



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**FACTORES DE PRODUCCIÓN QUE LIMITAN LA
EXPORTACIÓN DE PIÑAS GOLDEN DE LA MYPE EN LA
SELVA CENTRAL DE JUNIN HACIA EL MERCADO DE
ESPAÑA**

PRESENTADA POR

PILAR JUDITH CABANA MARILUZ

LISBETH BENONI NINAVILCA ARANA

ASESOR

CORINA CRISTINA CLAUDET CARRANZA DE ALARCÓN

TESIS

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

LIMA – PERÚ

2020



CC BY

Reconocimiento

El autor permite a otros distribuir y transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra, incluso con fines comerciales, siempre que sea reconocida la autoría de la creación original

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**FACTORES DE PRODUCCIÓN QUE LIMITAN LA EXPORTACIÓN DE PIÑAS
GOLDEN DE LA MYPE EN LA SELVA CENTRAL DE JUNIN HACIA EL
MERCADO DE ESPAÑA**

PARA OPTAR

**EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

PRESENTADO POR:

**BACH. PILAR JUDITH, CABANA MARILUZ
BACH. LISBETH BENONI, NINAVILCA ARANA**

ASESOR

DRA. CORINA CRISTINA, CLAUDET CARRANZA DE ALARCÓN

LIMA, PERÚ

2020

DEDICATORIA

La presentación investigación es dedicada a mi familia, mi hermana Mili, mi tío Emiliano, mi papá Jesús, mi hermosa Cookie y especialmente a mi madre Judit. En apoyarme en cada decisión que he tomado. En mis viajes de aventura, en los conciertos largos, el amor al deporte, mis traspasadas en mis estudios y trabajos laborales. Nunca me faltó consejos, un bocadillo y un abrazo a tu estilo. Gracias a Dios por la familia y amistades que me ha otorgado.

Pilar Judith, Cabana Mariluz

Todos mis logros en primer lugar son dedicados a Dios, por permitirme las oportunidades y la dicha de tener unos padres maravillosos Luis Ninavilca y Victoria Arana, a quienes también dedico el presente trabajo, por su apoyo incondicional en todos los aspectos de mi vida.

Lisbeth Benoni, Ninavilca Arana

AGRADECIMIENTOS

Nuestros agradecimientos académicos a nuestra asesora metodológico, Dra. Corina Claudet Carranza de Alarcón por su asesoría en el desarrollo de la presente investigación, por su tiempo, consejos y dedicación desde la primera etapa de la presentación de investigación. También agradecemos a los especialistas en la revisión del formato de validación de juicio de expertos, Dr. Alberto, Julca Otiniano, quien nos compartió su experiencia en cultivos tropicales y nos permitió tener un enfoque más amplio en el comportamiento de la agricultura y las ventajas del cultivo. Asimismo, agradecemos Mg. Luis, Torres Paz, quien ocupa el cargo de Presidente Ejecutivo de Prom Perú, quien nos compartió sus ideas, facilitando un mejor enfoque a las preguntas dirigidas a la muestra de la presente investigación. De igual forma, nuestros sinceros agradecimientos a los empresarios que nos abrieron las puertas de su organización, respondiendo a todas las preguntas y compartiendo información esencial, que permitió el alcance de los objetivos de la presente investigación. A la empresa Frunature Perú S.A.C, quien lo representa Sr. Edgar Saéñz Centeno, Sol Products Perú S.A.C, quien lo representa sr. Pither Galindo García y Lucky Fruit S.A.C, quien lo representa el sr. Johon Fredy, Rojas Maza.

Finalmente, a todos quienes apoyaron y creyeron en la realización de la presenta investigación.

Bach. Pilar Judith, Cabana Mariluz.
Bach. Lisbeth Benoni, Ninavilca Arana.

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS	vii
RESUMEN	ix
ABSTRAC	x
INTRODUCCIÓN	xi
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	16
1.1 Antecedentes de la investigación	16
1.1.1 Antecedentes Nacionales	16
1.1.2 Antecedentes Internacionales	18
1.2 Bases teóricas	23
1.2.1 Definición de Micro y Pequeñas empresas.....	23
1.2.2 Factores que limitan la exportación de las piñas Golden de la sierra central Junín	24
1.2.3 Factor recurso natural	25
1.2.4 Factor capital.....	28
1.2.5 Factor de trabajo	33
1.2.6 Factor gestión empresarial	34
1.2.7 Exportación de piña Golden de la selva central Junín	35
1.2.8 Importaciones de piña fresca del mundo	44
CAPÍTULO II: CATEGORIAS	53
2.1 CATEGORIA 1.....	53
2.2 CATEGORIA 2.....	55
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	56
3.1 Diseño metodológico	56
3.2. Diseño muestral.....	57
3.3 Técnicas de recolección de datos	59
3.4 Técnicas para el procesamiento de la información	61
3.5 Aspectos éticos.....	61
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	62

4.1. Resultados de la investigación.....	62
4.1.1 Descripción de la muestra	62
4.1.2 Análisis exploratorio	63
4.1.3 Análisis descriptivo.....	68
4.1.3.1 Análisis del primer objetivo específico	68
4.1.3.2 Análisis del segundo objetivo específico.....	70
4.1.3.3 Análisis del tercer objetivo específico	72
4.1.3.4 Análisis del cuarto objetivo específico	73
4.1.3.5 Análisis del quinto objetivo específico.....	75
4.1.3.6 Análisis del sexto objetivo específico.....	76
4.1.3.7 Análisis del objetivo general	77
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	78
5.1 Discusión de resultados.....	78
5.1.1 Discusión del objetivo específico 1	78
5.1.2 Discusión del objetivo específico 2	79
5.1.3 Discusión del objetivo específico 3.....	79
5.1.4 Discusión del objetivo específico 4	80
5.1.5 Discusión del objetivo específico 5.....	81
5.1.6 Discusión del objetivo específico 6.....	82
5.1.7 Discusión del objetivo general	83
CONCLUSIONES	84
RECOMENDACIONES	86
FUENTES DE INFORMACIÓN	88
ANEXO 1: Matriz de consistencia.....	96
ANEXO 2: Formato de validación de expertos	98
ANEXO 3: Matriz de operacionalización de variables.....	110
ANEXO 4: Instrumento de recopilación de datos.....	117
ANEXO 5: Constancia de consentimiento informado acceso público - Sol Products S.A.C	123
ANEXO 6: Constancia de consentimiento informado acceso público - FRUNATURE PERÚ S.A.C.....	124
ANEXO 7: Constancia de consentimiento informado acceso público –	125
LUCKY FRUIT S.A.C	125

ANEXO 8: Lista de empresas exportadoras de piña desde 2015 al 2019 a nivel internacional.....	126
ANEXO 9: Evidencias	127

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Índice de tablas

Tabla 1. Volumen anual de ventas.	23
Tabla 2. Empresas formales, según estrato empresarial 2017.	23
Tabla 3. Superficie cosechada de los principales productos agrícolas, 2014 – 2018. (Hectáreas).	30
Tabla 4. Maquinarias, equipos y/o herramientas para producción de piñas.	31
Tabla 5. Plagas de la cosecha de la piña.	33
Tabla 6. Enfermedades de la cosecha de piña.	33
Tabla 7. Escenario productivo de Junín en el 2016.	34
Tabla 8. Producción agropecuaria de piña desde 2014-2018.	35
Tabla 9. Producción agropecuaria de piña en Junín desde 2013-2018.	36
Tabla 10. Exportaciones Mundiales de Piña (Partida arancelaria 08.04.30.0000)	39
Tabla 11. Exportaciones de Piña del Perú al Mundo.	42
Tabla 12. Empresas exportadoras de piña de la región Junín.	43
Tabla 13. Empresas importadoras de piña fresca en España.	46
Tabla 14. Lista de aranceles de la parte UE para las mercancías originarias del Perú.	48
Tabla 15. Motivos de rechazo en fruta de piña y tolerancia de cada uno por caja.	50
Tabla 16. Calibración de piñas.	52
Tabla 17. Operacionalización de la Categoría 1.	53
Tabla 18. Operacionalización de la Categoría 2.	55
Tabla 19. Criterios de inclusión y exclusión para la población.	57
Tabla 20. Organización de los datos categoría - Triangulada.	64
Tabla 21. Análisis del objetivo 5. FODA de la situación actuar del sector piñero en Junín.	75

Índice de figuras

Figura 1. Exportación a nivel mundial de productos de la piña (2014-2018).	22
Figura 2. Ciclo de cultivo de piña.	27

Figura 3. Superficie de cosecha nacional de Piña, 2014-2018.	30
Figura 4. Producción de piña a nivel nacional 2018.	36
Figura 5. Distribución departamental de producción de piña en Perú.	37
Figura 6. Principales exportadores de la piña – 2018.	38
Figura 7. Los siete principales países importadores de la piña del Perú al mundo – 2018.	41
Figura 8. Exportaciones de Piña del Perú al mundo (2013-2019) (Kilogramos)....	43
Figura 9. Los cinco principales importadores de Piña (2014-2018).	44
Figura 10. Importación de España valorizada en Miles de Dólares.	47
Figura 11. Análisis objetivo específico 1: Recurso Natural.	68
Figura 12. Análisis objetivo específico 2: Capital.	70
Figura 13. Análisis objetivo específico 3: Factor Trabajo.	72
Figura 14. Análisis objetivo específico 4: Habilidades empresariales.	73
Figura 15. Análisis objetivo específico 6: Situación del sector piñero frente al mercado español.	76
Figura 16. Análisis objetivo general.	77

RESUMEN

La presente investigación cualitativa del tipo no experimental procura analizar como los factores productivos recurso natural, capital, trabajo y habilidades empresariales limitan la exportación de piñas de la Selva Central de Junín hacia el mercado español, se aplicó un diseño exploratorio, usando herramientas como revisión bibliográfica y entrevistas a profundidad realizados a tres empresas exportadoras de piñas ubicadas en la Selva Central de Junín.

Concluyendo que existe ventajas en el factor recurso natural, puesto que el clima, las características de la tierra y el rendimiento contribuyen que la piña sea un producto con muchas potencialidades, sin embargo, la calidad se ve afectada por la carencia de investigaciones de la tierra y falta de certificaciones, las limitantes en el factor capital son la carencia de maquinaria de alta tecnología y el uso de herramientas tradicionales, pero existe facilidades de acceso a financiamientos y hay una alta inversión en prevenir plagas y enfermedades puesto que la piñas es un producto muy susceptible, en cuanto al factor trabajo, la mano de obra es de bajo nivel educativo, el reclutamiento de personal se basa en experiencia empírica mínimo de dos años y las capacitaciones son constantes para el manejo de buenas prácticas agrícolas, en el área administrativa o de línea en mayoría son de la especialidad de agronomía, existe insuficiencia de dominio del idioma inglés y conocimientos de mercados y temas de exportación, en el último factor de habilidades empresariales se identificó que existe baja capacidad administrativa por parte de los gerentes puesto que las herramientas de planificación usadas son muy básicas, asimismo deben prescindir de terceras personas para investigar mercado y negociar, hay un fuerte problema con negociación de proveedores de piñas puesto que son productores que incumplen los acuerdos y actúan por conveniencia perjudicando a las empresas exportadoras que no logran satisfacer sus mercados internacionales por dicha causa.

Palabras Clave: Piñas, recurso natural, capital, trabajo, habilidades empresariales, exportación y Selva Central.

ABSTRAC

The present qualitative research of the non-experimental type tries to analyze how the productive factors, as: natural resource, capital, work and business skills limit the export of pineapples from the Central Jungle of Junín to the Spanish market. An exploratory design was applied, using tools such as bibliographic review and In-depth interviews carried out three pineapple exporting companies located in the Central Jungle of Junín.

Concluding that there are advantages in the land factor, since the climate, the characteristics of the land and the yield contribute that the pineapple is a product with many potentialities, however, the quality is affected by the lack of research on the land, and lack of certifications, in the other point the limitations in the capital factor are the lack of high-tech machinery and the use of traditional tools, but there are facilities for access to financing and there is a high investment in preventing pests and diseases since pineapple is a very susceptible product, about the work factor, the workforce is of low educational level, the recruitment of personnel is based on empirical experience of at least two years and the trainings are constant for the management of good agricultural practices, in the area administrative or who are of the line, Most of them are from the specialty of agronomy, there is insufficient command of the English language and knowledges of markets and exports, in the last factor of business skills it was identified that there is low administrative capacity on the part of managers since the planning tools used are very basic, they must also dispense with third parties to research the market and negotiate, there is a Strong problem with the negotiation of pineapple suppliers since they are producers who breach the agreements and act for convenience, harming exporting companies that fail to satisfy their international markets for this reason.

Key Words: Pineapples, natural resource, capital, work, business skills, export and Central jungle.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación aborda temas en relación a la piña Golden de la Selva de Junín, entendiendo que se trata de una fruta tropical, ante ello la Food and Agriculture Organization [FAO], (2020) explica que las frutas tropicales tienen la característica de ser altamente perecederas por ende son comercializadas en un porcentaje pequeño en el mercado nacional y aún menor en el mercado internacional, sin embargo el consumo per cápita de las frutas tropicales viene aumentando exponencialmente debido al alto valor nutricional que estas contienen, lo que significa crecimiento de la comercialización de las cuatro principales frutas tropicales como; piñas, aguacates, mangos y papayas, que puede ayudar a obtener ingresos sustanciales a productores y exportadores, no obstante la carencia de infraestructura y problemas ambientales son los dilemas más resaltantes que no permiten una producción y comercialización sostenida y abastecimiento del mercado internacional. América Latina es la segunda región productora de piñas que equivale el 36% del volumen mundial, por la demanda de las piñas Golden MD2 de los dos principales importadores Estados Unidos y la Unión Europea.

En el contexto nacional, se identifica que España es un mercado importante para Perú, pues es uno de los seis principales importadores de piñas a nivel mundial, y es el principal destino de las exportaciones peruanas desde hace muchos años, pertenece a la Unión Europea, según Acuerdos Comerciales del Perú (2019) la suscripción del acuerdo comercial entre Perú y la Unión Europea es parte de una estrategia comercial para consolidar a Perú como un país exportador, lo cual permite un acceso preferencial para el 99.3% de los productos agrícolas peruanos, asimismo hay facilidades para el ingreso de productos a países de la Unión Europea sin aranceles.

La expansión de la producción y comercialización agrícola en el Perú es uno de los pilares de la economía, sin embargo tiene limitaciones, por consiguiente el Banco Central de Reservas del Perú [BCRP], (2019) afirma el crecimiento de las exportaciones agrícolas de Perú se debe a las ventajas climatológicas del

país, al aumento de áreas agrícolas por obras de irrigación, amplificación de obras como carreteras y puertos, los tratados comerciales, la Ley de Promoción Agrícola y al trabajo del Servicio Nacional de Sanidad Agraria. No obstante, en el estudio realizado mediante encuestas sobre el sector agroexportador no tradicional deducen que las principales limitaciones para el crecimiento agroexportador son; la falta de disposición del recurso hídrico, escasa infraestructura adecuada, la inadecuada gestión del estado y el vencimiento de la Ley de Promoción Agraria.

Hablar de la producción de piña Golden en nuestro país, implica referirse al 74.13% de producción a nivel nacional, correspondiente a la región Junín, la cual tiene ventajas como; el clima para producir variedades, tratados comerciales para la apertura de mercados y baja incidencia de plagas. La desventaja principal es la escasa inversión en tecnología e investigación que estanca el desarrollo, pues existen organizaciones públicas de apoyo que no se están enfocando en investigación y desarrollo de valor agregado, asimismo la cadena de valor es incipiente aún. Entre las oportunidades analizadas resaltan la disposición de tierras extensas de producción de piñas y la tendencia a la industrialización, entre amenazas del sector enfatizan fenómenos naturales y cambios climáticos. Por otro lado, respecto a la mano de obra últimamente ha sido escasa, la forma de gestión ha sido transmitida de generación a generación puesto que la gerencia en mayor porcentaje es recibida por herencia, y la forma de organización más común es la asociación puesto que los beneficios son obtenidos con mayor rapidez, pero aún no está desarrollada (Lazo, Marcas & Serna, 2017).

En ese sentido Maravi (2018b) dice el sistema predominante de producción de piñas en cierta parte de la selva de Junín es el convencional, siendo la principal limitación de cultivo las malezas y enfermedades, por consiguiente, se necesita de asesoramiento y buenas prácticas de manejo, por otro lado, el principal mercado de venta es Lima, a lo largo del tiempo es fluctuante, cuando los precios están bajos buscan comercializar en otras regiones del país, por tanto, las exportaciones no son constantes.

Del mismo modo La Agencia Agraria de Noticias (2018) expone la piña peruana tiene potencial siendo la de variedad Golden con más expectativas comerciales, pero se ve afectado por malas prácticas de pre cosecha y post cosecha, pues no existe capacidad para cumplir con los mercados internacionales respecto a los volúmenes en calidad uniforme, se necesita de base financiera para aumentar capacidad productiva y accesibilidad de asesoría técnica para conseguir calidad y calibración uniforme.

El ingreso a nuevos mercados permitiría poder comercial obteniendo mayores beneficios y alcanzando mejores precios de venta, sin embargo, existen algunas limitaciones que no permite que el sector de piñas muestre desenvolvimiento internacional.

Así ante lo anteriormente expuesto, la pregunta principal que guía esta investigación es: ¿Cuáles son los factores de producción que limitan la exportación de piñas Golden de las MYPE en la Selva Central de Junín hacia el mercado de España?

La importancia de la investigación se refleja en la aportación de información y conocimientos de los factores que limitan el desarrollo de la comercialización internacional de piñas en Junín, asimismo podría generar algún impacto a lo largo de la cadena productiva, que ayudaría a identificar acciones o situaciones, para mejorar y evitar errores. Según las estadísticas de SUNAT (2019) las exportaciones de piñas han evolucionado desde el año 2011, siendo el principal mercado de destino España. Es por ello, la investigación analizará y explicará el desarrollo y el panorama que el sector piñero viene afrontando en relación al principal mercado europeo.

Asimismo, la investigación permitirá un antecedente para los productores y exportadores tanto de Junín como de otras regiones del Perú que planean desarrollarse en el mercado español o crecer en otros destinos comerciales potenciales. También las instituciones públicas y privadas podrán conocer a profundidad la situación actual y alcanzar sus metas de la manera más efectiva,

teniendo en cuenta la sostenibilidad potencial de la producción y comercialización de piñas en la zona de Junín, la cual está olvidada o poco trabajada por los entes gubernamentales y no gubernamentales. Adicionalmente servirá a la población académica como fuente de información y de referencia para otros estudios, además de despertar el interés de las posibles limitaciones y oportunidades del sector piñero, puesto que la mayoría de las investigaciones en relación con la selva de Junín son enfocadas a temas y problemas del café, y respecto a las piñas, existen investigaciones referentes al tratamiento agronómico mas no desde una perspectiva comercial o administrativa. Dejando a lado potenciales estudios como la problemática de la piña desde Junín al exterior.

La investigación es viable porque se tratan de contextos reales con accesibilidad a la información de fuentes primarias y secundarias, la zona a estudiar es la Selva Central de Junín que está ubicada a 305 kilómetros desde Lima, y los sectores de producción de piñas de las empresas localizadas se encuentran a 15 minutos aproximadamente del centro de su ciudad, por consiguiente, son destinos asequibles para medios de transporte terrestre. Respecto al presupuesto para la presente investigación es accesible porque el trabajo no ostenta de grandes montos de gastos, solo se aplica para pasajes, alimentos y estadía. En cuanto a tiempo, dependerá de la muestra a estudiar ya que será cuestión de adaptarse a los horarios de ellos.

Una de las principales limitaciones de la investigación fue que los representantes de las MYPE exportadoras tenían tiempo limitado para realizar la entrevista, por ende, se demoraron en fijar una fecha, por otro lado, la validación de los instrumentos fue realizada por expertos en comercio exterior y en la siembra de piñas Golden, las coordinaciones tuvieron que ser vía correo y no presencial, por los ajustados tiempos de los expertos.

La presente investigación es de Enfoque Cualitativa, correspondiente al diseño No Experimental de tipo aplicado con alcance exploratorio. La población está constituida por 3 Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) del sector de producción

y comercialización de piña Golden en la Selva Central de Junín extraídos de la base de datos de Aduanas del portal de SUNAT y seleccionados en base a seis criterios de inclusión y exclusión, obteniendo una muestra de característica No Probabilístico, es decir la muestra es igual a la población, estas son; SOL PRODUCTS S.A, FRUNATURE PERÚ S.A.C. y LUCKY FRUIT S.A.C.,.

La presente investigación está estructurada de la siguiente manera:

- En el primer capítulo se presenta el marco teórico, presentando los antecedentes de la presente investigación tanto internacional como ámbito nacional y la base teórica.
- En el segundo capítulo se desarrolla las variables que son objetivos de la presente investigación.
- En el tercer capítulo se desarrolla la metodología, indicando el diseño de la investigación, la población de la presente investigación, las exclusiones e inclusiones de la muestra de la población, los instrumentos empleados y los procedimientos de la obtención de datos.
- En el cuarto capítulo se presenta los resultados de la investigación relacionados a las funciones de los objetivos establecidos. Se determina las limitaciones de no emplear herramientas y maquinaria moderna, capacitación al área administrativo y la mediana capacidad en establecer negociaciones.
- En el quinto capítulo se desarrolló la discusión de los resultados obtenidos juntos a los antecedentes y marco teórico, para otorgar las soluciones de los problemas descritos.

Finalmente, las conclusiones y recomendaciones de la presente investigación respondiendo a los problemas. La presente investigación concluye con referencias bibliográficas, anexos que muestra la validez de la documentación y las evidencias del instrumento de investigación.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

1.1.1 Antecedentes Nacionales

En los últimos años el consumo de los alimentos sanos ha incrementado a nivel internacional, especialmente en la Unión Europea. Armendáriz, Jaramillo & Felipe (2017) mencionaron que en el año 2010 la región Junín producía el 57% de piña a nivel nacional, es decir era el mayor productor, no obstante, no tenían la oportunidad de exportar, a diferencia de otras regiones. La región Junín es rica en la actividad de la agricultura, mientras que en la ganadería alberga al 9.6% de vicuñas y 9.1% de ovinos del país.

