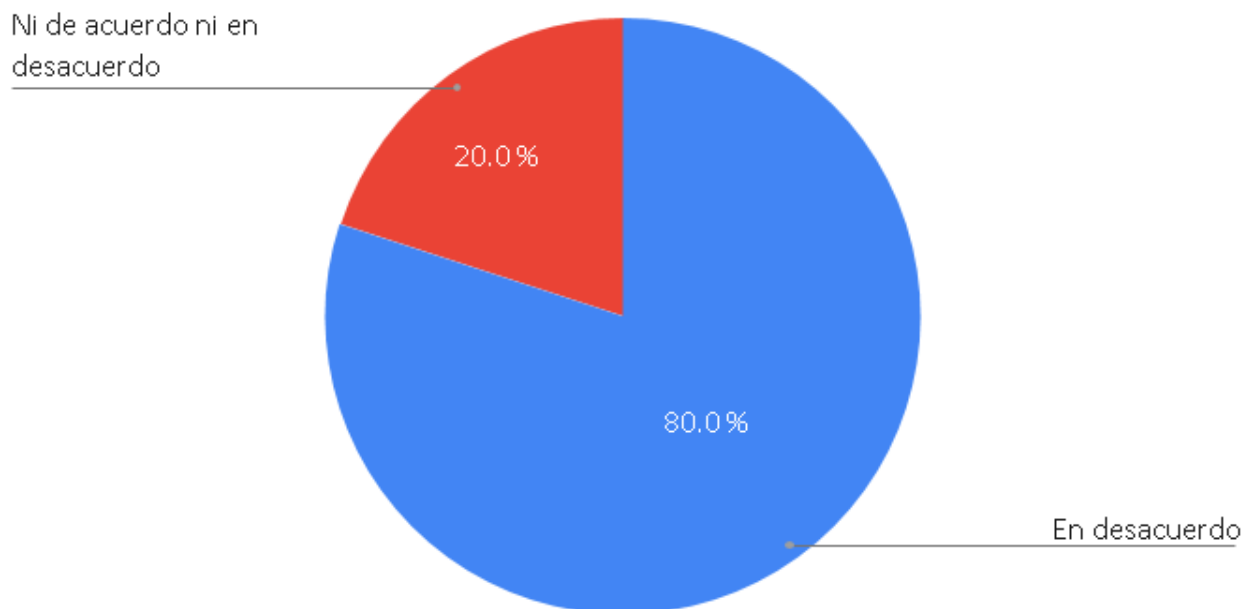


Fuente propia

Interpretación: La evaluación del aumento sostenido de las ventas en comparación con meses previos indica que únicamente uno (6.7 %) de los puestos cree que hay un crecimiento, mientras que la mayoría, catorce (93.3 %), sostiene una posición neutral ("ni de acuerdo ni en desacuerdo"). No se registraron opiniones de total acuerdo ni de desacuerdo.

Estos hallazgos muestran una notable incertidumbre acerca de la expansión de las ventas, lo que indica que los comerciantes no tienen registros precisos o indicadores que les permitan detectar un progreso positivo constante a través del tiempo. En este contexto, se percibe que el aumento de las ventas de recursos hidrobiológicos es escaso o poco claro, lo cual impacta la eficacia comercial de los puestos analizados.

Ilustración 9 El personal cuenta con las competencias necesarias para vender productos hidrobiológicos.