Brume, Cornejo, Pinto & Puertas (2011) en su investigación de exportación de piñas deshidratadas desde Satipo, región Junín, se resalta las fortalezas en las zonas de producción como; clima, calidad de tierras, volúmenes y rendimiento de producción.

En la investigación de los nematodos fitoparásitos asociados al cultivo de piñas aplicado en 25 cultivos del departamento Amazonas se expone que, en la mayoría de las zonas productoras del mundo, las plagas y enfermedades son limitantes en la producción de piñas, siendo usualmente daños por nematodos fitoparásitos, cabe resaltar la piña es muy susceptible a plagas y enfermedades. (Gandarilla, 2014, citado en Vera, Maicelo, Heredia & Oliva, 2017)

Por otro lado, se ha desarrollado un trabajo de investigación en la selva de Junín con el objetivo de determinar las plagas entomológicas en los cultivos, aplicando registros y guías de observaciones en campo y laboratorios, se obtuvo los siguientes resultados; la mosca de la piña representa el problema más grave ya que ataca al fruto, asimismo se presenta como problemas potenciales la broca y cochinilla de la piña. (Arellano, Vergara & Bello, 2015).

El Ministerio de Agricultura y Riego [MINAGRI], (2015) ha elaborado el Plan Nacional de Cultivo (Campaña agrícola de 2018-2019) para contribución al ordenamiento agrícola de los pequeños productores, donde determina que los principales productos permanentes de Junín son; café, cacao, banano, naranja, piña, mandarina, palta alfalfa y tangelo. Respecto a la piña, la superficie cosechada es 6369 ha. con producción de 362 810 t. concluyendo a un rendimiento 56965 kg. por hectárea, siendo el precio chacra 0.62 soles cada kilogramo.

Munive (2015) manifiesta el control de plagas y enfermedades tiende a ser muy costoso y el manejo de malezas es necesario en los primeros meses, de igual importancia concluye en su investigación en relación a las condiciones de suelo, clima y distancia al mercado, que el cultivo de piñas de la selva central es destacado para obtener rentabilidad, el método de siembra con lotes escalonados permite alcanzar precios favorables, además con la aplicación de inductores florales se consigue uniformidad y abastecer el mercado en épocas apropiadas.

Silva (2019) en el estudio que realizó de las limitaciones de la oferta exportable de piñas específicamente en una asociación de productores en Amazonas, menciona el desarrollo inadecuado de técnicas de cultivo y la falta de usos de insumos y tecnología en herramientas, de los cuales conlleva a conseguir bajos volúmenes de producción y frutos de baja calidad, también existe carencia de gestión empresarial y los productores desconocen las formas de accesos a mercados debido a un bajo nivel de educación.

En la investigación realizada a fincas de piñas en Pichanaki, analizaron las características sociales, económicas y ambientales de los productores, aplicando el método de proporciones basada en encuestas a una muestra de 31 productores, obteniendo como resultado que los responsables de las producciones en su mayoría son varones cuyas edades son mayores a 33 años con estudios de secundaria completa, por otro lado el tipo de

producción es convencional con rendimientos de 50 a 80 toneladas por hectáreas, presentando como principales limitaciones en el cultivo las enfermedades y malezas.(Maravi et al, 2018a).

Romero (2017) ha presentado un estudio para determinar la relación que existe entre la producción y exportación de piñas en los años 2008 al 2015 en Perú, usó el método no experimental tipo correlacional, teniendo como resultados, en los años de estudio no existe relación entre el valor de producción y el valor de exportación, hubo una relación inversa entre el volumen de producción y el volumen de exportación y no se ha presentado relación entre el precio de producción de la piña con el precio de exportación.

1.1.2 Antecedentes Internacionales

Olayinka (2013) realizó un estudio donde afirma la piña es una fruta tropical deliciosa que tiene un sabor fino y altas propiedades nutritivas, está entre los más importantes cultivos de frutas a nivel mundial ya que está disponible durante todo el año, asimismo son tolerantes a la sequía y se adaptan a suelos arenosos con PH entre 4,5 y 6,5, asimismo dentro de las frutas tropicales es la tercera más importante después del banano y cítricos.

El objetivo del estudio fue determinar la rentabilidad y limitaciones de la producción de piñas en el estado de Osun perteneciente a Nigeria, utilizó la técnica de muestreo multietapa para conseguir información de 50 encuestados. Para analizar los datos recolectados se usó estadísticas descriptivas, los resultados fueron: la producción de piñas está dada por hombres agricultores siendo la edad promedio 53.7 años, dedicados completamente a la producción de piñas y tienen nivel de educación primaria, la utilidad neta es de N 162 045 (moneda nigeriana) por hectárea, las principales limitaciones que enfrentan los agricultores de piñas son: limitada disposición de alta calidad de materiales de plantación, alta perecibilidad de frutos, bajos precios de frutos, poco acceso a créditos y enfermedades de las plantas.

López & Mora (2018) elaboraron un artículo cuyo objetivo fue analizar la situación del sector de piña orgánica en Costa Rica, usaron el método de recolección de datos de bases primarias; aplicando encuestas a 120 empresas dedicadas a la producción y/o comercialización y secundarias; realizando revisión documentaria y normativa legal de 12 instituciones del país concernientes a este rubro, el resultado obtenido de este estudio fue los productores de Costa Rica tienen amplia experiencia en la producción de piñas, existe buenas condiciones climatológicas para la producción y exportación de piñas, se cuenta con facilidades logísticas y reconocimiento mundial como mejores productores de piñas, sin embargo hay limitaciones puesto que las empresas no cuentan con capacidad productiva de piñas orgánicas y se limitan a realizar operaciones con piñas convencionales debido a que los costos de tramitología para certificaciones son muy altos.

Por otro lado, en Ecuador las exportaciones de piña Golden son durante todo el año, a diferencia de otros países como República Dominicana, Honduras, Costa de Marfil y Ghana, aumentando su ventaja en la producción al resto de países. La alta demanda de comercialización exige alta calidad en cumplir con certificados, que genera aumento en costos. Su principal debilidad es la falta de experiencia en el campo de comercio exterior. (Lituma, 2013).

Uriza (2011) menciona que la tecnología de riego, acolchado de plástico y malla-sombra, disminuyen el efecto negativo de los periodos secos. Asimismo, las piñas Golden para la exportación debe evitar clases de golpe como raspaduras y presiones excesivas, permitiendo la disminución de enfermedades durante su transporte y exhibición.

Entre tanto, existe un lugar llamado “La tierra de la Piña” que se ubica en la República del Salvador en Santa María Ostuma. Mezcla de cultura, religión y tradición en el procedimiento de cultivo. En el año 2017 se realizó la investigación con profesionales de Antropología, utilizando un método cualitativo-etnográfico para identificar las manifestaciones socioculturales,

tangibles e intangibles. El resultado fue que la piña influía en una dinámica socio cultural, en donde la figura de la mujer tenía el papel de comercializar el producto. (Osegueda, 2019).

Pathak, Chakraborty & Pandey (2015) realizaron un estudio en el noroeste de la India, con el objetivo de conocer la producción de piñas y las perspectivas de crecimiento y también analizar la viabilidad de almacenes frigoríficos, se utilizó la técnica de muestreo intencional para la selección de agricultores propietarios de piñas, se aplicó cuestionarios para datos primarios y otros para secundarios. Se determinó, que la región de Assam es uno de los mayores productores de piñas en la India, sin embargo, la producción tiene un rendimiento inferior en términos de productividad y comercialización, los mercados ya están cubiertos con grandes cantidades de piñas lo que produce precios bajos y desperdicios de piñas ya que el producto es perecedero, por lo tanto los productores de piñas en el noroeste de la India están disconformes porque no están obteniendo beneficios esperados, cabe mencionar son a raíz de que los productores son de educación baja por lo que se abstienen a adoptar tecnologías modernas y son incapaces de vender sus productos, además la industria no está creciendo debido a aspectos de infraestructura, logística, almacenamiento y almacenamiento en frío.

Rene & Monserrate (2018) en base al estudio de investigación que realizaron en el sector Milagro del país Ecuador, a través de la metodología descriptiva correlacional, sostienen que la comercialización de piñas en ese sector tiene falencias relacionadas a la falta de apoyo económico y técnico de las organizaciones gubernamentales, asimismo los productores no están debidamente agremiados lo cual limita tener una oferta exportable y contar con centros de acopios estratégicos, en consecuencia en la mayoría de veces acuden a intermediarios que pagan precios bajos desalentando la producción de piñas, por otro lado la escases de especialistas en materia de comercialización de piñas causa no tener medidas de control para mejorar el sistema de comercio de la zona piñera estudiada.

Londoño, Uribe & Gonzáles (2017) analizaron la viabilidad de exportar piñas desde Colombia a Chile, mediante una investigación cualitativa descriptiva, determinan que Chile es un mercado potencial con mucha proyección, pues es uno de los países que más procesa piñas para exportarlas al mercado asiático, asimismo Costa Rica es uno de sus principales proveedores, sin embargo sus producciones están disminuyendo por el alto costo de mano de obra y las empresas están importando de otros países, por consiguiente Colombia tiene posibilidades de incursionar en el mercado chileno, a raíz de los escenarios favorable y beneficios de factores como logísticos, legales y perfil del consumidor.

Por otro lado, el comercio de piñas frescas de Costa Rica es muy dinámico y existe predominio en las exportaciones a nivel mundial, en los últimos años a simple vista se ha visto mayor crecimiento, por lo cual Pablo, Jaime & Giacinti (2016) analizan el modelo comercial de piñas desde tres perspectivas; estructura empresarial, dinámica del comercio internacional y las estrategias comerciales de exportadores, aplicando para la primera perspectiva Índice Ferfindahl Hirshman (IHH), para la segunda se utilizó el Índice de Competitividad del Comercio Exterior, y para la tercera perspectiva Coeficiente de Correlación de Pearson, Coeficiente RV y Análisis Factorial Múltiple Dual (DMFA), de los cuales los resultados son; en la estructura empresarial del sector la actividad es de baja concentración económica a nivel general sin embargo solo la estructura exportadora a EE.UU. tiene una moderada concentración, por otro lado en la dinámica del comercio internacional Costa Rica se basa en las ventajas comparativas de costos y en la dinámica por mercados, por último la estrategia comercial de empresas exportadoras es muy dinámica con algunos cambios de baja significatividad en magnitud.

Palacios & Peña (2019) analizaron las posibilidades de exportación de piñas de Colombia al mercado de Dubái bajo un modelo de intermediación entre productores e importadores, utilizando el método cualitativo descriptivo concluyeron que existe un desaprovechamiento de productos tropicales de

Colombia a causa de la escasez de modelos de negocios rentables y competitivos que promuevan la exportación de productos frescos, existe crecimiento de producción y calidad de piñas que se podría comercializar con aliados estratégicos en Dubái.

En la Figura 1, se aprecia la sumatoria anual de las exportaciones desde 2014 al 2018, representando en valor moneda USD. En el año 2015, existió un receso de producción porque el principal exportador Costa Rica disminuyó en 10% de participación, a consecuencia de la alta competencia del mercado. Desde el 2016 al 2018 inició un aumento en la comercialización de la piña, es así, que en el año 2018 alcanzó la cantidad más alta registrada \$/. 2'086,888 (Miles de USD dólar americano). Trade Map (2019).

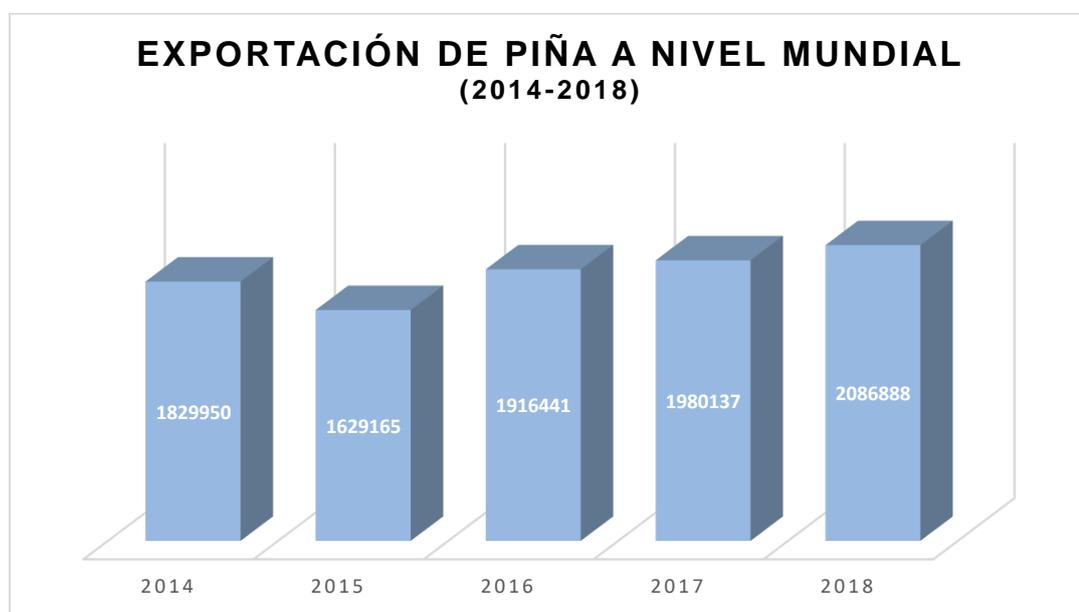


Figura 1. Exportación a nivel mundial de productos de la piña (2014-2018).
Fuente: Trade Map.
Elaboración: Propia.

1.2 Bases teóricas

1.2.1 Definición de Micro y Pequeñas empresas

Según SUNAT (2020) las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) son constituidas por persona natural o jurídica, cuyo objetivo es desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o servicios.

Asimismo, las ventas anuales que debe tener una empresa para acogerse al Régimen Laboral Especial son las siguientes:

Tabla 1. Volumen anual de ventas.

Tipo	Volumen anual de venta	Monto total
Pequeña empresa	1,700 UIT	7'310,000.00 soles
Microempresa	150 UIT	650,000.00 soles

Fuente: SUNAT (2020)

Elaboración: Propia.

El valor de cada Unidad Impositiva Tributaria – UIT, para el año 2020 corresponde de S/. 4,300.00 soles.

Produce (2020) expone en el 2017 se registró 1'897,550 de microempresa y pequeña empresa, mientras que el total de gran empresa sólo alcanzo 9,245.

Tabla 2. Empresas formales, según estrato empresarial 2017.

Estrato empresarial	N° de empresa	%
Microempresa	1'836,848	96.2
Pequeña empresa	60,702	3.2
Mediana empresa	2,034	0.1
Gran empresa	9,245	0.5
Total de empresas	1'908,829	100.00

Fuente: Produce (2020)

Elaboración: Propia.

El porcentaje agropecuario para MIPYME representa 1.3% y en la región Junín se registró un total del 3.7% de MIPYME.

Según Okpara y Wynn (2007, citado en Chambi, 2016) explica que las Micro y Pequeña empresa (MYPE), es la impulsión del crecimiento de la economía,

ofreciendo el aumento de empleos y generando la disminución de la pobreza en países en desarrollo.

Por otro lado, Chambi (2016) explica que las MYPE enfrentan dificultades de crecimiento a largo plazo. Investigaciones previas demuestran que el riesgo de mortalidad para las pequeñas empresas es mayor en los países en desarrollo que países de primer mundo.

Rodríguez & Murillo (2016) recomienda que las MYPE debieran reinventar un modelo de negocio, con sólidos en la fuerza productiva que implique una competencia centrada y estructura corporativa de la planificación, talento humano, flexibilidad y adaptabilidad de negocio.

1.2.2 Factores que limitan la exportación de las piñas Golden de la sierra central Junín

Parkin & Loria (2009) señalan en su investigación sobre economía que los bienes y servicios son los objetivos que la gente valora y produce para satisfacer las necesidades humanas. Se producen usando recursos productivos que son conocidos para los economistas como factores de producción, los cuales se dividen en cuatro:

- 1. Recurso natural** : Describe las riquezas naturales que se ejerce en producir bienes y servicios, los cuales se conocen como tierra. Para el lenguaje cotidiano es más conocido como *recursos naturales*.
- 2. Trabajo** : Es el esfuerzo y el tiempo que las personas dedican a producir bienes y servicios. El cual implica el esfuerzo físico y mental en el área de producción o administrativa.
- 3. Capital** : Los instrumentos que se manejan para producir los bienes y servicios como las maquinarias, herramientas, los edificios y otras construcciones que las empresas.

4. Habilidades empresariales : Describe la capacidad de administrar el trabajo, la tierra y el capital. El empresario toma decisiones de negocios, enfrentan riesgos y asumen responsabilidades.

1.2.3 Factor recurso natural

Zapata (2001) en su investigación Posibilidades y Potencialidad de la Agroindustria en el Perú en base a la biodiversidad y los bionegocios detalla la alta ventaja que tiene el clima y la diversidad de especies en el Perú, asimismo, es vital otorgar un valor agregado y apoyarse en la agroindustria moderna.

Lazo et al. (2017) mencionan que el origen de la piña Golden está en América del Sur, específicamente al norte del Brasil y su verdadero nombre es *ananá*, que proviene del idioma *Tupi*. Existen diversas variedades de piña, siendo las más importantes:

- a) Grupo Cayena (Cayena Lisa, Euville, Hilo o Rothfield)
- b) Grupo Española (Española, Blood, Puerto Rico)
- c) Grupo Queen (Golden Sweet o MD2)
- d) Tipo Peroleras

Basantes & Chasipanta (2012) explican que el híbrido MD2 es de alto rendimiento, con excelente sabor y aceptación en los mercados internacionales.

Maravi et al. (2018a) Detalla que la piña es la cuarta fruta importante de producción nacional, posterior al plátano, mango, uvas, con 124,700 MT en el primer semestre de 2017. Los cultivos más conocidos son Hawaiana, Cayena Lisa y MD2 que es conocido como Golden, siendo la principal en producción.

Munive (2015) en su investigación Producción del cultivo de Piña CV. Golden en la Selva Central Mazamari – Satipo (Junín) explica que la producción de

piña incrementó considerablemente en los últimos diez años. Especialmente en la región de Junín, el cual abastece al Mercado Mayorista con los calibres comerciales C6, C8, C10 y C12, mientras C14 y C16 son enfocados al mercado local y regional. Asimismo, la variedad de Golden o MD2 está orientada al consumo fresco y jugos.

El Ministerio de Agricultura y Riego [MINAGRI] (2020) en el año 2018 se alcanzó una producción total de piña de 548,465 toneladas, siendo la región Junín el principal productor con un 74.13%.

1.2.3.1 Descripción de la piña Golden

a) Distribución

Collins (1960) explica que la distribución de las piñas fue desde Brasil, Paraguay y Argentina, posteriormente fue a América Central y el Caribe. Según Trade Map (2020) en las exportaciones de piñas frescas a nivel mundial del 2018, Costa Rica el principal exportador, mientras que Perú ocupó el número 48. Por otro lado, los principales productores a nivel nacional del año 2018 correspondieron Junín (74.13%), Puno (4.21%), La Libertad (3.96 %) y Amazonas (3.69%). (MINAGRI, 2020).

b) Cultivo de la piña

El Gobierno Regional La Libertad (2000) expone que la piña, a diferencia de otros frutos, se puede realizar durante todo el año. Además, al ser una planta perenne, sus cosechas son varias. Existe dos variedades de cultivo: Surco y perenne de piña junto a una planta perenne. La primera enfocada a las exportaciones o consumo enlatado, la segunda al mercado nacional.

Instituto Nacional de Estadística de Perú – [INEI] (2018), en Junín se cuenta con 3'320,561 de superficie cosechada, de los cuales 15,458 ha corresponde a la piña registrado en el año 2017.

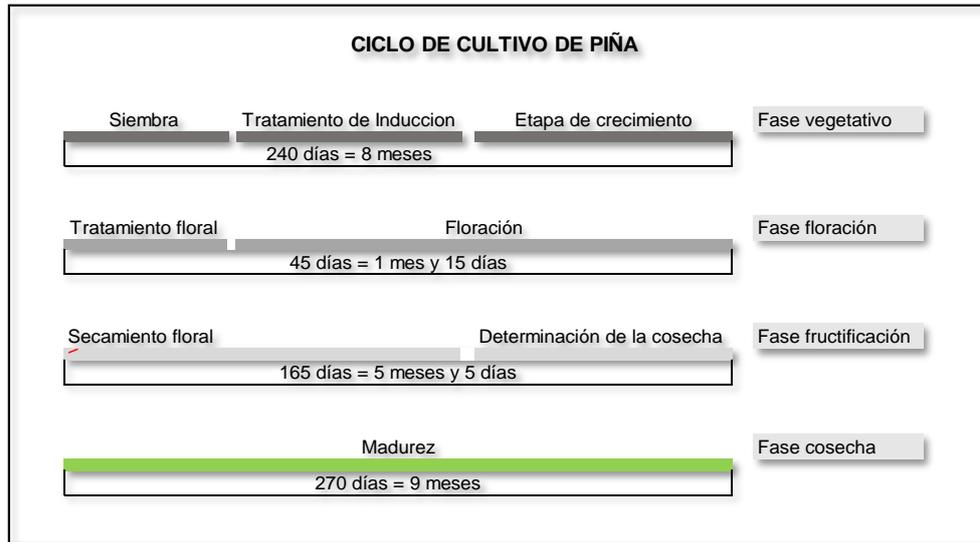


Figura 2. Ciclo de cultivo de piña.
 Elaboración: Propia
 Fuente: Munive (2015)

1.2.3.2 Clima

El cultivo de las piñas se realiza entre 500 m.s.n.m. hasta máximo de 1,200 m.s.n.m., es recomendado no superar el límite porque disminuiría el vigor, en caso de mayor altura su desarrollo es lento. (Jiménez, 1999 citado en Munive, 2015).

Asimismo, Maravi (2018b) dice la temperatura recomendable varía entre 16 a 32 °C. Afectando el crecimiento del cultivo, la temperatura inferior a 16°C. En Chanchamayo la temperatura registra inferior a 15 °C entre el mes de mayo a julio.