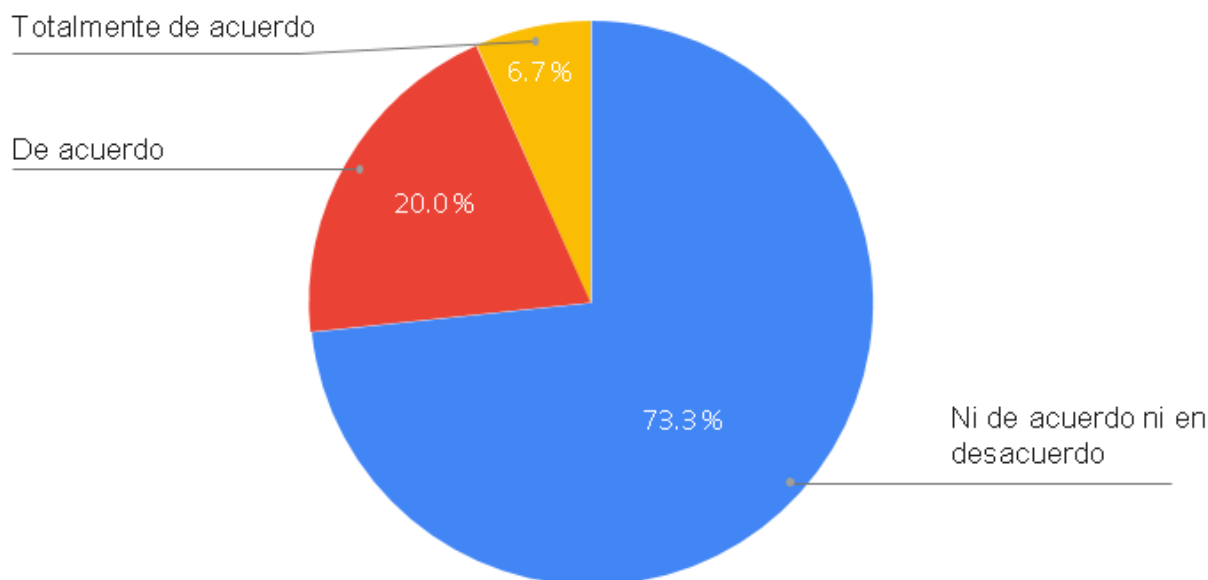


Fuente propia

Interpretación: La evaluación acerca de si el personal tiene las habilidades requeridas para vender productos hidrobiológicos muestra que la mayor parte de los puestos (12, 80 %) están en desacuerdo. Esto señala que los comerciantes advierten restricciones en lo que respecta a la capacidad y el conocimiento del personal para llevar a cabo una venta eficaz. Además, tres de los puestos (20 %) adoptan una posición neutral ("ni a favor ni en contra"), lo que indica falta de certeza con respecto a este asunto.

En resumen, estos hallazgos evidencian debilidades en las competencias del personal, lo cual podría tener un impacto negativo en la venta de recursos hidrobiológicos. Esto subraya la necesidad de mejorar la capacitación en técnicas de venta, atención al cliente y conocimientos fundamentales acerca de los productos para optimizar el rendimiento comercial de las posiciones evaluadas.

Ilustración 10 Las condiciones higiénico–sanitarias del punto de venta favorecen el aumento de ventas.



Fuente propia

Interpretación: La evaluación de si las condiciones sanitarias e higiénicas del punto de ventas benefician la subida de ventas indica que solo 1 puesto (6.7 %) piensa que estas condiciones tienen un efecto total en el aumento de las ventas, mientras 3 puestos (20 %) están a favor de esta declaración. No obstante, la mayor parte de los puestos (11, 73.3 %) tiene una postura neutral ("ni de acuerdo ni en desacuerdo"), lo cual demuestra dudas sobre el efecto directo que las condiciones sanitarias e higiénicas tienen en el rendimiento comercial.

En general, estos hallazgos indican que, a pesar de que ciertos comerciantes comprenden la relevancia de las condiciones sanitarias e higiénicas para impulsar las ventas, existe una falta de claridad acerca del impacto real que tienen. Esto podría deberse a una percepción escasa por parte del cliente o a la carencia de estrategias que vinculen la higiene con el atractivo hacia los consumidores y su fidelización.

4.2 Contrastación de hipótesis

4.2.1 Hipótesis General

- - Los indicadores analizados indican que la mayoría de las posiciones de ventas implementan prácticas adecuadas que promueven la efectividad en la venta, por lo tanto, se determina que esta implementación tiene un efecto positivo en la eficiencia de ventas, aceptándose así la hipótesis alterna y rechazándose la nula.