Sánchez (2012) expone la planta de piña toma agua de la humedad atmosférica, lo que permitiría la resistencia a épocas secas, sin embargo, aumenta el tiempo de formación de la flor y fruta, reduciendo el tamaño de la piña. En lugares de alta lluvia, genera que la fruta tenga baja calidad, porque su contenido de azúcar es inferior y la acidez elevada.

1.2.3.3 Suelo

Munive (2015) explica que la tierra debe tener un PH entre 4.5 y 5.5. para un adecuado cultivo de piña. Asimismo, el PH de los suelos de Junín está en el margen de PH entre 4.00 y 7.00.

De acuerdo con el MINAGRI (2018) la región de Junín está constituida por 09 provincias y 123 distritos, donde el 88.942% de la superficie no implementa riego, asimismo el 43% de mayor extensión es Satipo. La provincia de Satipo produce las dos variedades de piña más importantes que son Golden y Cayena lisa.

Egoávil (2014) menciona que los productores de la provincia de Satipo anteriormente no han considerado la información de las características de los suelos y de las practicas agronómicas para los cultivos. Asimismo, la zona productora no tiene registro de suelos, es por ello, que se está realizando análisis físicos y químicos. Lo que generaría un plan de fertilización y otorgar mayor requerimiento a los cultivos.

1.2.4 Factor capital

El INEI (2019) dice el sector agropecuario ha crecido durante los últimos años. Creció en producción nacional 1.68% desde enero a abril 2019 y durante abril 2019 y enero 2018 fue de 3.12%.

Además, el inicio de las inversiones de la piña Golden para los agricultores en Junín son generados por propio capital o través de ONG. Mientras que las entidades bancarias ofrecen tasas de interés anual entre 15% al 35% y presentar títulos de propiedad, experiencia en el sector agropecuario, actividad productiva y no contar con endeudamiento a más de tres instituciones financieras, entre otros. (Lazo et al, 2017).

Por otro lado. Mi Banco (2019) expresa que la entidad financiera *Mi Banco* ofrece a los agricultores rurales una tasa de interés anual entre 15.39% al

90.12%, en efectivo sería S/300.00 soles mínimo y S/. 50,000.00 soles máximo.

1.2.4.1 Inversión de tecnología

Lazo et al. (2017) en su investigación Planeamiento estratégico de la Piña de Junín explica que existe diversas ventajas en el sector piñero como el favorable clima en las variedades de producción, el ingreso a nuevos mercados, la poca incidencia de plagas, no obstante, existe la desventaja de la inversión en tecnología e investigación, que limita el crecimiento y desarrollo del sector.

MINAGRI (2008) menciona que la impulsión del desarrollo agrario inicia con la inversión de la tecnología para alcanzar la rentabilidad y competitividad. Es vital el uso de maquinarias en la siembra como en la cosecha, no obstante, la tecnología adquirida no es sofisticada.

Según Lombana (2016): *“...la mejor utilización de la tecnología es en la utilización del riego por goteo combinado con la fertirrigación y el acolchado plástico, contribuyeron a mejorar el aprovechamiento de la oferta de nutrientes”*. (pg. 80). Con el objetivo de racionalizar el agua y disminuir herbicidas en el sistema a productivo, a diferencia de la producción tradicional.

1.2.4.2 Inversión de terreno

Lazo et al. (2017) destaca la disponibilidad de tierras aptas para el cultivo de piñas que existe en las ubicaciones de Pichanaqui, Satipo y Chanchamayo, asimismo se genera el aumento de la industrialización de productos agrícolas.

A la vez, el minifundio genera poca capacidad en abastecer la demanda, por ser una pequeña extensión de terreno. Es importante mencionar que la adecuada producción de la piña en escala se deberá trabajar en un

mínimo de 5 hectáreas (50,000 m²). (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], 2005)

Tabla 3. Superficie cosechada de los principales productos agrícolas, 2014 – 2018. (Hectáreas).

Producto	2014	2015	2016	2017	2018
Nivel nacional	3,266,223	3,361,677	3,292,153	3,320,561	4,303,037
Nivel nacional de Piña	15,808	15,182	14,883	15,458	15,901
Junín	6,372	6,223	6,089	6,369	6,626

Fuente: Ministerio de Agricultura y Riego – [MINAGRI] (2020)

Elaboración: Propia.

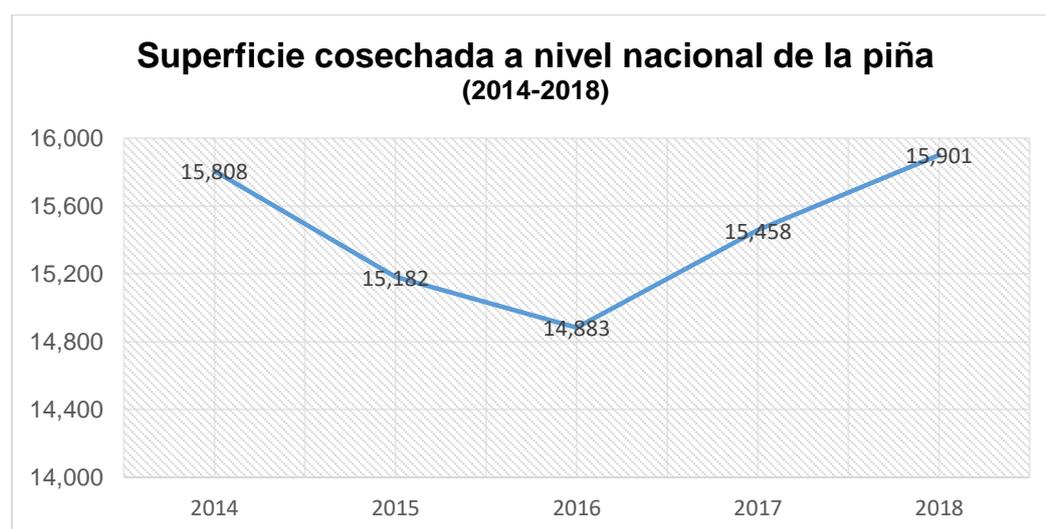


Figura 3. Superficie de cosecha nacional de Piña, 2014-2018.

Fuente: MINAGRI (2020).

Elaboración: Propia.

Según MINAGRI (2020) en el 2017 el área de cosecha de Piñas en la región Junín fue de 6,369 hectáreas. Mientras la producción alcanzo 548,465 tonelada, de las cuales el 74.13% corresponde a la región de Junín, siendo el principal productor a nivel nacional del 2018.

1.2.4.3 Inversión de fertilización

Chuquillanqui (2018) en su análisis Fertilización en el cultivo de piña CV. Golden en Satipo analiza el cultivo de piña, el cual no logra una real siembra a consecuencia cultivares no mejorados. La selva tiene baja fertilidad y reacción acida, la mayoría de los agricultores no aplican fertilizantes y genera que las piñas sean heterogéneas, ofreciéndose precio de venta baja. Su principal propuesta son que los agricultores

aplique fertilizantes minerales para mejorar la productividad, calidad, rentabilidad y sustentabilidad ambiental en el sector agrícola. El resultado de su investigación fue que la aplicación de Microessentials SZ más sulfato de potasio (T5), e influencio en el tamaño y peso del fruto.

Munive (2015) explica que el cultivo de la piña inicia con gran cantidad de nutrientes, que son: Nitrógeno y potasio. Los cuales deberán suministrarse entre los 180 días del inicio del cultivo. Asimismo, el tiempo de maduración de la piña puede tomar hasta dos años. Es por ello, la importancia del control de las malezas.

Según Maravi et al (2018a) en la etapa de la cosecha, se establece bloques de 4 o 5 hileras dobles continuas con separación de 2 metros. En caso, la hectárea es menor no se realiza la separación, generando la dificultad en la aplicación foliar, tiende a dañarse la hoja quebrándolas o rompiéndolas al momento de la actividad foliar y obstaculiza la cosecha.

1.2.4.4 Inversión en maquinaria y herramientas

La presencia de maquinaria y/o vehículos de producción, dentro de la cadena productividad, son importantes para la cadena de operaciones, tractores, vehículos de área, maquinas fumigadoras entre otros.

Dentro de la cadena de valor de la piña, se necesita de las siguientes maquinarias, equipos y/o herramientas.

Tabla 4. Maquinarias, equipos y/o herramientas para producción de piñas.

Proceso	Maquinaria, equipo y/o herramienta
Preparación del suelo	Trituradora, rastras, picos, rufo o tractor oruga, encaladora y encamadoras.
Cosecha, selección y tratamiento de semilla.	Curadoras automáticas.
Siembra	Palilla o chuzas.
Desarrollo de plantación	Maquinas fumigadoras
Manejo de fruta y cosecha	Maquinas cosechadoras y cajas plásticas.
Empaque	Pila de lavado, banda transportadora, enceradora, balanzas, máquinas de pre enfriado y cámaras de almacenamiento.

Fuente: García & Rodríguez (2008)

Elaboración: Propia

De acuerdo con el IV Censo Nacional Agropecuario del INEI (2012) se muestra que la región de Junín utiliza las herramientas de producción dependiendo de la actividad, la cual puede ser: Eléctrica, mecánica, animal, humana o combinación de lo mencionado. Asimismo, el manejo de maquinaria es empleada en cosechadora, fumigadoras, molinos, picadoras, tractores y otros equipos. En el último censo del 2012, se obtuvo como resultado que el 93% de la población de 132 063.00 unidades agropecuarias no contaban con estos equipos y aquellos que contaban el 50% se encontraban en operatividad.

1.2.4.5 Inversión en plagas y enfermedades

En la investigación Caracterización de Fincas productoras de kion, piña y plátano en la microcuenca Cuyani – Pichanaki (Junín- Perú), Maravi (2018b) explica que históricamente la piña es susceptible a la enfermedad de *Phytophthora* y se presenta en las plantaciones. Según los resultados obtenidos por la investigación, el 58% de productores encuestados indica que la enfermedad *Phytophthora Cinnamoni* (Por producción radicular) y *Phytophthora parasítica* (corazón de la planta) fueron los daños más encontrados en la plantación.

Es por ello, que se realiza desinfección de semillas para evitar enfermedades. En caso de la piña Hawaiana se realizan preparación del terreno, desmalezado y no desinfectan las semillas para evitar costos. La importancia de realizar eficazmente

En el cultivo de la piña se realiza una desinfección de semillas para evitar las enfermedades. A diferencia de la piña Hawaiana que realizan preparación del terreno, desmalezado, y no desinfectan las semillas para evitar costos. Es por ello, la importancia de realizar correctamente el levantamiento del suelo en forma camellones bien levantados (Entre 0.4 a 0.5 m).

Tabla 5. Plagas de la cosecha de la piña.

Tipo de plagas	Descripción
Thecla basilides	Afecta en estado larval al fruto por el canal estilar y produce daño en la pulpa.
Dysmicoccus brevipes	Una plaga importante, conocida cochinilla harinosa. Generado por insectos que vive en las partes superiores de la planta. Asimismo, el daño se puede observar en las áreas productoras de la piña.
Melanoma canopilosum	Llamado mosca de la fruta de la piña, generando producción de maduración prematura y gomosis.
Symphylidos	Son centípedos de color blanco, miden entre 6 a 10 mm en su etapa adulta con doce pares de patas y antenas prominentes.

Fuente: Munive (2015)
Elaboración: Propia.

Tabla 6. Enfermedades de la cosecha de piña.

Tipo de enfermedades	Descripción
<i>Phytophthora nicotina var</i>	Es un hongo que se desarrolla en el suelo, inicia en el corazón de la planta, siendo transportado por agua de deslizamiento o salpique. Como parte de sus síntomas, muestra alteraciones en el color de las hojas hasta que hongo alcance en la base de las hojas.
<i>Phytophthora cinnamomi</i>	Ataca el tallo, el sistema radicular y la base de las hojas inferiores, la penetración de hongos se produce por lesiones causadas por nematodos y sinfilidos o por labores mecánicas.
<i>Penicillium funiculosum</i> y <i>Fusarium spp</i>	Es una mancha negra que puede ser seca o húmeda generado por dos patógenos: <i>Penicillium funiculosum</i> y <i>Fusarium moniliforme</i> . El control de la "mancha" es difícil de reducir la enfermedad y costoso.

Fuente: Maravi et al. (2018a)
Elaboración: Propia

1.2.5 Factor de trabajo

1.2.5.1 Mano de obra

Lazo et al. (2017) en su investigación sobre Planeamiento estratégico de la Piña de Junín, explican que en la región Junín tiene bajo nivel de negociación por no tener mano de obra calificada, además la contratación es de palabra. Ninahuanca (2013, citado en Lazo et al., 2017) dice el aumento de programas sociales ha generado disminución de la mano de obra en los dos últimos años.

Tabla 7. Escenario productivo de Junín en el 2016.

Escenario Productivo de Junín en el 2016.

Grado de Instrucción	Primera o Secundaria	Técnico	Universitaria
	88%	12%	0%
Agricultura como actividad económica	Si		No
	96%		4%
Cuaderno de Campo	Si		No
	29%		71%
Extensión de chacras	2 a menos 20%	2 a 5 56%	5 a 10 20% Más de 10 4%
Superficie cultiva de piña	2 a menos 92%	2 a 5 8%	5 a 10 0% Más de 10 0%
Análisis técnico	Si		No
	43%		57%
Frecuencia de Suministro de Agua	Mala	Regular	Bueno
	50%	36%	14%
Infraestructura de Riego	Mala	Regular	Bueno
	64%	27%	9%
Uso de Equipos	Si		No
	75%		25%
Mano de Obra	Solo el productor	Familiares	Terceros
	27%	58%	15%

Fuente: Lazo et al. (2017)
Elaboración: Propia

1.2.6 Factor gestión empresarial

García (2014) a través de su investigación Plan Piloto de Producción de Frutas Deshidratadas y Procesadas detalla que los agricultores de Satipo ofrecen el precio de las frutas por debajo del mercado, esto con lleva al requerimiento de intermediadores o mercenarios que van las parcelas otorgando adelantos por debajo de su precio, posteriormente venden al mercado local a precios exorbitantes. Una de las principales limitaciones es el desconocimiento tecnológico de los procesos agroindustriales de las frutas. La propuesta el investigador es la implementación de la deshidratación como valor agregado del producto.

Peña (2010) en su investigación de los factores de competitividad en la cadena productiva del cultivo piña, explica que el Gobierno debería fortalecer los programas de transferencias y establecer programas en el manejo técnico y administrativo del cultivo.

Por otro lado, las gestiones documentarias de la importación han aumentado porque se realizan importaciones de las semillas de la variedad MD2-Golden de Costa Rica, en el tiempo de cuarentena impuesta por el Servicio Nacional de Sanidad Agraria [SENASA]. (Aristóteles et al, 2017)

1.2.7 Exportación de piña Golden de la selva central Junín

1.2.7.1 Producción nacional de piña

MINAGRI (2020) indica la producción nacional de la piña ha obtenido un crecimiento constante en los últimos seis años. En el año 2017, alcanzó 494,642 toneladas y aumentó su variación 1.11% al 2018, el más alto registrado.

Tabla 8. Producción agropecuaria de piña desde 2014-2018

PRODUCCIÓN AGROPECUARIO DE PIÑA						
Periodo: Enero-diciembre del 2013 al 2018 a Nivel Nacional						
(Toneladas)						
Productos	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Piña	448,884	455,297	450,635	461,286	494,642	548,465

Fuente: MINAGRI(2020)

Elaboración: Propia.

MINAGRI (2020) informa que Junín alcanzó 74.12% a nivel nacional de producción de piña en el año 2018, porcentaje que no disminuye del 70% durante los últimos seis años. Munive (2015) afirma que la zona principal de producción en Junín corresponde a Satipo, impulsando el sustento económico de diversas familias agrícolas. La piña destacada es la Golden, cuya producción inició entre el año 2002 y 2004. (Anahui, 2019). Asimismo, la producción de la piña Golden madura tres meses antes que el Grupo Cayena.

Tabla 9. Producción agropecuaria de piña en Junín desde 2013-2018.

PRODUCCIÓN AGROPECUARIO DE PIÑA						
Periodo: Enero-diciembre del 2013 al 2018 en Junín						
(Toneladas)						
Productos	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Piña	320,916	328,671	331,858	339,703	362,810	406,561
%	71.49%	72.19%	73.64%	73.64%	73.34%	74.13%

Fuente: MINAGRI (2020)

Elaboración: Propia.

La producción de piñas en Junín ha ido evolucionando favorablemente en los últimos años, gracias a la ampliación del mercado, según MINAGRI (2020) la producción de piña en Junín representó 74.13% frente a Puno con 4.21%, La Libertad 3.96% y Amazonas 3.69% durante el año 2018 (Ver Figura 4).

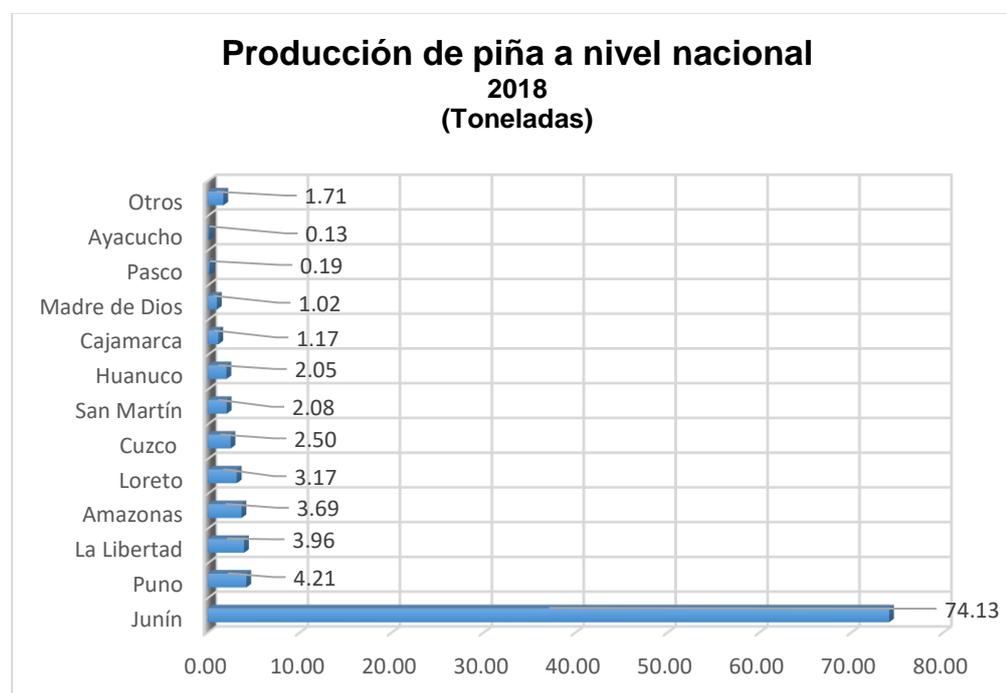


Figura 4. Producción de piña a nivel nacional 2018.

Fuente: MINAGRI (2020)

Elaboración: Propia.

En la Figura 5 se aprecia la evolución de la producción nacional de la piña desde 2013 al 2018 con un progresivo crecimiento, asimismo, se generó una recesión leve en la exportación de piña, ocasionado principalmente a la caída de los pilares: Gobierno (-28.41%), Infraestructura (-24.68%), Economía (-13.44%) y Empresas (-9.58%).

(Lazo et al, 2017 citado en Índice de Competitividad Regional del Perú [ICRP], 2017). MINAGRI (2020) menciona que la variación del 2018 al 2017 fue de 1.11% de crecimiento.

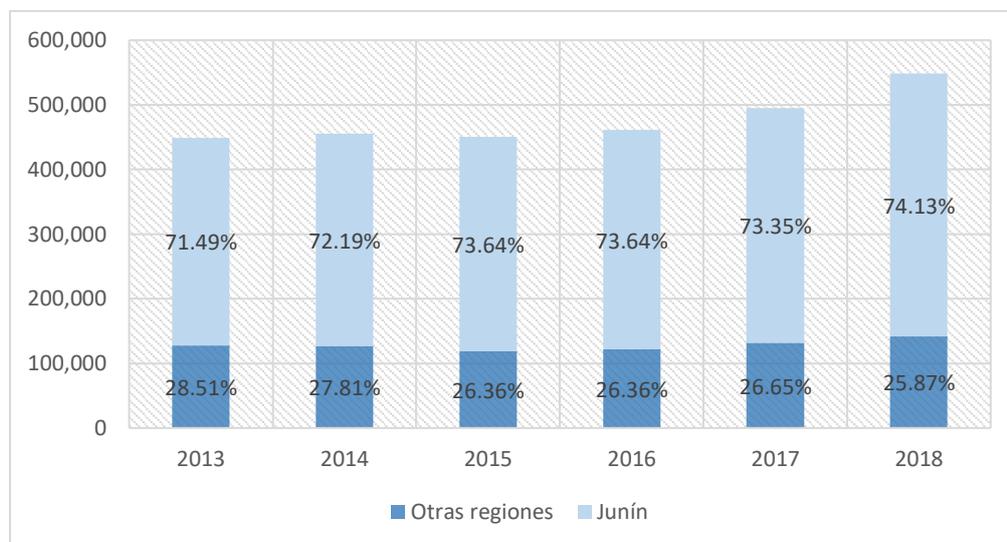


Figura 5. Distribución departamental de producción de piña en Perú.
Fuente: MINAGRI (2020)
Elaboración: Propia.

1.2.7.2 Principales países exportadores de piña Golden

La producción de la piña se realiza en todas partes del mundo, especialmente en zonas tropicales. Es así como, en el año 2018 alcanzaron un valorizado total de \$ 2'086,888 (miles dólar americano), siendo el más alto durante los últimos cinco años.

Según Trade Map (2020) el principal exportador desde 2013 al 2018, es Costa Rica que alcanzó un valorizado de USD \$ 1'038,152 que representa 49.75% de la exportación mundial. Por la alta demanda internacional, Costa Rica ha implementado ejecutar muchos agroquímicos, ocasionando impacto ambiental.