4.2.2 Hipótesis Específica

H1- Según los resultados, la mayoría de los comerciantes examinados emplean buenas prácticas comerciales en áreas como el manejo de productos, la atención al cliente y la presentación. Según lo que se estipula en el D.S. 020, se evidencia que los puestos evaluados, en su mayoría, cumplen con esta normativa. Por lo tanto, se concluye que los comerciantes presentan un nivel adecuado de aplicación de buenas prácticas, **aceptando la hipótesis alterna y rechazando la nula.**

H2- La evaluación de los puestos de venta evidenció que ciertas deficiencias, como el uso de hielo y la información al cliente, influyen parcialmente en la eficiencia de la venta. Sin embargo, considerando que la mayoría de los puestos cumple con las buenas prácticas según el D.S. 020-2022-PRODUCE, estas deficiencias no son generalizadas. **En consecuencia, se concluye que las deficiencias detectadas afectan de manera negativa la venta, aceptando la hipótesis alterna y rechazando la nula.**

H3- A partir del análisis de los resultados, se identificaron áreas con deficiencias y aspectos que favorecen la eficiencia en la venta. Considerando que la mayoría de los puestos cumple con el D.S. 020-2022-PRODUCE, **se concluye que es viable proponer recomendaciones de buenas prácticas de comercialización orientadas a mejorar la eficiencia de los puestos evaluados, aceptando la hipótesis alterna y rechazando la hipótesis nula.**

Capítulo V

5. Discusión

5.1 Discusión de resultados

- Según el D.S. N.º 020-2022-PRODUCE, los hallazgos de la investigación muestran que en Huacho se cumple mayoritariamente con las buenas prácticas para comercializar productos hidrobiológicos, sobre todo en lo que respecta a la infraestructura, los materiales, el equipamiento y la manipulación. Sin embargo, aún existen carencias en la administración de residuos sólidos, el mantenimiento correcto de los productos, la utilización de equipamiento especializado y la formación del personal. Los resultados de este estudio son consistentes con lo que Ramírez (2018), González (2021) y el Ministerio de Salud Pública de Paraguay (2017) afirmaron al identificar la escasa implementación de las BPM y la falta de capacitación del personal como problemas frecuentes en los mercados de productos hidrobiológicos en esa zona.

- Además, los hallazgos están conectados con la investigación de Lindao Valencia (2020), quien afirma que no solamente la inocuidad se ve beneficiada por el cumplimiento de las buenas prácticas, sino también la confianza del consumidor y el rendimiento comercial. En el mercado de Huacho, las carencias identificadas restringen el efecto beneficioso que estas prácticas tienen sobre las ventas.

- Los resultados en relación con la variable de ventas indican un rendimiento comercial moderado, que se distingue por una percepción limitada de satisfacción, escaso cumplimiento de objetivos y falta de crecimiento sostenido. Los resultados encontrados son consistentes con lo que han informado León Quiróz (2023) e Inga Ayala (2023), que enfatizan que la capacitación de los empleados, la calidad del producto y una conservación apropiada son elementos clave para lograr una venta eficaz. En general, la evidencia demuestra que para aumentar la eficiencia de las ventas y asegurar una comercialización sostenible y segura es esencial el fortalecimiento de las buenas prácticas y de las estrategias comerciales.

Capítulo VI

6. Conclusiones y Recomendaciones

6.1 Conclusiones

- Se concluye que la venta de productos hidrobiológicos en el mercado de Huacho muestra un cumplimiento mayoritario de las buenas prácticas sanitarias, operativas e infraestructurales definidas en el D.S. N.º 020-2022-PRODUCE, con condiciones apropiadas en términos de la estructura de los puestos de venta, la utilización de materiales y contenedores para trabajar, junto con las prácticas para manipular y presentar los productos. Sin embargo, los resultados también muestran que el manejo de residuos sólidos, la preservación apropiada de productos hidrobiológicos, el empleo de equipamiento específico y la formación del personal no están siendo gestionados adecuadamente; esto limita la aplicación completa de las normativas y pone en evidencia la necesidad de llevar a cabo acciones correctivas para asegurar la inocuidad, calidad y seguridad alimentaria de los productos vendidos.