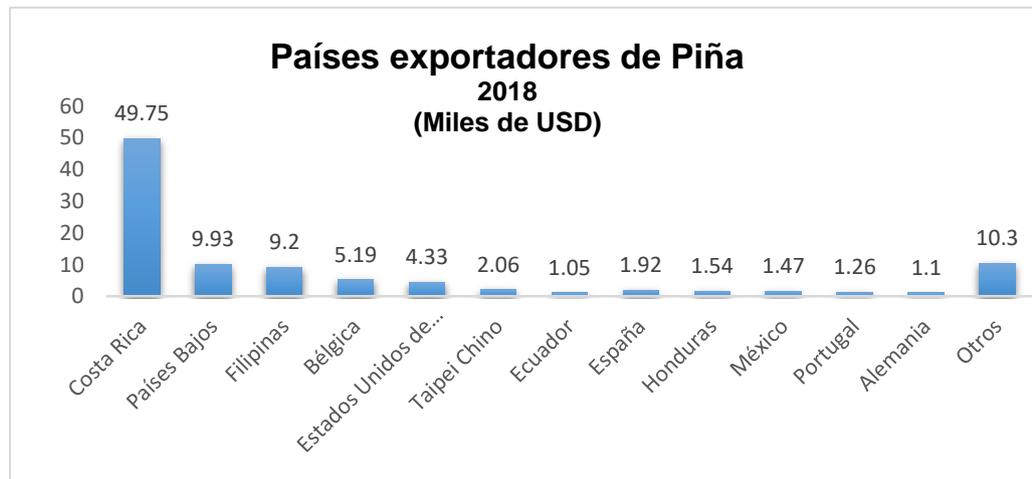


Figura 6. Principales exportadores de la piña – 2018.

Fuente: Trade Map (2020)

Elaboración: Propia.

Tabla 10. Exportaciones Mundiales de Piña (Partida arancelaria 08.04.30.0000)

RK	País	Dólar Americano (miles)					Volumen (TN)					Precio Ref. 2018
		2014	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018	
1	Costa Rica	889148	821873	905311	980598	1038152	2126929	1902031	2019401	2160320	2333924	0.44
2	Filipinas	254924	168543	227412	180950	207244	461856	267789	566928	495440	442108	0.47
3	Países Bajos	147705	105374	228412	201087	191979	274009	180020	245417	191412	234937	0.82
4	Bélgica	121475	108306	105435	110429	108377	124781	122083	120838	121891	131018	0.83
5	Estados Unidos de América	115204	103129	101476	97160	90387	121928	113920	120346	121851	109381	0.83
6	Ecuador	9181	26407	38845	37255	42998	55545	66076	73990	84691	80579	0.53
7	México	26948	31967	37474	44189	40621	41271	76987	86267	87476	75217	0.54
8	Honduras	25241	24418	30370	32847	40068	51258	60031	58817	68891	71449	0.56
9	España	22050	26156	26430	29352	32175	25860	26450	29441	31082	39059	0.82
10	Guatemala	19711	36159	42573	41020	30605	25091	27506	35734	40347	34191	0.90
11	Taipei Chino	4513	3688	5883	29158	26302	9022	22773	29075	27439	31927	0.82
12	Côte d'Ivoire	25997	23320	18195	17243	23028	39489	34844	25429	31377	30469	0.76
13	Portugal	5654	12785	13216	15077	20678	4750	4002	5528	31996	29894	0.69
14	Reino Unido	31906	21827	14219	0	18603	5304	14016	11572	17671	27046	0.69
15	Panamá	16521	13087	15106	18746	16843	67038	45979	30856	0	24803	0.68
16	Alemania	9674	4283	3962	9269	16279	22875	21643	15739	15756	21025	0.77
17	Italia	16151	12129	9174	12034	12051	17993	13254	14710	21116	20096	0.60
18	Ghana	7939	8512	12278	14421	11337			2014	23849	20036	0.57
19	Malasia			739	12361	10401	23585	22730	22779	22470	19575	0.53
20	Tailandia	2418	1620	1604	5973	10309	1509	1597	1878	9161	17433	0.59
	Subtotal	1752360	1553583	1838114	1889169	1988437	3500093	3023731	3516759	3604236	3794167	
	Mundo	1816941	1829950	1629165	1916441	1980137	3584336	3105217	3601948	3708496	3916266	

Fuente: Trade Map (2020)

Elaboración: Propia.

El Sistema Integrado de Información sobre Comercio Exterior y exportaciones peruanas [SIICEX] (2015) explica que Países Bajos, Bélgica y Alemania no son países productores de piñas y realizan la actividad de reexportación. Trade Map (2020) indica que el menor precio referencia corresponde a Costa Rica con \$ 0.44 registrado en el 2018, por otro lado, Perú se ubicó en el puesto 48 como exportador de piña, teniendo un crecimiento constante desde el 2013.

1.2.7.3 Exportación de piña Golden del Perú al mundo

La Sociedad de Comercio Exterior del Perú [COMEX PERÚ] (2020), explica que en el año 2019 hubo alto crecimiento en el sector agropecuario, ubicándolo en el segundo lugar posterior al sector de la Minería, asimismo representó el 13.7% del 30% de los productos no tradicionales, mientras que los productos tradicionales fueron del 70%. Espinoza (2018) menciona que existe más de 200 productos agrícolas que Perú ofrece al mundo.

Trade Map (2020) indica que la piña fresca obtuvo una recaudación de USD 1,009 (miles americanos) desde 2014 al 2018 como país exportador Perú.

SUNAT (2020) detalla que el medio de transporte más utilizado fue el transporte aéreo con un promedio del 55.97%, seguido por el marítimo 39.19% y terrestre al 4.84% desde el 2014 al 2018. En el año 2018 las exportaciones alcanzaron a 585 (miles americanos) FOB y 191,181 kilogramos, el más alto de los últimos cinco años.

Trade Map (2020) menciona que, en el año 2018, Perú exportó piña fresca a los siguientes países: España (58.05%), Alemania (17.25%), Chile (19.40%), Francia (5.13%) y Países Bajos (0.17%). A pesar de que España ocupó el primer puesto en cantidad exportada, no se ubica como primero en el ranking de importadores de piña según valor FOB. El acumulado de FOB en España fue de 134 (miles dólares americanos), mientras Alemania 429 (miles de dólares) ocupando el primer lugar. (Ver en la figura 7).

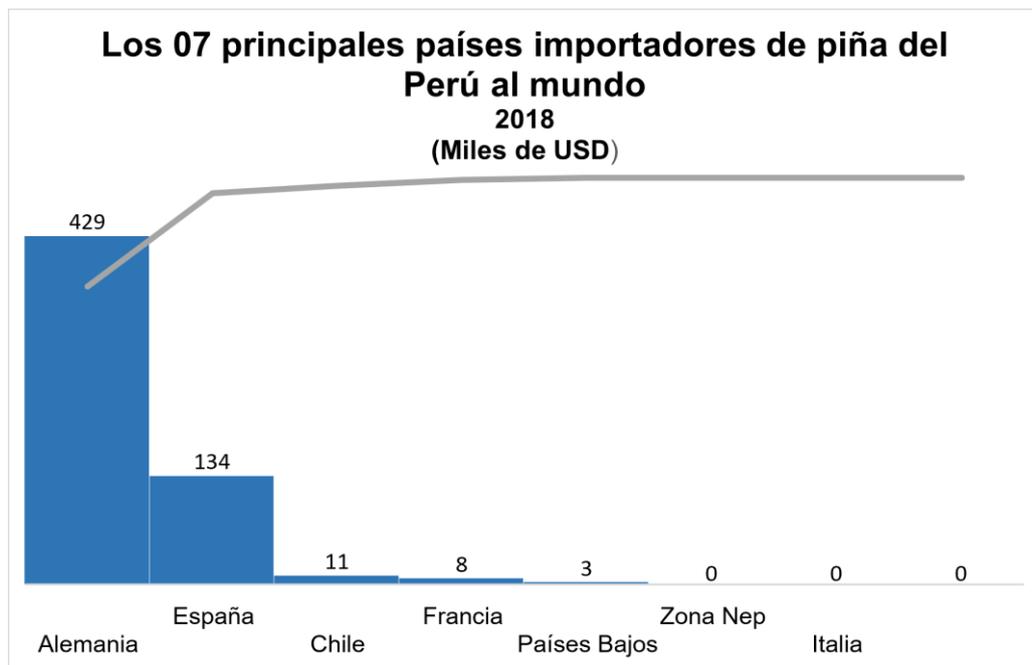


Figura 7. Los siete principales países importadores de la piña del Perú al mundo – 2018.
Fuente: Trade Map (2020)
Elaboración: Propia.

Tabla 11. Exportaciones de Piña del Perú al Mundo.

N	Países	Dólar Americano (Miles)						Volumen (Kilogramos)						Precio Ref. 2018
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
1	Alemania		1		74	216	429		36		3895	15042	32712	13.11
2	España		2		44	3	134		800		31221	2602	111629	1.20
3	Chile				20	48	11				67960	45535	36792	0.30
4	Francia	4		3	3		8	196		133	117		9725	0.82
5	Países Bajos						3						323	9.29
6	Italia					9						7163		13.11
7	Macao, China		1						12					0.00
8	Bélgica													0.00
	Total	4	4	3	141	276	585	196	848	133	103,193	70,342	191,181	

Fuente: Trade Map (2020)

Elaboración: Propia.

Trade Map (2020) muestra el precio referencial que ofreció el mercado español fue de USD 1.20 en 2018, mientras que en Alemania fue de USD 13.11, siendo un margen de diferencia de 1,093% (Ver en la tabla 11). Asimismo, desde el 2016 ha tenido un crecimiento constante en las exportaciones de la piña Golden en el mercado de Alemania, España y Francia, también amplió a nuevos mercados como Chile y Países Bajos en el año 2018.

Por otro lado, de acuerdo con SUNAT (2019) la producción destinada a la exportación es representado en kilos y en el año 2018 se utilizó 82.98% de transporte aéreo, 15.96% de transporte marítimo, finalmente 1.06% en transporte terrestre. Esto sucede, porque la duración del tiempo de vida de la fruta fresca es corta. Además, el tiempo de transporte marítimo hacia Europa tomaría entre uno a dos meses. El mercado español utilizó el 98.11% de transporte aéreo, mientras que el mercado alemán utilizó el 60% de transporte aéreo y 40% de transporte marítimo en el 2018.

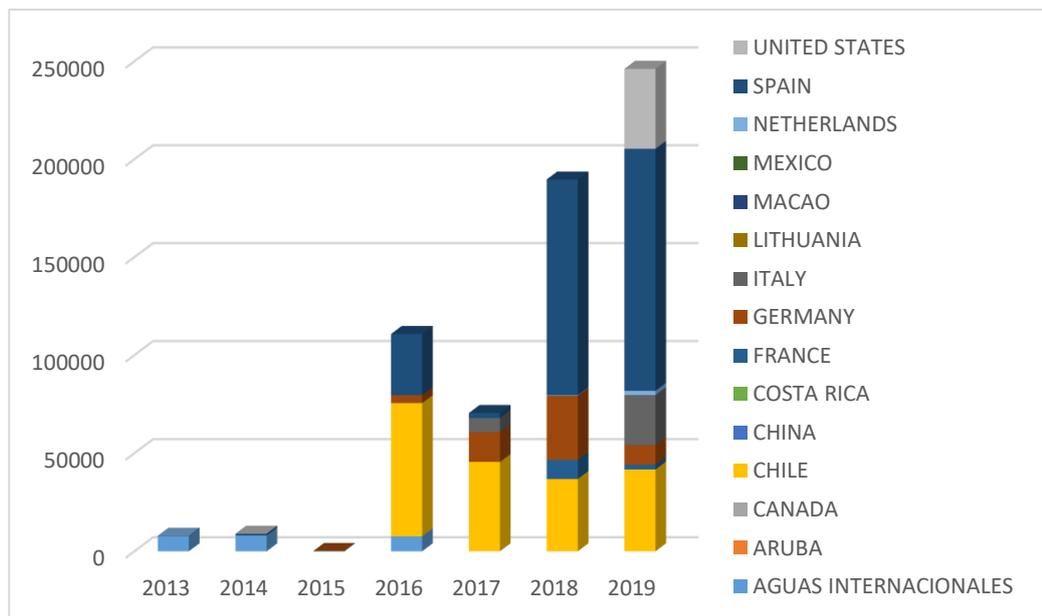


Figura 8. Exportaciones de Piña del Perú al mundo (2013-2019) (Kilogramos).
Fuente: Trade Map (2020)
Elaboración: Propia.

De las 25 regiones que Perú tiene, el principal productor de piña corresponde a Junín con un promedio superior del 70% de producción nacional. Asimismo, las principales zonas de producción de piña corresponden a la selva central: Satipo, Pichanqui y Pango. MINAGRI (2020) registró que la producción de piña en Junín fue del 74.13% en 2018, superando el año anterior que fue del 73.34%.

SUNAT (2020) explica que desde el 2015 al 2019 se registró 31 empresas exportadoras de piñas frescas, deshidratada y congeladas, de las cuales 3 MYPE exportaron piñas frescas y están constituidas en Junín.

Tabla 12. Empresas exportadoras de piña de la región Junín.

N°	RUC	RAZÓN SOCIAL
1	20602266541	SOL PRODUCTS S.A.
2	20600211022	FRUNATURE PERU S.A.C
3	20602293361	LUCKY FRUIT S.A.C.

Fuente: SUNAT (2020)
Elaboración: Propia

1.2.8 Importaciones de piña fresca del mundo

Trade Map (2020) la partida arancelaria de 08.04.30 – Piñas “ananás”, frescas o secas, registró un total de importación de 9'653,257 toneladas y un valorizado de 14'326,342 (miles de dólares) en el año 2018. El principal país importador corresponde a Estados Unidos (28.00%), seguido por Bahamas (14.00%), Países Bajos (6.00%), China (4.00%) y España (4.00%).

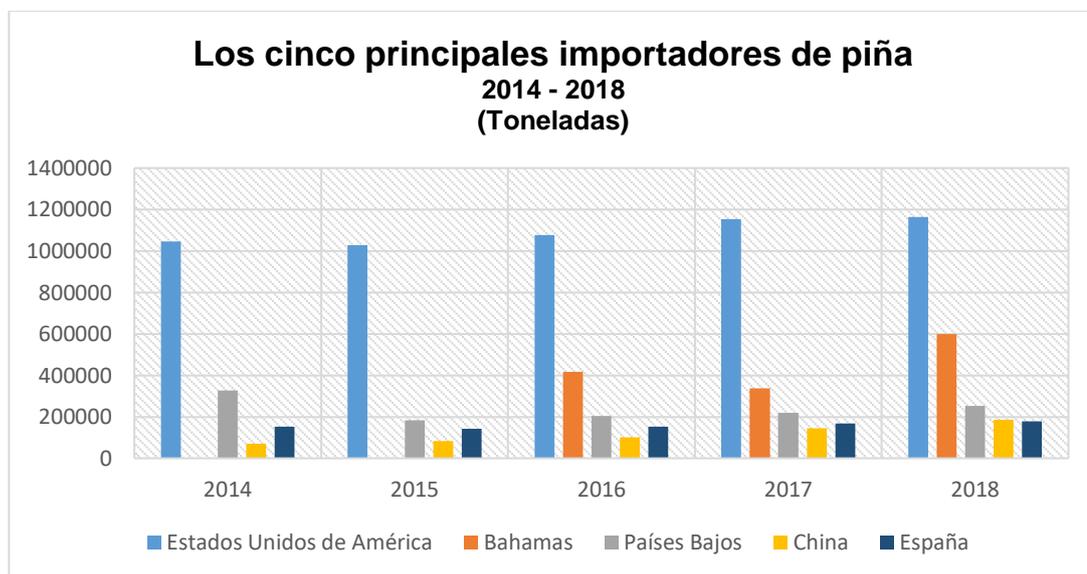


Figura 9. Los cinco principales importadores de Piña (2014-2018).
Fuente: Trade Map (2020)
Elaboración: Propia.

Trade Map (2020) indica que desde el 2014 al 2018 hubo un crecimiento del 29.31%, desde 3'224,129 a 4'169,413 (Toneladas). El principal importador es Estados Unidos con una representación del 28% en el mercado internacional. SUNAT (2020) explica que las exportaciones de Perú a Estados Unidos solo representaron el 16.60% en 2019 y fueron piñas orgánicas deshidratada y correspondió a su totalidad a la empresa exportadora Greenbox S.A.C.

Por otro lado, SUNAT (2020) expone el principal país importador de piñas frescas del Perú es España. En 2019 se registró que el 50.17% de las exportaciones correspondía al mercado español, en ese mismo año, se registraron las siguientes empresas exportadoras de piñas frescas al mercado español:

1. Inversiones Maelki E.I.R.L
2. RTE FRESH S.A.C
3. Wayu Perú S.A.C

El 79% de las exportaciones a España corresponde a la empresa RTE FRESH S.A.C, teniendo 97,582 unidades exportadas y 100% de envío aéreo. Asimismo, el precio referencia por unidad fue 1.33 USD. Mientras que hacia el mercado italiano fue 1.23 USD. La segunda empresa exportando a España corresponde a Inversiones Maelki E.I.R.L, que representó el 15%, finalmente la empresa Wayu Perú S.A.C con 6%.

1.2.8.1 Importador de piña fresca – España

España ocupa las quintas partes de la península Ibérica, compartiendo mar mediterráneo y por el océano Atlántico. En sus limitaciones terrestres se ubica Francia, Portugal al oeste, finalmente la colonia británica de Gibraltar al sur.

Instituto Nacional de España [INE], (2020) España es un país democrático que es miembro de la Unión Europea y está conformado por diecisiete comunidades autónomas, siendo su capital Madrid. Su población registrada en el 2019 fue 47'026,208 millón de personas, el cual 49% corresponde al género masculino y el 51% al género femenino.

SIICEX (2015) explica que los consumidores europeos necesitan alimentos fáciles de consumir, asimismo los habitantes del sur de Europa, por motivos culturales, consumen piña fresca.

Organización Mundial de la Salud [OMS], (2020), explica que la alimentación de frutas y verduras es parte de una dieta saludable y el bajo consumo está relacionado a una mala salud y alto riesgo de enfermedades no transmisibles. Es importante mencionar que 24% de nacionalidad española son mayores de 60 años.

Brume et al. (2011) detalla que la piña otorga nutrientes importantes al consumirla porque contiene vitamina C, B1, B2 y B6. Es un producto sostenible en el tiempo, ofreciendo saludables vitaminas y minerales diarias. Según Alfonso y Macías (2013) una buena alimentación balanceada consta en un mínimo de cinco raciones de fruta por día, aproximadamente 400 gramos diarios.

a) Perfil del consumidor

Carbajal (2013) sostiene el español se caracteriza por su alta tendencia de consumo o dieta saludable, el cual se encuentra libre de preservantes y grasas, siendo adquiridas en supermercados y mercados naturistas. De hecho, los españoles tienen el índice más alto de longevidad en Europa. La Asociación de Fabricantes y Distribuidora [AECOC], (2019) en su investigación “España un país de frescos” explica que los españoles han gastado un aproximado de € 10.290 millones en frutas y hortalizas, aumentado un 7.3% del año anterior, generado por la subida del precio en verdura 11.90% y frutas a un 8%.

1.2.8.2 Empresas importadoras de España

Según Informa (2018) en su investigación comportamiento de pagos de las empresas españolas, indica que en los últimos años el 50% de las empresas españolas no son puntuales en la fecha de pago. Las grandes empresas cumplieron con los plazos pactados a 12%, mientras que las medianas a 29%, sin embargo, las microempresas cumplieron al 56% y las pequeñas al 48% de los plazos pactados. Trade Map (2020) señala que existe cuatro empresas importadoras de Piñas en España, el 75% se destina a Madrid y el 25% a la ciudad de Torrox.

Tabla 13. Empresas importadoras de piña fresca en España

Nº	Nombre de la empresa	Ciudad	Sitio web
1	Central Dica	Madrid	http://www.grupolc.com
2	Frutas Hermanos Montes	Madrid	http://www.hermanosmontes.com
3	Frutas Perichán	Madrid	http://www.perichan.com
4	Greenfood Import Export	Torrox	http://www.green-food.net

Fuente: Trade Map (2020)

Elaboración: Propia.

En la Figura 10, se aprecia el crecimiento del valorizado de las importaciones de Piña del mundo a España, desde 2014 al 2018. En 2014 inició con una valorización del 126,421, mientras que en 2015 existió una disminución del 8.32%, sin embargo, en 2016 aumentó a 6.35%, a comparación del año anterior, y en 2017 siguió su crecimiento a 13.11%, finalmente en 2018 creció a 3.38%.

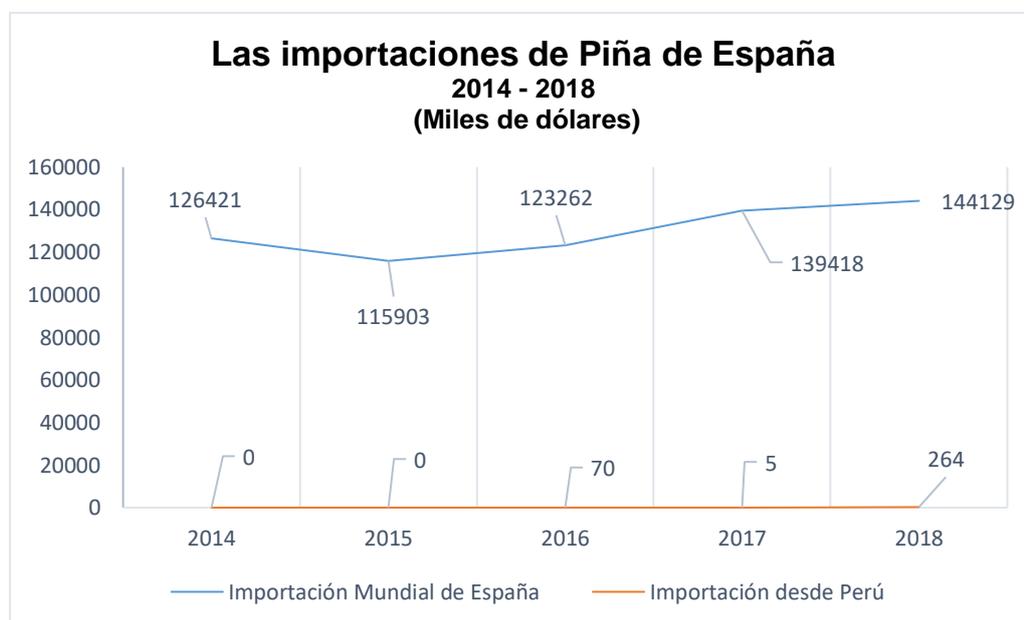


Figura 10. Importación de España valorizada en Miles de Dólares.
Fuente: Trade Map (2020)
Elaboración: Propia.

En caso, las exportaciones de Perú a España recién en el año 2016 se figuró las primeras exportaciones al mercado español con 70 mil dólares, a pesar de que en 2017 disminuyó a 92.86% y en 2018 creció a más de 5 mil veces.

1.2.8.3 Clasificación arancelaria

Según Acuerdos Comerciales del Perú [ALC] (2019), la subpartida arancelaria de la piña corresponde al 0804.30.00.00, y por el acuerdo comercial entre Perú y La Unión Europea esta liberada de arancel.

Tabla 14. Lista de aranceles de la parte UE para las mercancías originarias del Perú.

Lista de Aranceles UE	Descripción	Tasa Base	Categoría
NC 2017			
0804	Dátiles, higos, piñas (ananás), aguacates (paltas), guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos.	-	-

Fuente: Acuerdos Comerciales del Perú (2019)

Elaboración: Propia.

Prom Peru (2015) explica que, en la agricultura de la Unión Europea, la legislación es horizontal resaltando los aspectos como: Aditivos, etiquetado, higiene, etc. Mientras los productos elaborados como chocolate y cocoa, azúcares, miel, jugos de fruta, mermeladas, y diversos son aplicados con una legislación vertical.

1.2.8.4 Envase y embalaje

García & Rodríguez (2008) sostiene las piñas son envasadas y ubicadas de acostados en las cajas de cartón con material corrugado y troquelado. Las dimensiones promedio son de 60 cm de largo por 40 cm de ancho y 15 de alto, vienen de tamaño 4 hasta 10.

El tamaño más grande es de 4 y se ubica un máximo de 4 piñas por caja, posteriormente son envasados con un color uniforme, el cual es determinado por el destino del envío. Asimismo, es de vital importancia colocar la etiqueta ubicada en la corona de la piña.

Por otro lado, las cajas pueden ser colocadas en tarimas de 1.0 x 1.2 m, en capas de 5 cajas por 14 niveles, ascendiendo 70 cajas por pallet.

1.2.8.5 Certificado

SIICEX (2015) explica que las certificaciones son esenciales en procedimiento de la exportación, asimismo existe diversa variedad de certificadoras a nivel mundial. La solicitud del certificado puede ser voluntario por el exportador, permitiendo cumplir con ciertas normas para

el producto y el ingreso al mercado europeo. Las principales certificadoras son las siguientes:

- **Fair Trade**

Fairtrade (2017) Es una certificación de comercio justo basada en la cooperación entre productores y consumidores, ofrece a los productores un trato justo y mejores condiciones comerciales, siendo su fin la reducción de pobreza. Los beneficios de esta certificación son: Precios estables, una prima de Fairtrade que ayuda a los productores a mejorar su calidad de vida, los productores pueden influir en las primas, precios, normas y estrategia global, por último, otro beneficio es el otorgamiento de poderes a productores y trabajadores. A través de Fairtrade se busca los beneficios para consumidores, comerciantes y medio ambiente

- **Rainforest Alliance**

SIICEX (2015) Rainforest Alliance es una organización que trabaja para mantener la biodiversidad y reasegurar medios de vida sostenible transformando las prácticas de uso de suelo, empresariales y el comportamiento de los consumidores. Rainforest (2019) permite agregar un valor a los negocios, los principales beneficios son: Mejoramiento de productividad, calidad de los cultivos, condiciones laborales y comunidades locales, reducción del riesgo de operatividad, finalmente el acceso a mercados y consumidores.

- **Orgánico**

SIICEX (2015) Las certificaciones orgánicas garantizan la calidad de un producto basándose bajo estándares ecológicos y/o ambientales, el objetivo es respetar al medio ambiente, fomento de la biodiversidad, garantía de inocuidad, protección de la salud, aseguramiento de la trazabilidad en los procesos.

Algunas certificaciones bajo lineamientos de la Unión europea son:

- Soil Association (UK)
- Naturland (Alemania)
- Agence Bio (Francia)

1.2.8.6 Calidad de la piña

Garcia & Rodriguez (2008) indica para cumplir con los requerimientos de calidad exigidos por los clientes, los inspectores de calidad deben evaluar y seleccionar las piñas, rechazando aquellas defectuosas.

Tabla 15. Motivos de rechazo en fruta de piña y tolerancia de cada uno por caja.

MOTIVO DE RECHAZO	NOMBRE DEL DEFECTO	DESCRIPCIÓN	TOLERANCIA POR CAJA
Defectos	Cicatriz	Lesión que afecta no más de 2 ojos.	Lesión que afecta no más de 2 ojos.
	Corchosis	Brácteas del fruto quemadas que producen una cintura	Rechazo
	Corona con cuello	Tallo de la corona sin hojas al lado de la fruta	No más de ¼ de pulgada
	Corona larga	Más de 1.5 veces que el largo de la fruta	Ninguna
	Corona múltiple	Brote múltiple de coronas	Ninguna
	Corona pequeña	Menos de 0.5 veces el largo de la Fruta	Ninguna
	Fruta cónica	Menor diámetro de la fruta en el cuello que en la base	Diferencia de no más de ¼ de pulgada
	Fruta deforme	Forma de la fruta no cilíndrica asimétrica	Ninguna
	Fruta Grande	Más del tamaño #4	Ninguna
	Fruta pequeña	Más pequeña que el tamaño #10	Ninguna
	Golpe de agua	Oscurecimiento interno de los folículos de la fruta	
	Quema basal	Parte externa del Fruto amarillenta. Parte interna	Rechazo
	Daño por Thecla	Galerías de Lepidóptera <i>Strymon Basilides</i>	Ninguna

Enfermedades y plagas	Erwinia		Rechazo
	Gomosis	Presencia de miel seca producida por la Thecla	Ninguna
	Phytophthora	Pudre café	Rechazo
Manejo	Brix bajo	Contenido de sólidos solubles	El mínimo debe ser de 13.5 en el nivel de la granja y 14 en el puerto de desembarque.
	Color alto	Más alto que el color 3	No se permite más de color 3 en el nivel del comerciante
	Color bajo	Menor que color 1	No se permite menos de color 1 en ningún lugar
	Corona dañada	Daño mecánico producido a la corona	No más del 15% dañando

Fuente: Garcia & Rodriguez (2008).

Elaboración: Propia

Según la norma para la piña CODEX STAN 183 – 1993 determinada por el Codex Alimentarius (2016), dentro de las disposiciones para la calidad, las piñas se clasifican en tres categorías:

- **Categoría Extra** : Corresponden a piñas de calidad superior, sin defectos, salvo defectos superficiales muy leves.
- **Categoría I** : Corresponden a piña de buena calidad, con defectos leves de forma, coloración y de cascara que no superen el 4% de la superficie total.
- **Categoría II** : Corresponden a piñas que cumplen requisitos mínimos de calidad, tienen defectos de forma, coloración y de cascara que no superen el 8% de la superficie total.

Por otro lado, el calibre que es la determinación del peso medio del fruto influye en la selección de piñas de calidad, dentro de las disposiciones a la clasificación por calibres, se manejan códigos y pesos ideales.

Tabla 16. Calibración de piñas.

Código de calibre	Peso medio (+/-12%) (en gramos)	
	Con corona	Sin corona
A	2 7 5 0	228 0
B	2 3 0 0	191 0
C	1 9 0 0	158 0
D	1 6 0 0	133 0
E	1 4 0 0	116 0
F	1 2 0 0	100 0
G	1 0 0	83 0
H	8 0 0	66 0

Fuente: Codex Alimentarius (2016).

Elaboración: Propia

Los frutos son separados por peso para posteriormente envasados, la calibración contribuye para la uniformidad de frutas según los requerimientos exigidos por clientes.

CAPÍTULO II: CATEGORIAS

2.1 CATEGORIA 1

Categoría: Según el autor Parkin & Loría (2009) en su investigación “Economía”, menciona que los bienes y servicios utilizan recursos productivos que son conocidos por los economistas como factores de producción, los cuales son divididos en las siguientes categorías:

1. Recurso Natural
2. Capital
3. Trabajo
4. Habilidades empresariales

Tabla 17. Operacionalización de la Categoría 1.

Subcategorías	Indicadores	Definición operacional
Recurso natural	Tierra	El aprovechamiento que tiene la tierra antes de la cosecha de la piña Golden para las MYPE exportadoras.
	Clima	Las principales ventajas que genera el clima por la altura, donde son cosechadas.
	Calidad	El procedimiento de calidad que se desarrolla en la piña Golden antes de la exportación.
	Rendimiento	El rendimiento de producción que tiene la tierra en sus cultivos de piña Golden y la satisfacción de la demanda internacional.
Capital	Maquinaria	El nivel de participación de la maquinaria moderna en la producción y el nivel de

		participación en los procesos.
	Herramienta	El nivel de participación de la agricultura tradicional en los procedimientos
	Infraestructura	Aumento de patrimonio e inversión de las hectáreas adquiridas.
Trabajo	Experiencia Laboral	La experiencia laboral de los trabajadores administrativos y operarios en la producción y comercialización de las piñas Golden.
	Educación	En nivel de importancia educativa que considera la organización en el reclutamiento del personal administrativo.
	Capacitación	La influencia de las capacitaciones al personal administrativo y operario en el alcance de los objetivos.
Habilidades empresariales	Capacidad administrativa	Herramienta o técnica que son realizados por la organización para el control y seguimiento de los proceso y actividades.
	Toma de riesgo	Iniciativa de ampliarse a nuevos mercados internacionales y la prevención de casos fortuitos.
	Decisión de negocio	Poder de negociación y toma de decisiones en la comunicación con los clientes internacionales.

Elaboración: Propia.

2.2 CATEGORIA 2

Categoría: MYPE exportadores de Piñas Golden de la Selva Central hacia el mercado de España.

Describe micro y pequeñas empresas que realizan la actividad de exportación de Piña en la selva central de Junín al mercado internacional. Con el objetivo de ofrecer a sus clientes: Innovación, calidad y seguridad de las cantidades acordadas.

Tabla 18. Operacionalización de la Categoría 2.

Subcategorías	Indicadores	Definición operacional
Situación actual de exportación MYPE en Junín	Exportaciones	Ventas de la piña Golden al mercado exterior.
	Desempeño exportador	Habilidades de comercio exterior que genera las MYPE exportadores de la piña Golden en la Selva Central de Junín.
Situación actual MYPE exportadores de piñas Golden al mercado español.	El mercado de España	Perfil que define al consumidor español.
	Exportaciones a España	El nivel de participación de España en el total del mercado internacional.

Elaboración: Propia.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Diseño metodológico

a) Enfoque

La presente investigación es cualitativa porque existe la participación de pequeños grupos de empresarios de las exportaciones de piña Golden de la región de Junín, que autorizaron una entrevista a profundidad e información esencial para la presente investigación respecto a las limitaciones de los factores de producción y el comportamiento del mercado internacional, especialmente el mercado español. Según Vara (2012) en su investigación “Siete pasos para una tesis exitosa” indica que la investigación cualitativa se caracteriza por ser un estudio poco indagado, las teorías son escasas y se desconoce de las principales variables de la investigación. Asimismo, según Hernández, Fernández y Baptista (2010) en su investigación “Metodología de la investigación” menciona que el enfoque cualitativo no muestra hipótesis, éstas se generan durante el proceso y van reestructurando a medida que obtiene nueva información, finalmente realiza sus conclusiones y recomendaciones.

b) Diseño

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) explica que el diseño no experimental es más complejo en separar las variables a diferencia del diseño experimental. Asimismo, la investigación no requiere la manipulación de las variables, sino la observación de los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos después.

Por lo tanto, la presente investigación es diseño no experimental porque es la observación de los acontecimientos y de la información facilitada en la entrevista a profundidad respecto a los factores de producción que limitan la exportación de piñas Golden de las MYPE en la Selva Central de Junín hacia el mercado de España.

c) Tipo

Según Vara (2012) menciona las investigaciones empresariales son casi siempre aplicadas, porque su objetivo es solucionar un problema específico, de la realidad cotidiana de las empresas. Asimismo, facilitar propuesta de mejora en la gestión administrativa. Por lo tanto, la presente investigación corresponde a un tipo aplicado porque otorga mayor conocimiento de las limitaciones de los factores de producción de la piña Golden, además de incentivar en el mejoramiento de las exportaciones al mercado internacional.

d) Alcance

Según Hernández, Fernández, y Baptista (2010) menciona que en el alcance exploratorio existe poca investigación estudiada, muchas dudas o no se ha estudiado antes. La presente investigación es de alcance exploratorio porque existe poca información respecto a los factores de producción que limitan la exportación de las piñas Golden de MYPE en la Selva Central de Junín al mercado de España.

3.2. Diseño muestral

a) Población

La población está constituida por tres Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) del sector de producción y comercialización de piña Golden en la Selva Central de Junín al mercado exterior.

Los criterios de inclusión y exclusión considerados para la delimitación poblacional son las siguientes:

Tabla 19. Criterios de inclusión y exclusión para la población.

CRITERIOS DE INCLUSIÓN	CRITERIOS DE EXCLUSIÓN
Empresas ubicadas con dirección fiscal en la región de Junín	Empresas que no cuente con la dirección fiscal en la región de Junín.
Mínimo tres años de inicio de actividades.	Tener menos tres años de inicio de actividad.

Micro y pequeñas empresas. (MYPE).	Empresas medianas y grandes.
Pertenecientes al sector de producción y comercialización de piña fresca Golden.	Que no pertenezcan al sector de producción y comercialización de piña fresca Golden.
Que sean empresas formales	Que sean empresas informales
Que exportaron piña fresca desde el 2015 al 2019 al mercado europeo.	Que no exportaron piña fresca desde el 2015 al 2019 al mercado europeo.

Elaboración: Propia.

Bajo estos criterios se han incluido a las siguientes empresas:

- SOL PRODUCTS S.A, es una empresa exportadora que realiza la producción y comercialización de piñas Golden, palta, kion, entre otros. Es importante mencionar, que la empresa SOL PRODUCTS fue fundada en el año 2017, y realizó su primera exportación al mercado alemán en el mismo año de fundado. Posterior en los años, abarcó nuevos mercados como Chile, España, Estados Unidos, entre otros. Asimismo, ofrece a sus clientes la seguridad de la inocuidad y calidad de los productos exportados por vía marítima, aérea y terrestre.
- FRUNATURE PERÚ S.A.C., es una empresa de producción de piña Golden MD2 que inicia en el año 2012 como una organización con mano de obra no lucrativa con el objetivo de incrementar los cultivos. En 2013 se crea la “Asociación de Piñero del Vraem” con el fin de incrementar el volumen de producción, aplicando la innovación, desarrollo sostenible y generando la capacidad competitiva nacional e internacional. La empresa fue constituida en el año 2015 con el objetivo de ingresar a mercados competitivos.
- LUCKY FRUIT S.A.C, es una empresa exportadora de productos agrícolas. Sus principales productos de comercialización son piñas, paltas, mangos, arándanos, etc. Su mercado principal para la exportación de piña Golden es Francia.

b) Muestra

Según Vara (2012) menciona que la muestra se toma considerando los objetivos de la investigación, y en caso la población sea pequeña, se tomará toda la población como muestra. Asimismo, indica que el muestreo no probabilístico intencional se realiza a través de los conocimientos y criterios del investigador. Además, es el más frecuente en utilizar en las investigaciones científicas, no obstante, se exige mucha claridad y detalle de las razones y procedimientos para elegir la muestra.

En la presente investigación se aplica una muestra no probabilístico intencional porque la información obtenida fue por el portal de la SUNAT y fue filtrado según los criterios de los investigadores.

Por lo tanto, se consideró a toda la población como muestra para la evaluación de las variables, por ser reducido y tener acceso a las empresas que componen la población. Generando que los datos sean confiables, y no emplear el “punto de saturación”.

3.3 Técnicas de recolección de datos

a) Técnicas de recolección de datos

Para la recolección de los datos se empleó guía de entrevista a profundidad, con preguntas estructuradas abiertas, centradas en el tema de investigación, asimismo se utilizó vocabulario acorde al entrevistado. La guía de entrevista fue previamente revisada por dos especialistas del tema, un representante de PROMPERU y un representante de la Universidad Nacional Agraria La Molina, ambos con una larga trayectoria profesional.

Además, se logró responder las preguntas a su totalidad e información adicional del mercado español y el comportamiento de los clientes.

b) Instrumentos de recolección de datos

Para la recolección de datos se utilizó la entrevista a profundidad, apoyado en una guía de entrevista no estructurada. La entrevista fue dirigida a los Gerentes Generales de las empresas seleccionadas. El cuestionario contiene los tópicos siguientes:

- Tiempo de fundación de la empresa
- Régimen de la empresa
- Rubro que pertenece
- El recurso natural de la piña Golden
- Capital
- Trabajo
- Habilidades empresariales
- Situación actual de MYPE exportadoras en Junín
- Situación actual de MYPE exportadoras en el mercado español.

Una copia de instrumento se presenta en el Anexo B, y fueron un total de 45 preguntas que tuvieron dos categorías:

La primera, factores de producción que limitan la exportación de piñas Golden de las MYPE en la Selva Central de Junín y contó con 35 preguntas, mientras la segunda categoría son las MYPE exportadores de piñas Golden de la Selva Central hacia el mercado de España que conto 10 preguntas en total.

Es importante mencionar que las entrevistas fueron grabadas y tuvieron una duración de 1 hora, asimismo se realizó anotaciones respecto a las observaciones y experiencias del participante. Finalmente, se utilizó grabaciones en la entrevista, facilitando la redacción de los resultados obtenido en campo.

3.4 Técnicas para el procesamiento de la información

La información recopilada por el instrumento de entrevista a profundidad fue transcrita textualmente, posterior al escuchar el reproductor de grabación de audio. Las respuestas obtenidas, se colocaron con sus respectivas preguntas. Asimismo, se organizaron los resultados con los objetivos de la investigación, que fueron categorizados para la triangulación de datos, a través de la matriz FODA.

3.5 Aspectos éticos

La presente investigación cumple con código de ética, que es ofrecer la veracidad de la investigación, asimismo la privacidad de información que fue facilitado por los participantes y que se aplicará con el fin exclusivo de la presente investigación. Finalmente, se aplicaron los valores de integridad, responsabilidad, honestidad y sostenibilidad, tanto en lo teórico como trabajo de campo.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Resultados de la investigación

4.1.1 Descripción de la muestra

En este capítulo se presenta los principales resultados de la investigación de factores de producción que limitan la exportación de piñas Golden de las MYPE en la Selva Central de Junín hacia el mercado de España, aplicada a través del instrumento de investigación, los cuales fueron validados por expertos especialistas, mayor a 10 años de experiencia, quienes fueron; Dr. Alberto, Julca Otiniano que labora en la Universidad Nacional Agraria La Molina y Mg. Luis, Torres Paz, quien asume el cargo como Presidente Ejecutivo de PROMPERÚ.

El principal objetivo de considerar a los especialistas mencionados fue por su amplia experiencia en cultivos tropicales y comercio exterior, facilitando una mejor amplitud en el problema principal y secundarios de la presente investigación.

Asimismo, se investigó la situación actual de los factores de producción que limitan la exportación de piñas Golden de las MYPE en la Selva Central de Junín al mercado de España para impulsar el crecimiento de las MYPE exportadoras e incentivar a otras MYPE hacia el mercado internacional.

La muestra de la presente investigación fueron 3 MYPE exportadoras que cumplieron con los criterios de inclusión y exclusión, que fueron las siguientes:

1. SOL PRODUCTS S.A: Realizaron exportación de piñas frescas al mercado francés, durante el periodo del 2014 al 2019.
2. FRUNATURE PERÚ S.A.C: Realizaron exportación de piñas frescas al mercado francés, durante el periodo del 2014 al 2019.
3. LUCKY FRUIT S.A.C: Realizaron exportación de piñas frescas al mercado español, durante el periodo del 2014 al 2019

Las entrevistas a profundidad fueron dirigidos a los gerentes generales de las MYPE exportadoras que son parte de la muestra de la investigación, quienes otorgaron respuestas a todas las preguntas del instrumento de recopilación de datos, por otro lado, otorgaron información adicional de sus conocimientos en la producción de campo, la negociación y comportamiento de pago con sus clientes internacionales. Además, se aplicaron herramientas de grabación en las entrevistas de duración estimada 1 hora, asimismo se tomaron fotografías a los gerentes generales, excepto la empresa LUCKY FRUIT S.A.C, que, por motivos de agenda, se realizó la entrevista vía telefónica.

4.1.2 Análisis exploratorio

La información proporcionada corresponde al resumen de la entrevista a los gerentes generales de las MYPE exportadoras, información visualizada en los anexos, el cual está relacionado con los objetivos de la investigación posterior a sus análisis. En la Tabla 20 se aprecia las subcategorías de la investigación, la cual fue triangulada por las respuestas de los entrevistados.

Tabla 20. Organización de los datos categoría - Triangulada.