- Se deduce que las ventas de productos hidrobiológicos en los puestos analizados del mercado de Huacho tienen un rendimiento moderado, dado que escasos vendedores creen que sus ventas son completamente satisfactorias o que se cumplen con claridad los objetivos comerciales. A pesar de que la mayoría de los vendedores indican que implementan tácticas comerciales, proporcionan una presentación apropiada de los productos y ofrecen un servicio aceptable a los consumidores, hay una cantidad significativa que no percibe con claridad la eficacia de estas medidas. Además, se observan restricciones en la formación y las competencias del personal, así como en la información que se brinda a los clientes; esto incide en la falta de claridad acerca de cómo crecen las ventas y sobre el efecto que tienen las condiciones higiénico-sanitarias en su incremento. En general, los resultados indican que es necesario mejorar la capacitación, optimizar el servicio al cliente y reforzar las tácticas comerciales para alcanzar un desempeño superior en términos de ventas.

6.2 Recomendaciones

- Con el objetivo de optimizar las condiciones sanitarias y respetar por completo la normativa que esté en vigor, se aconseja a los comerciantes y a la administración del mercado poner en marcha de inmediato un sistema apropiado para gestionar residuos sólidos. Este sistema debe incluir recipientes claramente identificados y diferenciados para desechos orgánicos e inorgánicos.

- Se aconseja optimizar las condiciones de conservación de los productos hidrobiológicos utilizando envases isotérmicos con tapa y una administración apropiada del hielo, lo que asegurará la calidad e inocuidad de los productos durante su venta y exhibición.

- Con el objetivo de optimizar la satisfacción del consumidor y el rendimiento comercial, es aconsejable reforzar la capacitación de los empleados en áreas como higiene, atención al cliente, técnicas de venta y manipulación de alimentos.

- Se aconseja mejorar las tácticas de exhibición y presentación de productos hidrobiológicos, fomentando una separación apropiada de especies, un mejor orden visual de los puestos y brindar información adecuada al consumidor acerca del estado y las particularidades de los productos.

- Los vendedores deben implementar sistemas básicos de control y planificación de ventas, como la anotación de ingresos y el monitoreo de los objetivos comerciales. Esto facilitará la evaluación del crecimiento en las ventas y la toma de decisiones para incrementar la eficiencia comercial.

Capítulo VII

5. Referencias Bibliográficas

5.1 Fuentes documentales

Codex Alimentarius. (2019). Código de prácticas para el pescado y los productos pesqueros.

FAO/OMS. <https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius>

Codex Alimentarius. (2020). Directrices para el diseño y aplicación de sistemas de trazabilidad/producto rastreabilidad. FAO/OMS. <https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius>

Fairtrade International. (2018). Standards for small-scale producers: Fish and seafood. <https://www.fairtrade.net>

FAO. (2011). Código de prácticas para la pesca y acuicultura responsables. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. <http://www.fao.org/fishery/code>

FAO. (2011). Código de prácticas para la pesca y acuicultura responsables. <http://www.fao.org>

FAO/OMS. (2020). Principios generales de higiene de los alimentos CXC 1-1969. Codex Alimentarius. <https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius>

Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2020). Manual de higiene para la manipulación de productos pesqueros. FAO. <https://www.fao.org>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2021). Encuesta Nacional de Hogares sobre consumo de alimentos. <https://www.inei.gob.pe>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). Fundamentos de marketing (12.^a ed.). Pearson Educación.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Fundamentos de marketing (13.^a ed.). Pearson Educación.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Dirección de marketing (15.^a ed.). Pearson Educación.

Ministerio de la Producción del Perú. (2019). Manual de buenas prácticas de manejo de recursos hidrobiológicos. <https://www.gob.pe/institucion/produce/informes->

publicaciones/2287106-manual-de-buenas-practicas-de-manejo-de-recursos-hidrobiologicos

Ministerio de la Producción del Perú. (2019). Manual de buenas prácticas de manejo de recursos hidrobiológicos. <https://www.gob.pe/institucion/produce/informes-publicaciones/2287106-manual-de-buenas-practicas-de-manejo-de-recursos-hidrobiologicos>

Ministerio de la Producción del Perú. (2019). Manual de buenas prácticas de manejo de recursos hidrobiológicos. <https://www.gob.pe/produccion>

Ministerio de la Producción del Perú. (2019). Manual de buenas prácticas de manejo de recursos hidrobiológicos. <https://www.gob.pe/produce>

Ministerio de la Producción. (2020). Lineamientos para la formalización del comercio de productos pesqueros en mercados locales. <https://www.gob.pe/produce>

Ministerio de la Producción. (2021). Anuario estadístico de producción pesquera 2020. <https://www.produce.gob.pe>

Ministerio de la Producción. (2021). Guía de buenas prácticas para mercados de productos hidrobiológicos. <https://www.gob.pe/produce>

Municipalidad Provincial de Huaura. (2023). Diagnóstico del Mercado Central de Huacho. <https://www.munihuacho.gob.pe>

Municipalidad Provincial de Huaura. (2023). Diagnóstico del Mercado Central de Huacho. <https://www.munihuacho.gob.pe>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2019). Código de prácticas para el pescado y los productos pesqueros. FAO. <https://www.fao.org>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2022). Manual de buenas prácticas en la cadena de suministro de productos pesqueros. FAO. <https://www.fao.org>

Porter, M. E. (2009). Ventaja competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior.

Grupo Editorial Patria.

Real Academia Española. (2024). Diccionario de la lengua española (23.^a ed.). <https://dle.rae.es>

Solano, M., & Cabrera, T. (2018). Estrategias de presentación visual para la venta de productos hidrobiológicos en mercados minoristas. *Revista de Marketing Agroalimentario*, 6(2), 45–58.

5.2 Fuentes bibliográficas

Bhaskar, R. (1975). *A Realist Theory of Science*. London: Verso.

Dewey, J. (1938). *Logic: The Theory of Inquiry*. New York: Henry Holt and Company.

González, M. (2021). *Implementación de Buenas Prácticas de Manufactura en la Industria Alimentaria de República Dominicana* [Tesis de licenciatura, Universidad APEC].
https://bibliotecaunapec.blob.core.windows.net/tesis/TPG_CI_MGP_24_2021_ET220121.pdf

Guerrero Ríos, C. M. (2019). *Plan de negocio para la creación de una distribuidora de productos hidrobiológicos, ubicado en Chiclayo, región Lambayeque* [Tesis de licenciatura, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo].
<http://hdl.handle.net/20.500.12423/1883>

Inga Ayala, J. O. (2023). *Calidad y comercialización de los principales recursos hidrobiológicos para consumo en el rubro de restaurantes Lima-Callao 2021* [Tesis de maestría, Universidad Nacional del Callao]. <https://hdl.handle.net/20.500.12952/7895>

León Quiróz, R. (2023). *Comercialización de recursos hidrobiológicos de la pesca artesanal para restaurantes gourmet realizado por la Empresa Isla S.A.C.* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Agraria La Molina]. <https://hdl.handle.net/20.500.12996/6619>

Lindao Valencia, M. O. (2020). *Desarrollo Económico de las Buenas Prácticas de Manufactura en los Mercados del Ecuador* [Tesis de licenciatura, Universidad Estatal del Sur de Manabí].
<https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3246/1/LINDAO%20VALENCIA%20MARLON%20OMAR.pdf>

Locke, J. (1690). *An Essay Concerning Human Understanding*. London: Thomas Basset.

Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social. (2017). *Buenas Prácticas de Manufactura y Factores de Riesgo Durante la Manipulación de Alimentos en Mercados Municipales del*

Departamento de Caaguazú (2014–2015).