Razón Social	SOL PRODUCTS S.A.C	FRUNATURE PERÚ S.A.C	LUCKY FRUIT S.A.C
Nombre	Pither, Galindo Garcia	Cesar R. Pérez Cuellar	Johon Fredy, Rojas Maza
Cargo	Gerente General	Gerente General	Gerente General
Ubicación	Mazamari – Junín	Pangoa – Junín	Satipo – Junín
Rubro de la organización	Producción y Comercialización	Producción y Comercialización	Producción y Comercialización
Estructura Legal	Sociedad Anónima Cerrada	Sociedad Anónima Cerrada	Sociedad Anónima Cerrada
N° de hectáreas de producción	De 11 hectáreas a más	De 11 hectáreas a más	De 1 a 5 hectáreas
RECURSO NATURAL	<p>Las tierras para producción de piñas no deben ser pedregales, ni charcos, ni deben estar cerca a cafetales.</p> <p>La producción de piñas no tiene estacionalidad, ni temporadas y la altura adecuada está entre 500 a 800 m.s.n.m.</p> <p>Los controles de calidad se basan en la calibración de frutas y selección según grado brix.</p> <p>Ofrece productos con certificación Global Gab.</p> <p>Se aplican fertilizantes y en algunos lotes insumos orgánicos, según los pedidos.</p> <p>Considera que no satisface la demanda internacional.</p>	<p>Las tierras adecuadas para producción de piñas deben ser áridas, sueltas y de color rojo.</p> <p>Es posible sembrar piñas durante todo el año, la altura adecuada debe ser entre 500 a 1200 m.s.n.m. sí es baja es mucho mejor.</p> <p>Los controles son de manera manual, se basan en la calibración de frutas, medición de grado brix y color.</p> <p>Tiene certificación orgánica y Global Gap.</p> <p>Se aplican diversos fertilizantes e insumos, también insumos orgánicos en parcelas certificadas.</p> <p>Considera que tiene capacidad productiva para satisfacer la demanda internacional, su producción mensual asciende de 150 a 180 toneladas.</p>	<p>Las tierras idóneas para piñas tienen característica de ser secas y desgastadas.</p> <p>La producción de piñas no tiene estacionalidad como otros productos.</p> <p>La demanda de piñas es constante todo el año.</p> <p>La altura adecuada para siembras es desde 600 hasta 1200 m.s.n.m.</p> <p>De acuerdo con la demanda los controles de calidad se basan en calibres, grado brix y grado de maduración.</p> <p>Solo ofrece productos convencionales, no tiene certificados.</p>

			No tiene capacidad para satisfacer la demanda internacional, se abastecen de producción propia y de otros productores.
CAPITAL	<p>No cuenta con maquinaria sofisticada, la maquinaria para mecanizar la tierra es de la que podría prescindir y tiene mucho valor.</p> <p>Las actividades para el proceso de producción son tercerizadas.</p> <p>Tiene propiedad de 200 ha., de los cuales 80 ha. con siembra de piñas.</p> <p>No han recurrido a financiamiento de terceros.</p>	<p>No cuenta con maquinaria sofisticada, el tractor agrícola para mecanizar la tierra es importante, por lo cual de esta podría prescindir.</p> <p>Utiliza herramienta de agrícola tradicional.</p> <p>El capital es propio y los financiamientos son muy accesibles en la zona.</p>	<p>No cuenta con maquinaria sofisticada.</p> <p>Considera que sus recursos más costosos son los terrenos y la infraestructura, de los cuales debe prescindir.</p> <p>Utiliza herramienta agrícola tradicional.</p> <p>Todo el capital es propio, los financiamientos en esta zona son accesibles.</p>
TRABAJO	<p>Los operadores no necesitan especialización, sin embargo, se demanda más conocimientos y nivel académico para los trabajadores del área administrativa e ingenieros agrónomos.</p> <p>Solo personal de línea tiene conocimiento de agroexportación.</p> <p>El personal no domina inglés.</p>	<p>Las personas que trabajan en el campo tienen experiencia mínima de dos años.</p> <p>Se terceriza las actividades de fertilización, siembras y enjabado.</p> <p>Todo el personal no conoce de agroexportación, contratan a un asesor externo.</p> <p>De los trabajadores obreros la mayoría no tienen secundaria completa, y los</p>	<p>Las personas que trabajan directamente en el campo agrícola no tienen alto nivel académico.</p> <p>La educación es importante para conseguir productividad.</p> <p>Cada tres meses el personal recibe capacitación.</p>

	<p>Considera que el nivel educativo influye en la productividad puesto que ayuda a simplificar los trabajos.</p> <p>El personal está en constante capacitación sobre inocuidad y atención al cliente.</p> <p>Al año realizan de 2 a 3 capacitaciones.</p>	<p>trabajadores del área administrativa son egresados o bachilleres.</p> <p>Nadie tiene dominio de otro idioma, recurren a especialistas de negociación.</p> <p>El personal recibe capacitación cada 3 meses, por lo cual se consigue buenos resultados, los trabajadores son más productivos y hay mejora continua.</p>	<p>Los temas de capacitaciones son de buenas prácticas de cultivo y de ventas.</p> <p>No hay personal capacitado en agroexportación, recurren a especialistas externos.</p>
HABILIDADES EMPRESARIALES	<p>Para planificar el trabajo utilizan herramientas como ERP y Excel.</p> <p>Consideran importantes las ferias internacionales para encontrar potenciales clientes.</p> <p>Recurren a especialistas para negociar y brokers para conseguir clientes.</p> <p>Están invirtiendo en una nueva sede en EE.UU.</p> <p>Tiene problemas con los proveedores productores de piñas porque incumplen los requisitos pactados.</p> <p>No tiene alianzas con otros entes.</p>	<p>Utilizan técnicas y herramientas para planificar los trabajos.</p> <p>Participan en ruedas de negocio y ferias internacionales.</p> <p>Solo al comienzo del negocio han tenido dificultad para negociar.</p> <p>Tiene dificultades de negociación con los proveedores, de incumplimiento de requerimientos.</p> <p>Ha encontrado clientes internacionales gracias al apoyo y alianza con Promperú.</p>	<p>Realizan planes de trabajo, consideran cronogramas, presupuestos, plan de actividades.</p> <p>No tiene dificultad para negociar sus productos.</p> <p>Ha tenido dificultad con proveedores productores de piñas, porque han incumplido las exigencias, ellos se inclinan al mejor postor rompiendo los acuerdos establecidos.</p> <p>No ha formado alianzas.</p>
SITUACIÓN ACTUAL DE	<p>El negocio es rentable y prometedor, hay producción durante todo el año.</p>	<p>Las exportaciones desde Junín permiten que el mercado nacional se despeje.</p>	<p>Considera que las exportaciones son pilares de la economía en Junín.</p>

<p>EXPORTACIÓN MYPE EN JUNÍN</p>	<p>Sus ventas al exterior están en crecimiento, más hacia Chile.</p> <p>La feria es el medio más eficiente para conectar a los clientes.</p> <p>Desconoce las causas de las variaciones de volúmenes de exportación.</p>	<p>La feria fue el medio para conectar a sus clientes actuales, con la asesoría de especialistas.</p> <p>Las ventas al exterior están en crecimiento.</p> <p>El principal destino de sus exportaciones es España.</p>	<p>Desconoce de trámites para exportación, necesitan siempre de asesorías externas.</p> <p>Desconocen las causas de la inestabilidad de las exportaciones de piñas.</p>
<p>SITUACIÓN ACTUAL DE MYPE EXPORTADORES DE PIÑA GOLDEN AL MERCADO ESPAÑOL</p>	<p>El mercado español es accesible.</p> <p>El perfil del consumidor inclina al consumo de piñas calibres 8 y muy dulces.</p> <p>En España ofrecen precios bajos, sin embargo, Alemania ofrece más precios y son muy exigentes de calidad y tiempo de entrega.</p>	<p>No conoce el perfil español, pero cree que el mercado es atractivo.</p> <p>Considera que el mercado español es accesible a comparación de otros países, debido a que los costos de fletes son bajos.</p> <p>Los canales de distribución en España son empresas intermediarias y supermercados.</p>	<p>No conoce el perfil español, pero deduce son como los demás europeos.</p> <p>El nivel de accesibilidad al mercado español es alto por el idioma.</p> <p>La estrategia para satisfacer la demanda española es ofrecer productos orgánicos.</p>

Elaboración: Propia

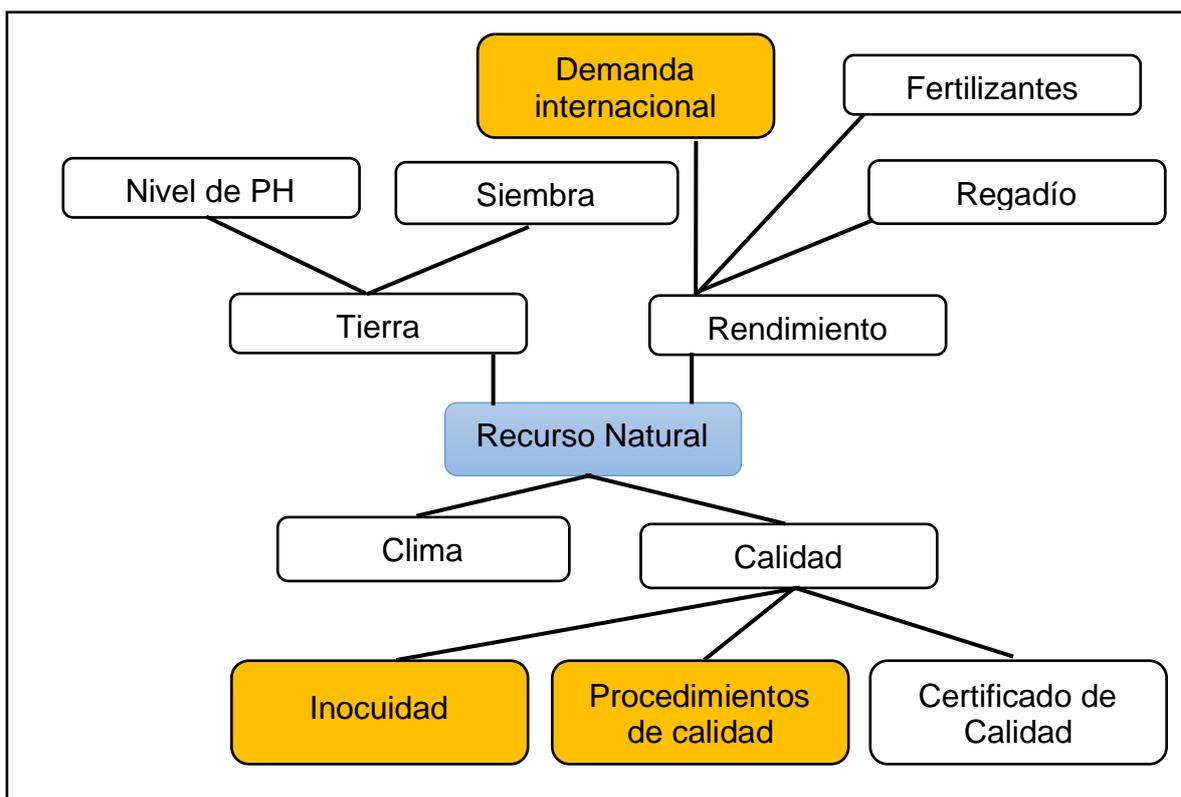
4.1.3 Análisis descriptivo

Se detallará el análisis de los resultados obtenidos con relación al objetivo general y específicos de la presente investigación.

4.1.3.1 Análisis del primer objetivo específico

Objetivo: Analizar como el factor recurso natural limita la exportación de piñas Golden de las MYPE en la Selva Central de Junín hacia el mercado de España.

Figura 11. Análisis objetivo específico 1: Recurso Natural.



Elaboración: Propia.

En la figura 11 se aprecia la distribución del recurso natural que se divide en clima, calidad, rendimiento y tierra, asimismo, se resaltó de color mostaza los puntos a mejorar. Es importante mencionar que el clima es favorable en la región de Junín para la producción de piña Golden, por las ventajas de su altura (Mínimo 500 m.s.n.m. hasta un máximo 1,200 m.s.n.m.) y temperatura, que favorece la producción de la piña anualmente, a diferencia de otras frutas que requieren temporadas de siembra, la piña puede ser cultivada en cualquier mes del año. El 100% de los empresarios entrevistados especifican que, por la alta demanda de

piña en la región de Lima durante la estación de verano, aumenta su capacidad de cultivo. Distribuyendo a las cadenas de supermercados, mayorista, minorista o bodegas locales.

Por otro lado, la calidad se divide en tres líneas que son: Inocuidad, procedimientos de calidad y certificado de calidad. La falta de inocuidad perjudica la negociación con los clientes, en algunos casos existieron observaciones, las cuales las piñas tuvieron que ser sopleteados o aplicar descuentos porque la fruta llegó muy madura. La segunda línea, procedimientos de calidad, los representantes de la empresa enfatizaron que aplicaban herramientas necesarias para la verificación física del estado de la fruta, además de calibración de campo, selección según color, brix, tamaño y grado de maduración. La tercera línea, certificado de calidad, con duración de 1 año de vigencia, permite el ingreso a nuevos mercados. De las 3 empresas MYPE exportadoras de piña Golden, solo 2 cuentan con certificado de Global Gap que es la norma mundial para las buenas prácticas agrícolas. Una de ellas, fue gestionada por la certificadora Bio Latina.

El tercer punto del recurso natural abarca rendimiento, dividido en tres líneas que son demanda internacional, fertilizantes y regadío. Primero, las exportaciones realizadas desde 2015 al 2019 no satisfacen la demanda internacional. A pesar del alto volumen de producción de piña Golden a nivel nacional, el escenario internacional es diferente. La capacidad para la producción internacional requiere mínimo de 200 hectáreas, tres contenedores semanales, aproximadamente 1,200 cajas por contenedor y 18.50 kg por caja, generando un total mensual de 266,400 toneladas para exportar al exterior. La mayoría de MYPE exportadoras cosechan y compran piña Golden, existiendo en algunos casos el incumplimiento de entrega por parte de sus proveedores, ocasionando dificultades con el cumplimiento del acuerdo internacional. Por otro lado, el uso de fertilizantes y las prevenciones de enfermedades es un tema básico que realiza todo productor, sin embargo, en caso de las MYPE exportadoras de piña Golden es un tema esencial para la exportación tanto como el uso del agua. A pesar de que en la mayoría de la producción se aplican pesticidas, en caso para el extranjero es totalmente orgánico a requerimiento de sus clientes. Asimismo, se utiliza sulfato de potasio, generando

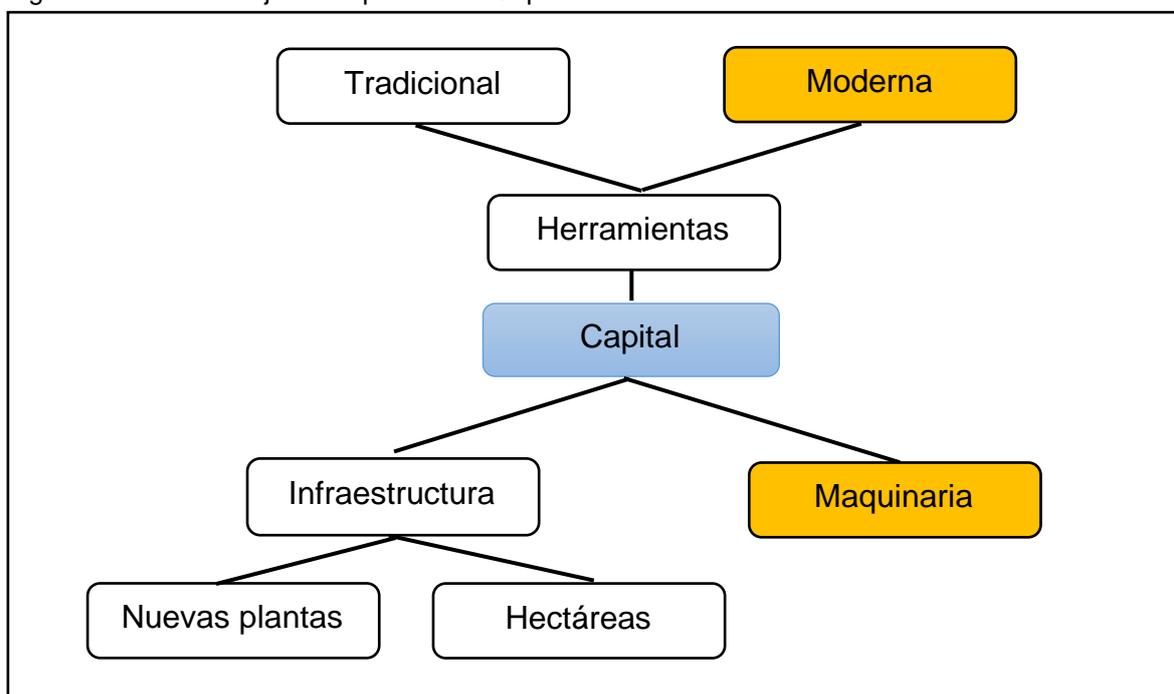
un mejor rendimiento a la tierra entre 60% a 70%. Tercer punto, el regadío en la siembra de piña Golden no es un limitante porque las lluvias son constantes en la región de Junín, además existen riachuelos aledaños a las tierras de producción.

Finalmente, la tierra se divide en el nivel de PH y siembra. Las características del PH son analizados por ingenieros agrónomos, especialmente en las empresas con mayor experiencia en las exportaciones, de una semilla realizan tratamientos diversos. Respecto a las características de la siembra se consideran las siguientes: áridas, sueltas, color rojizo y no ser pedregal o estar cerca de una producción cafetalera. Es importante mencionar que un estudio previo del suelo permitirá un mejor desempeño de la producción de piña Golden, y evitar limitaciones que afectaría el tiempo de producción y dinero invertido. Asimismo, de las tres empresas MYPE exportadoras, dos cuentan con un equipo agrónomo y son los que más exportan anualmente.

4.1.3.2 Análisis del segundo objetivo específico

Objetivo: Evaluar como el factor capital limita la exportación de piñas Golden de las MYPE en la Selva Central de Junín hacia el mercado de España.

Figura 12. Análisis objetivo específico 2: Capital.



Elaboración: Propia.

En la figura 12 se aprecia la distribución de capital que se divide en infraestructura, maquinaria y herramientas, asimismo, se resaltó de color mostaza los puntos a mejorar.

En la infraestructura se describe las adquisiciones de nuevas plantas (oficina administrativa) y hectáreas (trabajo de siembra). Desde el 2015 al 2019, dos de las tres empresas entrevistadas adquirieron nuevas hectáreas, con capital propio, para la expansión de la producción de la piña Golden y otras frutas. Las ganancias generadas en las ventas anuales permitieron a las MYPE a expandir su negocio, sin la necesidad de solicitar préstamo bancario. Asimismo, una MYPE exportadora indicó que de 200 hectáreas (Una hectárea es 10,000 m²), 80 de ellas, corresponden a la siembra de la piña Golden. Respecto a las instalaciones de oficina, son propias de las empresas, sin planes a futuro a cambiar o mudarse a otra región.

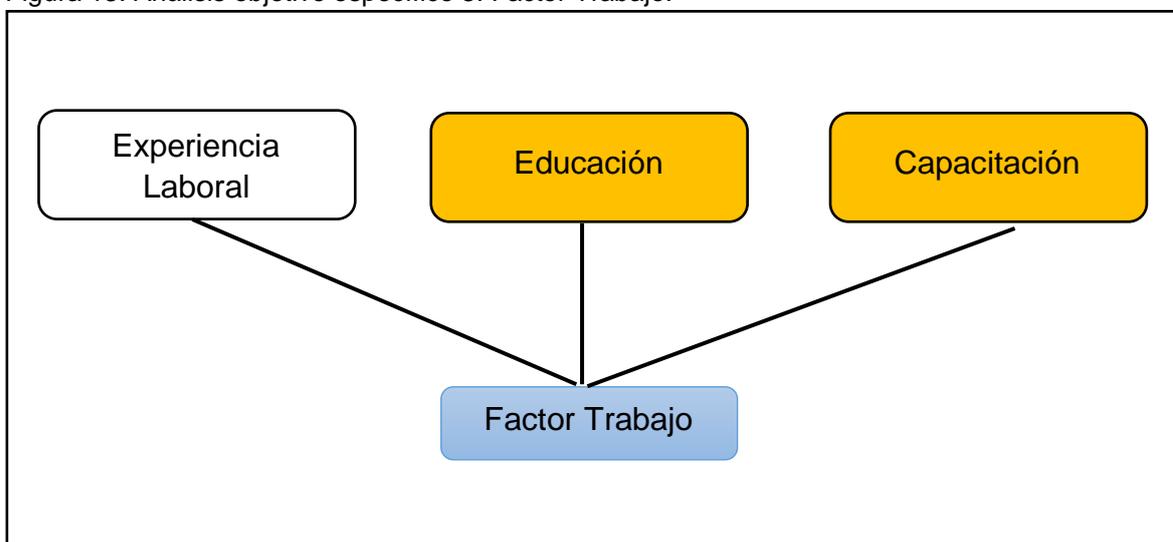
En la línea de capital sigue maquinaria, y la disponibilidad que las MYPE exportadoras de piña Golden cuenta con ellas. La mayoría de las empresas renta maquinarias de terceros, porque la adquisición de una maquinaria equivale aproximadamente \$ 100,000.00 dólares americanos. Solo una de ellas, cuenta con un tractor agrícola, adquirida en 2018, que se adapta a diferentes funciones como fertilización y siembra. Por otro lado, el costo más alto es la mano de obra e insumos, esencial en la producción de la piña Golden.

Por último, las herramientas se dividen en dos ítems, tradicional y la moderna. La primera, es la más aplicada en la agricultura y no es tan diferente en la preparación de la siembra para la piña Golden. Dos de las tres empresas, utilizan herramienta tradicional que moderna. El periodo de labrar la tierra es todo el año, y mecanizar en una hectárea toma 4 horas aproximadamente. Mientras que el proceso de herramientas modernas es tercerizado, generando mayor productividad que las tradicionales.

4.1.3.3 Análisis del tercer objetivo específico

Objetivo: Analizar como el factor trabajo limita la exportación de Piñas Golden de la Selva Central de las MYPE en Junín hacia el mercado de España.

Figura 13. Análisis objetivo específico 3: Factor Trabajo.



Elaboración: Propia.

En la figura 13 se aprecia la distribución del factor trabajo, que engloba experiencia laboral, educación y capacitación, asimismo, se resaltó de color mostaza los puntos a mejorar.

Las MYPE exportadoras de piña Golden consideran de mayor importancia la experiencia laboral que la educación en la selección de sus trabajadores. El promedio de experiencia laboral en el área administrativa es entre 1 a 2 años en producción de piña Golden, pero no cuentan con experiencia de exportación. Por otro lado, no todos los procesos lo realizan la organización, existen actividades que son tercerizadas como las de siembra, fertilización, enjabado y estiba.

Respecto a línea de educación sólo el 60% tienen grado bachiller en administración, contabilidad y agronomía en el área administrativa, mientras que en el área operativa la mayoría tienen secundaria completa y en algunos casos excepcionales secundaria incompleta. Respecto al manejo de otros idiomas, predomina el inglés, con un nivel básico de fluidez. A pesar de ello, no se generó limitaciones en las

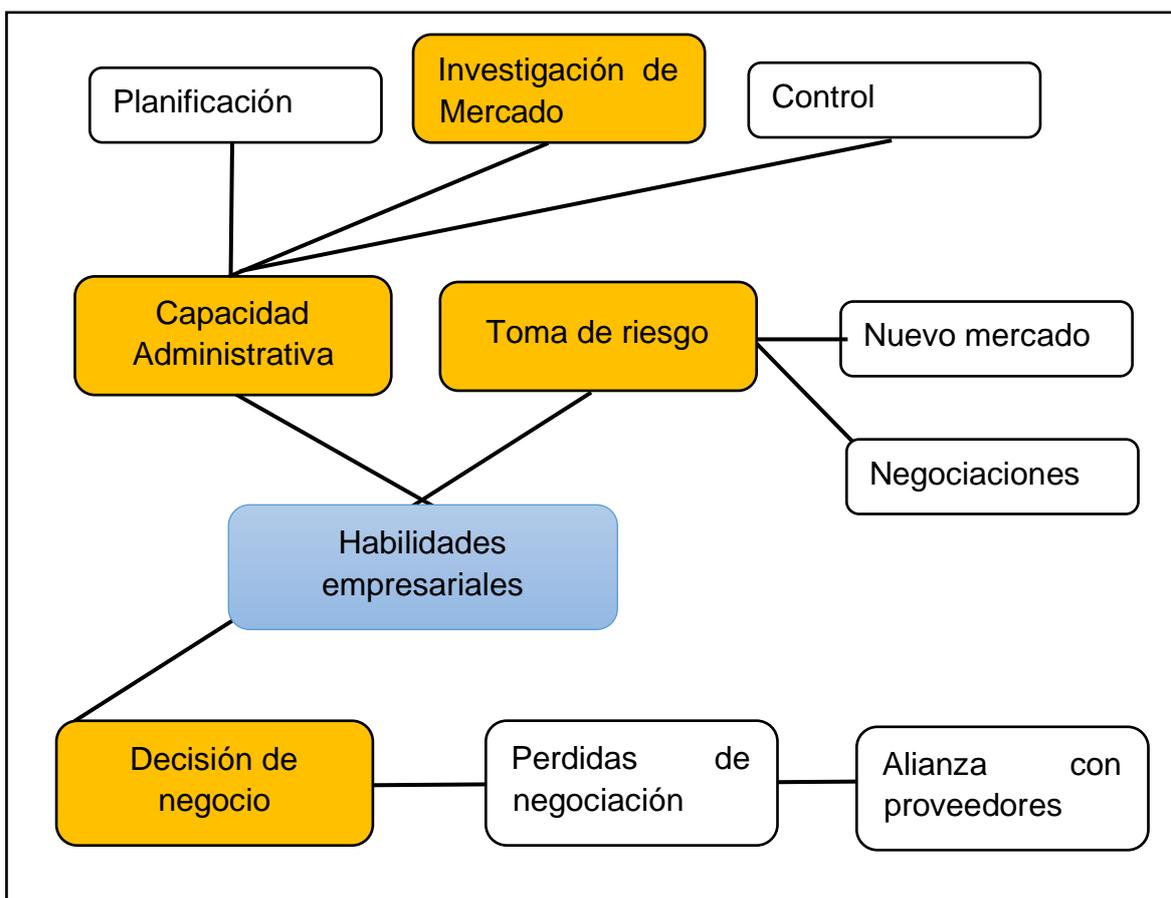
negociaciones. Las MYPE exportadoras contrataron a especialistas comerciales con fluidez en inglés para las ferias o cierres de negociaciones. En caso de bajos recursos económicos, se empleó traductores online.

Finalmente, la línea de capacitación es constante anualmente en las MYPE exportadoras e inclusive obtienen capacitaciones gratuitas por PROM PERU. Aproximadamente, son 2 a 3 en el año y son enfocados en temas de cultivo, buenas prácticas y gestión comercial. Asimismo, las capacitaciones facilitan un mejor desempeño de funciones, aumentan logros en las actividades y disminución de costos.

4.1.3.4 Análisis del cuarto objetivo específico

Objetivo: Examinar como el factor habilidades empresariales limita la exportación de piñas Golden de las MYPE en la Selva Central de Junín hacia el mercado de España.

Figura 14. Análisis objetivo específico 4: Habilidades empresariales.



Elaboración: Propia.

En la figura 14 se aprecia la distribución de habilidades empresariales que se divide en capacidad administrativa, toma de riesgo y decisión de negocio, asimismo, se resaltó de color mostaza los puntos a mejorar.

La capacidad administrativa se divide en planificación, investigación de mercado y control. En planificación se emplearon herramientas como Excel para el seguimiento de sus actividades, en otros casos, aplicaron un plan de trabajo anual, que incluye actividades. Mientras, que la investigación de mercado, lo alcanzaron a través de ferias internacionales o ruedas de negocios. En ocasiones, tuvieron que utilizar el servicio de bróker para el alcance de un potencial cliente. Respecto al control de inventario y lotes, emplean indicadores para el seguimiento y lograr una mayor trazabilidad.

La toma de riesgo, para las MYPE exportadoras de piña Golden, lo realizan a través de sus colaboradores de ventas o personas especializadas en ventas para ingresar a un potencial mercado. Los tres gerentes generales iniciaron la producción de piña Golden de manera informal, y a través del tiempo se formalizaron para obtener mayores oportunidades. Asimismo, están abiertos a tomas de riesgos, con previa evaluación de costo y beneficio. De hecho, una de ellas, está realizando la planificación de tener una pequeña sede en Estados Unidos y permitir un mejor tránsito de envío de diversas frutas que cosechan. La inversión estimada, por el momento, es un aproximado de \$ 9,000.00 dólares americanos. Por otro lado, las gestiones con los proveedores nacionales pueden ser riesgosas en el cumplimiento de entrega, principalmente porque son informales y la falta de fidelidad entre proveedor – cliente. Por el contrario, de sus proveedores de insumos y servicio de transporte las negociaciones han sido más estrechas.

Finalmente, concerniente a la toma de decisión de negocio; se generó pérdida de cierre de negocios por no encontrarse capacitados en un inglés técnico, y las presentaciones pocas productivas en las ferias internacionales no alcanzaron sus objetivos. Por otro lado, las MYPE exportadoras de piña Golden no han realizado alianzas estratégicas con otras empresas del mismo rubro o comunidades.

4.1.3.5 Análisis del quinto objetivo específico

Objetivo: Analizar el desarrollo de la exportación de piñas Golden de las MYPE en la selva central de Junín.

Tabla 21. Análisis del objetivo 5. FODA de la situación actual del sector piñero en Junín.

FORTALEZA	OPORTUNIDAD
<ul style="list-style-type: none"> ✓ El suelo y clima en Junín son los adecuados para producción de piñas de calidad. ✓ Hay abastecimiento de piñas durante todo el año. ✓ Las organizaciones cuentan con personal operario con vasta experiencia en producción de piñas. ✓ La piña es una de las frutas tropicales más importantes y demandados en el mundo. ✓ La piña de Junín es un producto potencial por su agradable sabor y otras propiedades que no existen en otros países. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Facilidades de acceso a financiamientos públicos y privados. ✓ Alta demanda de frutas tropicales y orgánicos. ✓ Acuerdo Comercial con la Unión Europea. ✓ Apoyo de instituciones públicas de apoyo y promoción para organizaciones agrícolas de la selva. ✓ Diversidad de plataformas para promocionar la piña. ✓ Políticas de comercio que dan facilidades y permiten el buen desenvolvimiento de este sector.
DEBILIDAD	AMENAZA
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Baja capacidad productiva. ✓ Las organizaciones carecen de certificaciones internacionales. ✓ Las organizaciones no cuentan con maquinaria sofisticada. ✓ Los colaboradores carecen de conocimientos de agroexportación. ✓ Existe dificultades con proveedores, pues incumplen los requerimientos. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Altos costos de fletes. ✓ Otros países como Costa Rica son más competitivos en producción de piñas. ✓ Factores climáticos que interrumpen el buen manejo de la producción y comercio de piñas. ✓ Presencia de plagas y enfermedades nuevas e incontrolables.

Elaboración: Propia

El análisis FODA presentado describe la situación actual de las empresas exportadoras de piñas de la Selva Central de Junín, resultado de un trabajo de campo en base a entrevistas a profundidad que ha servido para conocer aquellos detalles de la realidad de ese sector.

4.1.3.6 Análisis del sexto objetivo específico

Objetivo: Comprender la situación actual MYPE exportadores de piñas Golden en la selva central de Junín hacia España es viable.

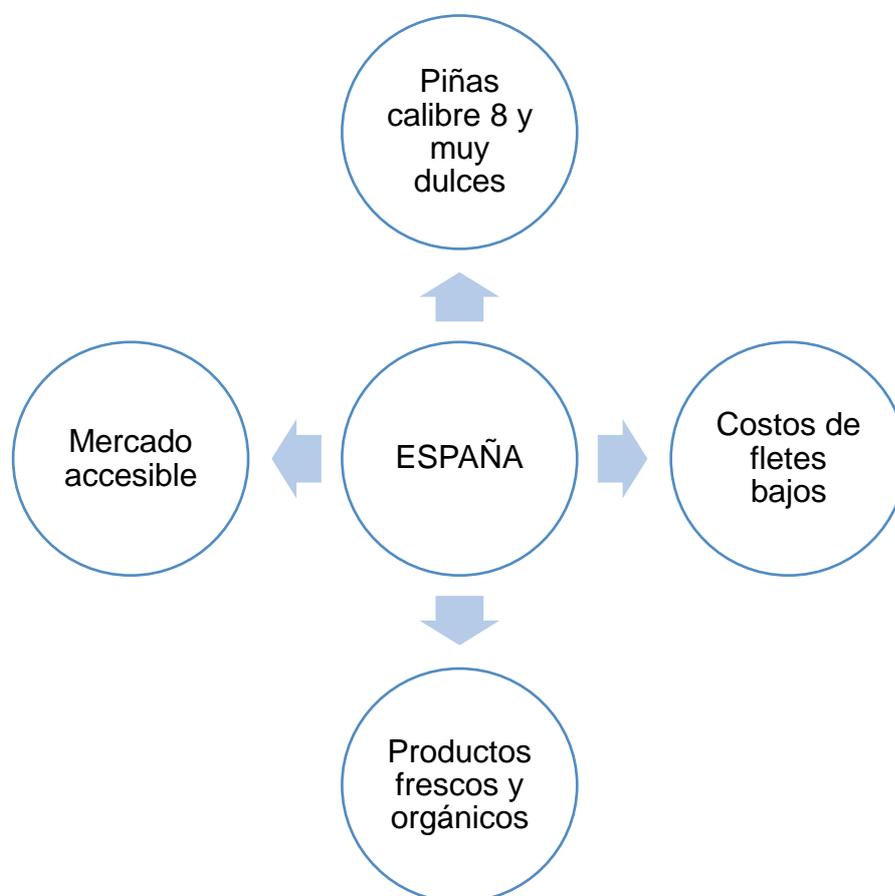


Figura 15. Análisis objetivo específico 6: Situación del sector piñero frente al mercado español.
Elaboración: Propia

De acuerdo a la experiencia de las empresas entrevistadas consideran que España es un mercado muy atractivo, resaltando por la accesibilidad debido al idioma y políticas de gobierno, requieren piñas características calibre 8, muy dulces, frescos y orgánicos de los cuales son alcanzables de satisfacer dicha demanda porque las tierras de la Selva Central reúnen las condiciones necesarias para producir piñas de tales características, también aducen que los costos de fletes a comparación de otros destino son bajos.

4.1.3.7 Análisis del objetivo general

Objetivo: Identificar los factores de producción que limitan la exportación de piñas Golden de las MYPE en la Selva Central de Junín hacia el mercado de España.

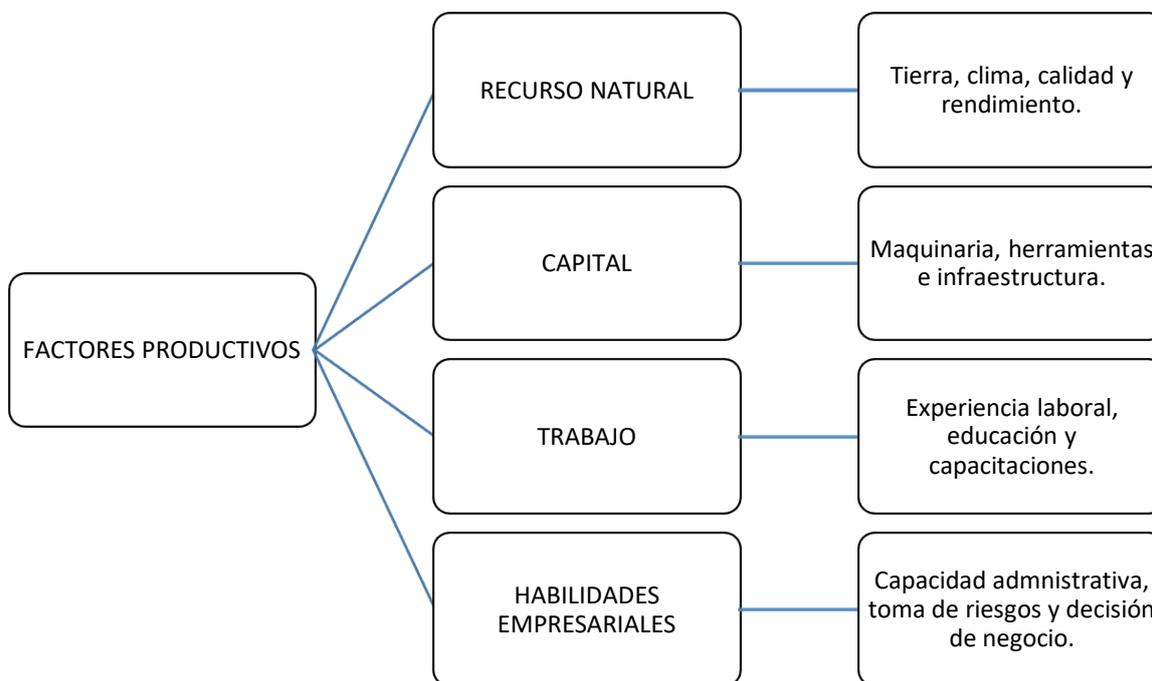


Figura 16. Análisis objetivo general.
Elaboración: Propia

La muestra estudiada determinó que son estos recursos claves para permitir el desarrollo de las exportaciones, sin embargo se identificó ventajas y fortalezas para el factor recurso natural, por otro lado falencias y carencias en los otros factores, cada factor ha sido analizado líneas anteriores, debido a que los entrevistados han aportado significativamente para la recolección de información verídica, los contenidos de cada factor han sido descritos ampliamente por los entrevistados, destacando la piña como recurso natural potencial de exportación, y dando prioridad vital a sus maquinarias de los cuales creen que son altamente dispensables, no le dan tanto interés al factor mano de obra puesto que es suficiente la experiencia empírica, asimismo reconocen sus carencias en cuanto a habilidades empresariales.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

5.1 Discusión de resultados

Los resultados de la presente investigación fueron obtenidos a través de las herramientas de metodología, previa revisión de especialistas, las cuales están relacionadas a los objetivos de la investigación. Asimismo, se cuenta con evidencia por medio de fotografías y grabaciones. Es por ello, que va a detallar los resultados de cada objetivo específico y general relacionado a los antecedentes nacional e internacional, incluido base teórica.

5.1.1 Discusión del objetivo específico 1

Objetivo: Analizar como el factor recurso natural limita la exportación de piñas Golden de las MYPE en la Selva Central de Junín hacia el mercado de España

Los resultados obtenidos respecto a la gestión del recurso natural con Munive (2015), quien concluyó en su tesis “Producción del cultivo de Piña CV. Golden en la Selva Central Mazamari – Satipo (Junín)”, que la correcta manera de resguardar la calidad de la fruta es el embolsado en plástico blanco con perforaciones para la transpiración de la piña. Asimismo, las principales enfermedades son *Phytophthora cinamommi* y *P. parasítica* ocasionadas por heridas en la fruta. Es por ello, que el procedimiento adecuado para las buenas prácticas de limpieza será el lampeo.

La presente investigación determinó que el inadecuado procedimiento de calidad genera pérdida de potenciales clientes, porque el mercado internacional es exigente tanto en la inocuidad como la calidad. Asimismo, existe poca investigación pública previa del suelo, lo que limita el crecimiento de la producción y la capacidad de abastecer las necesidades internacionales.

Contrastando los resultados obtenidos con los antecedentes nacionales de la presente investigación, se puede referir que coincide con Silva (2019) en que la capacidad de producción no abastece a otros mercados, inclusive el 26.3% manifestó que la actividad no significó su principal fuente de ingresos, y que maneja otras producciones como cultivo de café y sacha inchi. Además, en asociaciones

emplean insumos químicos y métodos orgánicos para aumentar la productividad del suelo, no obstante, el 11% no aplica ningún método por no ser su principal ingreso.

5.1.2 Discusión del objetivo específico 2

Objetivo: Evaluar como el factor capital limita la exportación de piñas Golden de las MYPE en la Selva Central de Junín hacia el mercado de España.

Los resultados obtenidos con respecto al factor capital con Silva (2019), quien describe en su investigación en “Factores que limitan la oferta exportable de piña deshidratada en la Asociación de productores de piña Santa Rosa de la región Amazonas, hacia el mercado de Florida, Estados Unidos” que el factor capital como las herramientas y equipos tradicionales son empleados en el cultivo tradicional, a pesar, que su principal ingreso sea la piña en la asociación de productores de piña Santa Rosa. En su conclusión, la baja herramienta sofisticada limita el rendimiento de la producción por hectáreas, generando bajo volumen de cosecha y calidad.

La presente investigación determinó que más del 50% de las personas entrevistadas, emplean herramientas tradicionales. En otros casos, rentan servicios de otras empresas para adquirir maquinarias modernas o compraron una maquinaria moderna como parte de su capital, generados por ganancias de las ventas anuales.

Contrastando los resultados obtenidos en el marco teórico de la presente investigación, se puede referir que coincide con Lazo et al (2017) en su investigación “Planeamiento Estratégico de la piña de Junín” a referencia de la adquisición de maquinaria ha habido un aumento del 15%, sin embargo, la mayoría de los procesos son tradicionales y en algunas veces existe actividades de creencias antes del inicio de la siembra de la fruta.

5.1.3 Discusión del objetivo específico 3

Objetivo: Analizar como el factor trabajo limita la exportación de Piñas Golden de la Selva Central de las MYPE en Junín hacia el mercado de España.

Los resultados obtenidos con respecto al factor trabajo con Maravi et al (2018a), quien detalla en su investigación en “Caracterización de fincas productoras de kion, piña y plátano en la microcuenca Cuyani – Pichanaki (Junín – Perú)” que el 65% de los agricultores tienen nivel secundario, asimismo el 33% han instalado recién sus terrenos de cultivo de piña Golden, por considerarlo un alto rendimiento y sus ubicaciones principales están en Satipo y La Merced. Por otro lado, el concepto de las exportaciones de piña Golden no se encuentra estructurada, a diferencia de otros frutos. Según los encuestados el 77% de la cosecha de piña Golden se dirige al mercado mayorista limeño y regiones aledañas.

La presente investigación determinó que el nivel educativo para el área de operaciones es secundaria completa, asimismo se indicó que las capacitaciones son de mayor constancia para el área operaria que el área administrativa. Además, se consideran de mayor importancia la experiencia laboral que el nivel educativo para el área de operaciones. Por último, los entrevistados cuentan con alta experiencia en el cultivo de la piña Golden, generadas antes de constituirse como empresa formal. Respecto a las actividades y conocimientos de las exportaciones fueron adquiridos empíricamente a través de la experiencia laboral.

Contrastando los resultados obtenidos con los antecedentes nacionales de la presente investigación, se puede referir que coincide con Maravi et al (2018a) en referencia del nivel educativo del área operaria. Las actividades de capacitación operarias son constantemente ejecutadas en el cultivo de la piña, asimismo, la experiencia de venta en el mercado mayorista en Lima es amplia permitiendo la continua venta, no obstante, no se enfoca al mercado exterior, generando limitación en el requerimiento de la demanda internacional a diferencia de otros países con alto rendimiento de capacidad productiva.

5.1.4 Discusión del objetivo específico 4

Objetivo: Examinar como el factor habilidades empresariales limita la exportación de piñas Golden de las MYPE en la Selva Central de Junín hacia el mercado de España.

Los resultados obtenidos con respecto al factor habilidades empresariales con García (2014), quien detalla en su investigación “Plan piloto de producción de frutas deshidratadas y procesadas” que los agricultores de la región de Junín ofrecen precios inferiores al mercado, a consecuencia, de la alta diversidad de frutas. Los agricultores en Satipo ofrecen sus productos frescos a precios debajo de costo o inclusive en tiempo de poca venta se destina a la alimentación de animales de crianza.

La presente investigación determinó que el nivel de investigación de mercado es bajo en la región Junín. De las tres empresas formales, indicaron que han impulsado las negociaciones a través de ferias provenientes del estado. No obstante, el producto principal de ingreso de venta en las exportaciones no corresponde a la fruta de la piña Golden. Principalmente por la alta demanda que solicitan sus potenciales clientes y la baja capacidad administrativa en planificar las cantidades evita el crecimiento de las exportaciones de la piña Golden.

Contrastando los resultados obtenidos los antecedentes nacionales de la presente investigación, se puede referir que coincide con García (2014) en referencia del nivel de las habilidades empresariales que implica la capacidad administrativa y la toma de decisiones.

5.1.5 Discusión del objetivo específico 5

Objetivo: Analizar el desarrollo de la exportación de piñas Golden de las MYPE en la selva central de Junín.