<https://www.mspbs.gov.py/dependencias/imt/adjunto/8175e7-v12n2a5.pdf>

Ramírez, L. (2018). Aplicación de Buenas Prácticas de Manufactura en Centros de Acopio de Productos Hidrobiológicos en Guatemala [Tesis de licenciatura, Universidad de San Carlos de Guatemala]. https://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/06/06_3590.pdf

Samanamu Zevallos, W. A., & Blas Salinas, K. L. (2024). Calidad de los servicios en la comercialización de recursos hidrobiológicos en el Mercado Municipal de Abastos Chancay, 2023 [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. <http://hdl.handle.net/20.500.14067/9596>

ANEXOS

Encuestas elaboradas con base en las dimensiones de las variables y el DS 020-2022-PRODUCE.

✓ **Especificaciones mínimas de estructura del mercado y/o de los puestos de venta.**

N°	DESCRIPCION	SI CUMPLEN	NO CUMPLEN
1	Es fundamental disponer de espacios cerrados con suficiente espacio para el personal responsable de la atención y venta al público, lo que simplifica las tareas de limpieza y desinfección.		
2	Deberían ser edificados con materiales que faciliten su conservación, limpieza y desinfección.		
3	Tener instalaciones para el suministro de agua potable y de drenaje.		
4	Disponer de servicios de higiene para el personal permanente, que no deben mantener una comunicación directa con las zonas dedicadas a la comercialización de los productos.		
5	Pisos de materiales lisos, duraderos, lavables e impermeables, con inclinaciones hacia canaletas o sumideros.		
6	Para muros, deben estar revestidos con material resistente al lavado frecuente, ser lisos, impermeables y de color claro que facilite la identificación de su estado de higiene.		
7	Cada lugar de venta necesita un lavadero revestido de material liso, sin fisuras y de acero inoxidable.		
8	Es fundamental tener lugares o zonas concretas para los residuos orgánicos e inorgánicos. Los recipientes con tapas, fabricados con materiales resistentes a la corrosión, reconocibles y de fácil limpieza y desinfección, dentro de ella tener bolsas de basura.		

✓ **Especificaciones para los contenedores, recipientes o cajas empleadas en las actividades del mercado**

N°	DESCRIPCION	SI CUMPLEN	NO CUMPLEN
1	Debe ser de material resistente, anticorrosivo y de limpieza y desinfección sencilla.		
2	No deben incorporar compuestos tóxicos, aromas ni gustos a los productos.		
3	Es necesario que sean sencillos de reconocer y de un material que garantice la protección de los productos contra daños mecánicos y contaminación.		

✓ **Especificaciones sobre equipamiento y materiales de trabajo**

N°	DESCRIPCION	SI CUMPLEN	NO CUMPLEN
1	Los contenedores isotérmicos destinados al almacenaje de los productos pertinentes, deben tener una tapa.		
2	Los tableros de corte deben ser fabricados con un material que no absorba ni se oxide, distinto a la madera.		
3	Los cuchillos y afiladores manuales, entre otros equivalentes, deben fabricarse con material resistente a la oxidación.		
4	Las bolsas que se utilizarán para el empaquetado y venta deben ser de uso frecuente.		
5	Los contenedores para recolectar desechos sólidos y residuos, deben ser de materiales duraderos y sencillos de limpiar y desinfectar.		
6	Mantener las balanzas higiénicas en óptimas condiciones de operación.		
7	Repisas para el material de envasado u otros materiales en estado seco		
8	Equipos de limpieza y desinfección tales como escobillas manuales, baldes, escobas o escobillones, entre otros parecidos.		
9	Elementos para la limpieza y desinfección, tales como detergentes y desinfectantes.		

✓ **Consideraciones para el manipuleo de mercancías**

N°	DESCRIPCION	SI CUMPLEN	NO CUMPLEN
1	Los procedimientos y/o técnicas de manejo utilizadas durante la recepción, almacenaje y venta de bienes en las zonas del mercado, deben asegurar la conservación y/o supervivencia de las especies, además de prevenir su contaminación y perjuicio mecánico.		
2	El personal en cargo de manejar las mercancías debe tener la formación necesaria para ello y debe vestir ropa limpia, de color blanco y en óptimas condiciones. Incluyendo calzado de jebe, toca para el cabello y mandil de color claro.		
3	Los productos nunca deben tener contacto directo con el suelo.		

✓ **Especificaciones operativas para la exhibición y venta de las mercancías**

N°	DESCRIPCION	SI CUMPLEN	NO CUMPLEN
1	Si se utiliza hielo en el mercado, este debe circundar toda la mercancía para garantizar su conservación.		
2	Bandejas para la provisión de los productos deben ser de material resistente, no oxidable, de color claro, limpias y desinfectadas.		
3	No se debe combinar el pescado completo con filetes o invertebrados pelados, descascarillados, desvalvados o descabezados, durante su exposición para comercialización.		
4	Las mercancías preparadas para el consumo o listas para consumir, deben ser mostradas en lugares determinados y sin tener contacto con otras clases de productos.		
5	Los pescados que están en contacto con moluscos y crustáceos no deben ser mostrados para la venta.		
6	Las macroalgas marinas necesitan ser distinguidas de otros recursos y productos hidrobiológicos, utilizando materiales que no sean corrosibles, resistentes, de color claro y de fácil limpieza y desinfección.		
7	Los comerciantes o trabajadores de los mercados tienen la obligación de informar y establecer procedimientos que habiliten a los compradores para determinar si una mercancía específica ha sido descongelada y no necesita ser congelada de nuevo.		
8	Los moluscos bivalvos, gasterópodos marinos y equinodermos, que se encuentran desvalvados, crudos y/o precocidos, deben mantenerse en refrigeración o congelación.		

**Cuestionario elaborado con base en la dimensión de la variable eficiencia de la venta
de Recursos Hidrobiológicos**

✓ ESCALA LIKERT DE 5 PUNTOS (ORDINAL)

- 1 = Totalmente en desacuerdo
- 2 = En desacuerdo
- 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 = De acuerdo
- 5 = Totalmente de acuerdo

Items (ampliados):

1. *El nivel de ventas alcanzado en mi puesto/empresa es satisfactorio.*

- 1 = Totalmente en desacuerdo
- 2 = En desacuerdo
- 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 = De acuerdo
- 5 = Totalmente de acuerdo

**2. *Se cumplen las metas comerciales establecidas para la venta de productos
hidrobiológicos.***

- 1 = Totalmente en desacuerdo
- 2 = En desacuerdo
- 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 = De acuerdo
- 5 = Totalmente de acuerdo

3. Se aplican estrategias de venta adecuadas para atraer más clientes.

- 1 = Totalmente en desacuerdo
- 2 = En desacuerdo
- 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 = De acuerdo
- 5 = Totalmente de acuerdo

4. La presentación y exhibición del producto facilita el proceso de venta.

- 1 = Totalmente en desacuerdo
- 2 = En desacuerdo
- 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 = De acuerdo
- 5 = Totalmente de acuerdo

5. Se atiende a los clientes de manera rápida y eficiente durante la compra.

- 1 = Totalmente en desacuerdo
- 2 = En desacuerdo
- 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 = De acuerdo
- 5 = Totalmente de acuerdo

6. Los clientes muestran satisfacción con el proceso de venta.

- 1 = Totalmente en desacuerdo
- 2 = En desacuerdo
- 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 = De acuerdo
- 5 = Totalmente de acuerdo

7. La información brindada al cliente es suficiente para incentivar la compra.

- 1 = Totalmente en desacuerdo
- 2 = En desacuerdo
- 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 = De acuerdo
- 5 = Totalmente de acuerdo

8. Las ventas muestran un crecimiento sostenido en comparación con meses anteriores.

- 1 = Totalmente en desacuerdo
- 2 = En desacuerdo
- 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 = De acuerdo
- 5 = Totalmente de acuerdo

9. El personal cuenta con las competencias necesarias para vender productos hidrobiológicos.

- 1 = Totalmente en desacuerdo
- 2 = En desacuerdo
- 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 = De acuerdo
- 5 = Totalmente de acuerdo

10. Las condiciones higiénico-sanitarias del punto de venta favorecen el aumento de ventas.

- 1 = Totalmente en desacuerdo
- 2 = En desacuerdo
- 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 = De acuerdo

Fotografías de la investigación como evidencias