Las investigaciones sobre la piña en Perú son referentes a aspectos agrícolas, sin embargo, Romero (2017) ha estudiado la evolución de las exportaciones de piñas de Perú determinando que existe una relación inversa entre el volumen de producción de piñas y volumen de las exportaciones, cabe destacar que el mayor porcentaje proviene de Junín. El MINAGRI (2020) demostró que la producción nacional ha tenido un constante y progresivo crecimiento a lo largo de los años, siendo la principal zona de producción la provincia de Satipo que pertenece al

departamento de Junín, resaltando la variedad Golden como la principal. Por otro lado, Trade Map (2020) indicó que para el año 2015 y 2017 hubo caída de exportaciones de piñas de Perú para el mundo, frente a lo expuesto se puede decir que no existe relación entre la producción y exportación de piñas del Perú respaldando la información vertida por Romero (2017).

La presente investigación después de analizar el panorama del sector piñero de Junín para su exportación, se demuestra que existe un gran potencial, pero las empresas no tienen mucho tiempo en el mercado, se iniciaron de manera informal y gracias al apoyo de organizaciones del Gobierno como Promperu u otros pudieron presentarse en ferias y encontrar clientes internacionales, asimismo del resultado de tratos con bróker también lograron concretar algunos negocios, los destinos de las exportaciones de las empresas de Junín en mayoría son a países de la Unión Europea, siendo el principal transporte el medio aéreo, por el momento las exportaciones son de piñas como producto tradicional, respecto a las caídas de exportaciones en algunos años las empresas estudiadas desconocen las causas puesto que en la actividad exportadora tienen poco tiempo, pues en sus inicios ellos solo comercializaban nacionalmente.

5.1.6 Discusión del objetivo específico 6

Objetivo: Comprender la situación actual MYPE exportadores de piñas Golden en la selva central de Junín hacia España es viable.

Para España la piña es muy atractiva, pues lo consideran muy saludable de acuerdo con Then (2015), del mismo lado Carbajal (2013) menciona que el perfil del consumidor español se caracteriza por la alta tendencia a la dieta saludable, al consumo de productos libre de preservantes y frescos, también se suma lo expuesto por SIICEX (2015) los europeos por cuestiones culturales tienden al consumo de piñas frescas. Debido a la gran demanda de este país pues se ha convertido en el principal destino de exportación de piñas de Perú, durante todos los años este país ha estado presente como importador. Otro factor que le hace viable a España es el acuerdo comercial que existe con la Unión Europea, de esta manera existen facilidades para exportar piñas pues está libre de aranceles.

Contrastando lo vertido líneas arriba, las organizaciones de Junín también consideran a España como uno de los destinos más viables de exportación de piñas, y prefieren enviar sus productos a este país, con la intención de fidelizar clientes, pues lo ven un mercado muy atractivo, resaltando las cualidades del consumidor europeo para sacar ventaja y aprovechar oportunidades.

5.1.7 Discusión del objetivo general

Objetivo: Identificar los factores de producción que limitan la exportación de piñas Golden de las MYPE en la Selva Central de Junín hacia el mercado de España.

Parkin y Loria (2009) señalan que para producir bienes y servicios se requieren recursos y productos o denominados también factores de producción de los cuales son; recurso natural, capital, trabajo y habilidades empresariales, partiendo de esta teoría se analiza los mencionados factores en el contexto de la producción y comercialización de piñas de Junín para su exportación, en ese sentido en cuanto al primer factor Brume et al. (2017) resalta que las zonas de producción de piñas de Junín tienen fortalezas como clima, calidad de tierras, volúmenes y rendimiento, en cuestión del segundo factor Lazo et al. (2017) indica que también en Junín el sector piñero presenta algunas desventajas como; baja inversión en tecnología que limita el crecimiento, para el tercer factor menciona que el nivel educativo de los productores es muy bajo, la mayoría no aplica análisis técnico, no usa equipos adecuados, y los trabajos son realizados por familiares. Respecto al último factor La Agencia Agraria de Noticias (2018) expone que hay carencia de gestión empresarial que conlleva a recurrir a intermediarios.

Por lo tanto, la presente investigación ha diagnosticado y analizado estas limitantes mencionadas en las principales organizaciones piñeras exportadoras de Junín, determinando que existen fortalezas en el factor recurso natural tal como los autores expuestos, y debilidades similares en el resto de los factores como capital, trabajo y habilidades gerenciales. Hay potencial de exportación según los resultados de la muestra investigada, con debilidades por trabajar y oportunidades que aprovechar.

CONCLUSIONES

1. De acuerdo con los resultados de la investigación, se puede afirmar que las ventajas de altura, clima y características del nivel de PH otorgan altas ventajas en la producción de la piña Golden. Asimismo, se requiere un exhaustivo procedimiento de calidad, fertilizantes orgánicos, prevención de enfermedades como *Phytophthora cinamommi* y *P. parasítica*. Por otro lado, las empresas formales de producción de piña Golden, trabajan a mano con agrónomos para repotenciar la calidad de la siembra de la piña Golden como otros diversos productos.

2. El capital obtenido para las MYPE de la selva central de Junín ha ido aumentando a través del crecimiento económico de la organización que permitió las compras de maquinaria moderna y nuevas hectáreas para el cultivo. Asimismo, las oficinas ubicadas en Junín son propias, sin proyección de compra de nuevas propiedades o traslado a otra región. Asimismo, la adquisición de maquinaria moderna es un costo muy elevado en adquirirlo, es por ello, que han optado por el alquiler de estos. La adquisición de una maquinaria moderna disminuye el tiempo y costo de fertilización y siembra. De 200 hectáreas el 40% va dirigido a la siembra de la piña Golden.

3. Respecto al análisis del factor trabajo, se puede concluir que el nivel educativo para el área operaria es gran parte secundaria, mientras el área administrativa se divide en técnicos y profesionales en las MYPE exportadoras de piña Golden. Las capacitaciones son constantes para el área operaria por su función en el campo, mientras que los administrativos no son tan continuos. Se considera de alta importancia la experiencia laboral que el conocimiento técnico en la selección de campo.

4. Por otro lado, el factor de habilidades empresariales crece progresivamente a través de la experiencia que tiene la organización al pasar de los años. Asimismo, el ingreso a las ferias ha permitido un mayor contacto con los clientes del exterior, alcanzando mayor conocimiento de las necesidades y características que debe

tener la piña Golden. Es importante mencionar, que los riesgos tomados para expandir a otros mercados han sido bajos, principalmente por la negociación con sus proveedores nacionales. Las MYPE exportadoras de piña Golden son productoras y comercializadoras, dependiendo gran parte de las cantidades requeridas por sus proveedores.

5. De acuerdo a los resultados de la investigación se puede afirmar que en la Selva Central de Junín su producción de piñas tiene un índice de crecimiento alto, mientras que su exportación no es constante, hay pocas empresas exportadoras de piñas en esa zona a pesar que Junín es el primer productor a nivel nacional, la mayoría de las empresas exportadoras se centralizan en Lima, se puede deducir que en la Selva Central el desarrollo de la comercialización internacional se está dando de manera paulatina.

6. Los dos primeros destinos de las exportaciones de piñas de Perú son Alemania y España, y este último país es considerado un mercado asequible por las empresas piñeras de Junín, es uno de los destinos más importantes del mundo, las características del mercado como; perfil del consumidor, políticas de gobierno, facilidades del acuerdo comercial Perú – Unión Europea, hacen que este mercado se vea atractivo por las organizaciones piñeras de Junín.

7. El análisis de los factores estudiados que limitan a las exportaciones de piñas desde Junín ha servido para identificar aquellos puntos de quiebres y fortalezas, de esta manera conocer el estado situacional de las organizaciones piñeras en relación al factor recurso natural, capital, trabajo y habilidades empresariales, destacando potencialidades en el primer factor y determinando que hay mucho por trabajar en los siguientes tres factores.

RECOMENDACIONES

1. Es muy importante crear MYPE que se enfoquen en la calidad de la fruta piña Golden desde la siembra hasta la cosecha. Como vital importancia el trabajo del ingeniero agrónomo es asegurar que la calidad sea adecuada para el consumidor final. Asimismo, se debe tener en cuenta que las planificaciones de demanda tanto nivel nacional como internacional corresponden al área administrativa.
2. Es vital obtener la adquisición de máquinas agrícolas como el tractor, el cual permite la disminución de tiempo y costo como la fertilización y siembra. Asimismo, parte de su crecimiento la MYPE puede adquirir servicios de maquinaria agrícola, antes de tener una propia.
3. El nivel de constancia de capacitaciones operarias debe ser cerca o igual que las administrativas, porque ambas generarían mayor eficacia en el desarrollo de los procedimientos. Asimismo, en el área administrativa debe tener experiencia técnica y laboral en la fluidez del idioma inglés técnico para evitar contratación de terceros en un potencial cierre de negocio.
4. Se debe trabajar constantemente las habilidades empresariales como la toma de riesgo, investigación de mercado y la capacidad administrativa para adecuar el pedido de la cantidad de la piña Golden en el tiempo y el lugar donde se requieren. Asimismo, aprovechar las ferias para posicionarse en el mercado internacional, y evitar costos de contratos de terceros para conseguir nuevos clientes. Por otro lado, para lograr una oferta exportable se recomienda trabajar en asociatividad de esta manera cumplir con los acuerdos en cuanto a volúmenes exigidos del cliente exterior.
5. El empresariado en Junín debe trabajar en la expansión internacional y no limitarse en mercados nacionales como viene sucediendo, son pocos sus mercados actuales debido a las malas experiencias a raíz de manejos inadecuados de los

procesos de exportación de piñas, se debe aprovechar las oportunidades que existen en Junín respecto al recurso natural.

6. Se recomienda para ingresar al mercado español, formar alianzas estratégicas que permitirán satisfacer la demanda del cliente, siendo el más accesible una empresa española pequeña o mediana, que se caracteriza por requerir bajos volúmenes semanales y sin penalización por retrasos. Se sugiere en un plazo corto el MYPE exportador debería buscar medios de promoción como parte de su posicionamiento en el mercado español.

7. Las organizaciones del gobierno deben dar énfasis e impulsar la exportación de piñas de Junín, por ser un producto muy consumido y conocido mas no explotado para su posicionamiento y constancia en las exportaciones, también las empresas deben tomar en cuenta las debilidades y amenazas que existen en cada factor para sobresalir las limitaciones.

FUENTES DE INFORMACIÓN

1. Acuerdos Comerciales del Perú – ALC (2019). Acuerdo Comercial entre Perú y Unión Europea. Disponible en Internet: http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=50&Itemid=73 Acceso el 19 de Octubre de 2019.
2. Alfonso, J. R. y Macías, M. M. (2013). *Proyecto Frutada S.A.S.* (Trabajo de Grado). Colegio de Estudios Superiores de Administración, Bogotá.
3. Anahui, J. (2019). Producción de Piña (*Ananas Comosus*) Golden: Experiencias del IRD Selva (UNALM) en Satipo- Junín. (Tesis Ingiero Agrónomo) Universidad Nacional Agraria La Molina. Lima. 73 pp.
4. Arellano, G.; Vergara, C.; & Bello, S. (2015). Plagas entomológicas y otros artrópodos en el cultivo de la piña (*Ananas comosus* var. *comosus* (L.) Merr., Coppins & Leal) en Chanchamayo y Satipo, Departamento de JUNÍN, Perú. *Ecología Aplicada*, 14(2), 175-189.
5. Aristóteles, G., Luis, R. & Alberto, V. (2017). Plan de negocio para la producción y venta de vitroplantas de piña en la provincia de Satipo- Junín. (Tesis de Magister de Administración). Universidad de Pacifico. Lima. 88 pp.
6. Armendáriz, E.; Jaramillo, F. & Felipe, L. (2010) Las barreras al crecimiento económico en Junín. Lima: Consorcio de investigación económica social – CIES.
7. Basantes, S. y Chasipanta, J. (2012). Determinación del requerimiento nutricional del fosforo sobre la inducción floral en el cultivo de piña. (Tesis Ingeniero Agropecuario). Escuela Politécnica del Ejército. Sangolquí. 101 pp.
8. Banco Central de Reserva del Perú (2019). Reporte de inflación: reporte 2019. Disponible en internet: <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2019/setiembre/ri-setiembre-2019-recuadro-3.pdf> Acceso el 28 de septiembre de 2020.
9. Brume, L., Cornejo, L., Pinto, P., Puertas, J., (2011). Exportación de piña deshidratada de Satipo (región Junín) al mercado de Estados Unidos de Norte América: plan de negocios para Víctor Chavez Ingenieros S.A.C. (Tesis Magister). Universidad ESAN. Lima. 46 pp.

10. Carbajal, A. (2013). Manual de Nutrición y dietética. Recuperado en <https://www.ucm.es/data/cont/docs/458-2013-08-16-cap-19-dieta-espa%C3%B1a-1.pdf> Acceso el 28 de enero de 2020.
11. Chambi, G. (2016). La formalización de las MYPE de fabricación de muebles del parque industrial y su influencia en la rentabilidad del periodo. Universidad Autónoma del Perú. Lima. 93 pp.
12. Chuquillanqui (2018) Chuquillanqui, J. (2018). Fertilización en el cultivo de piña (*Ananas comosus* L. Merr. Var. Comosus). CV. Golden en Satipo. Universidad Nacional Agraria La Molina. Lima. 69 pp.
13. Codex Alimentarius (2016). Normas internacionales de alimentos. Disponible en Internet: <http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/standards/list-standards/es/> Acceso el 12 de noviembre de 2019.
14. Collins, J.L. (1960). "The Pineapple: Botany, Cultivation and Utilization". Interseccie Publishers, New York. 294 p.
15. De Pablo, V.; Jaime, V. y Giacinti, M. (2016). Cambios en el Modelo del Comercio Internacional de Piña en Costa Rica. *Agroalimentaria*, 23 (44), 45-60.
16. Egoávil, C. (2014). Caracterización de Suelos con fines de fertilidad en la provincia de Satipo, Junín- Perú. Lima: AVSI PERÚ.
17. Espinoza, O. (2018). Análisis económico beneficio – costo del proyecto de exportación de jugo de maracuyá en la institución centro de transferencia tecnológica en agronegocios para la campaña marzo – setiembre, Trujillo, 2018. (Tesis de Bachiller). Universidad Privada del Norte. Trujillo. 32 pp.
18. Fairtrade (2017). Beneficios de Fairtrade. Disponible en Internet: <https://www.fairtrade.net/es/about-fairtrade/benefits-of-fairtrade.html> Acceso 28 de julio de 2019.
19. FAO (2020). Análisis del mercado de las principales frutas tropicales. Disponible en Internet: <http://www.fao.org/3/ca9213es/ca9213es.pdf> Acceso 28 de septiembre de 2020.
20. Gandarilla, H.; Rivas, O.; Fernández, E. 2014. Fitonemátodos asociados a los cultivos tropicales. *Fitosanidad*, 18(3), 187-197.
21. Garcia, A. y Rodriguez, M. (2008). Manual de buenas prácticas agrícolas para la producción de piña en Costa Rica. Disponible en Internet:

- <http://cep.unep.org/repcar/proyectos-demostrativos/costa-rica-1/publicaciones-banacol/Manual%20BPA%20Banacol.pdf> Acceso el 02 de marzo de 2020.
22. García, J. (2014). Plan piloto de producción frutas deshidratadas y procesada en la cooperativa agraria cafetalera Satipo, distrito de Satipo, provincia de Satipo región Junín. Lima: DEVIDA.
23. Gobierno Regional La Libertad. (2000). La Libertad: Estudio del cultivo de la piña 2000. Disponible en Internet: <http://www.agrolalibertad.gob.pe/sites/default/files/EL%20CULTIVO%20DE%20LA%20PI%C3%91A%20EN%20LA%20LIBERTAD%202000.pdf> Acceso el 16 de febrero de 2020.
24. Hernández, R., Fernández C. y Baptista P. (2010). Metodología de la investigación. 5ta ed. México: Mc Graw Hill Education
25. Índice de Competitividad Regional del Perú [ICRP] (2017) Disponible en Internet: <http://www.icrp.pe/?K=6> Acceso el 23 de noviembre de 2019
26. Información sobre Comercio Exterior y exportaciones peruanas - [SIICEX] (2015) Perfil Producto Mercado: Piña Golden en la Unión Europea. Disponible en Internet: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/830706023rad1C456.pdf> Acceso el 05 de noviembre de 2019.
27. Informa (2018). Comportamiento de pagos de las empresas españolas https://cdn.informa.es/sites/5809ccf0cdaeee62837a6c07/content_entry5809cd5ecdaeee62837a6c51/5b56e406021cb2011bfa9c5b/files/Pagos2018Q3_V2.pdf?1532421126 Acceso el 16 de febrero de 2020.
28. Instituto Nacional de Estadística de Perú – INEI (2018). Compendio Estadístico Perú 2018. Disponible en Internet: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1635/cap13/cap13.pdf Acceso el 21 de febrero de 2020.
29. Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI (2019). Producción Nacional. Disponible en Internet: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico_produccion_abril.pdf Acceso el 11 de octubre de 2019.
30. Instituto Nacional de Estadística de Perú – INEI (2012). Resultados Definitivos IV Censo Nacional Agropecuario 2012. Disponible en Internet:

<http://proyectos.inei.gob.pe/web/DocumentosPublicos/ResultadosFinalesIVCE NAGRO.pdf> Acceso el 29 de febrero de 2020.

31. Instituto Nacional de España – [INE] (2020). Demografía y Población. Recuperado en https://www.ine.es/dyns/INEbase/es/categoria.htm?c=Estadistica_P&cid=1254734710984 Acceso el 09 de diciembre de 2019.
32. Jiménez, D. (1999) Manual práctico para el cultivo de piña de exportación. Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
33. La Agencia Agraria de Noticias (2018). Calidad irregular de la piña peruana limita su potencial de exportación. Agencia Agraria de Noticias. Recuperado de <https://agraria.pe/noticias/calidad-irregular-de-la-pina-peruana-limita-su-potencial-13914> Acceso el 20 de septiembre de 2019.
34. La Asociación de Fabricantes y Distribución – [AECOC], (2019). España, un país de frescos. Recuperado en <https://www.aecoc.es/libros/informe-congreso-frutas-y-hortalizas-2018/> Acceso el 12 de agosto de 2019.
35. Lazo, E., Marcas, N. & Serna, N. (2017). Planeamiento Estratégico de la Piña de Junín. (Tesis Magister). Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima. 205 pp.
36. Lituma, A. (2013). Estudio de Factibilidad de Producción de Piña MD2 y su exportación a Canadá. (Tesis Licenciatura). Universidad Internacional del Ecuador. Guayaquil. 118 pp.
37. Lombana, J. (2016). Sistema productivo de piña md2 (Ananás comosus), como alternativa agrícola de cultivos de palma de aceite (*Eleaesis guineensis*) afectados por marchites letal en el municipio de San Carlos de Guaroa- Meta. (Tesis Ingeniero Agrónomo). Universidad de La Salle: Colombia. 93 pp.
38. Londoño, C., Uribe, S. y Gonzales, Y. (2017). Estudio de mercado para la exportación de piñas desde Colombia a Chile. Institución Universitaria Tecnológico de Antioquia. Medellin. 51. pp.
39. López, K. y Mora, R. (2018). Análisis de la disponibilidad de piña orgánica y jugo de piña orgánica en Costa Rica para la exportación. Revista Pensamiento Actual, 18 (31), 2215-3586.
40. Maravi, J., Buendía, O., Alvarado, L., Borjas, R., Castro-Cepero, V., Julca, A. (2018a). Characterization of pineapple farms (*Ananas comosus* var. *comosus*)

in Cuyani Microbasin, Pichanaki District, Chanchamayo Province (Junín, Perú). *Peruvian Journal of Agronomy*, 2 (1),20-27.

41. Maravi, J. (2018b). Caracterización de fincas productoras de kion, piña y plátano en la microcuenca Cuyani – Pichanaki (Junín-Perú). (Tesis Ingeniero Agrónomo). Universidad Nacional Agraria La Molina. Lima. 191 pp.
42. Mi Banco (2019). Tarifario General del Banco. Disponible en Internet: <https://www.mibanco.com.pe/repositorioaps/data/1/1/1/zon/zona-pie-1/files/Tarifario%20General%20V060%20-%20Final.pdf> Acceso el 12 de octubre de 2019.
43. Ministerio de Agricultura y Riego – MINAGRI. (2018). Anuario de Producción Agrícola 2018. Disponible en Internet: <http://siea.minagri.gob.pe/siea/?q=noticias/anuario-de-produccion-agricola-2018> Acceso el 15 de febrero de 2020.
44. Ministerio de Agricultura y Riego – MINAGRI (2020). Encuesta Nacional de Intensiones de Siembras 2018. Disponible en Internet: http://frenteweb.minagri.gob.pe/sisca/?mod=consulta_cult Acceso el 28 de enero de 2020.
45. Ministerio de Agricultura y Riego – MINAGRI (2008). Gobierno Regional Junín: Plan Estratégico Sectorial Regional Agrario 2009-2015. Disponible en Internet: https://www.minagri.gob.pe/portal/download/pdf/conocenos/transparencia/planes_estrategicos_regionales/junin.pdf Acceso el 14 de octubre de 2019.
46. Ministerio de Agricultura y Riego – MINAGRI (2015). Plan Nacional de Cultivo Agrícolas: Campaña Agrícola 2018-2019. Disponible en internet: <file:///C:/Users/ASUS-PRO/Downloads/rm313-2018.pdf> Acceso el 02 de marzo de 2020.
47. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR. (2005). Plan Estratégico Regional Exportador: Región Junín. Disponible en Internet: https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/avance_regiones/Junin/PERX_Junin.pdf Acceso el 21 de octubre de 2019.

48. Munive, L. (2015). Producción del cultivo de Piña cv. Golden en la selva Central Mazamari – Satipo (Junín). (Tesis Ingeniero Agrónomo). Universidad Nacional Agraria la Molina: Lima. 55 pp.
49. Ninahuanca, C. (2013) Sueldos y salarios entre los años 2000 y 2012. Disponible en Internet: <http://larepublica.pe/economia/696823-agroexportacion-crece-pero-no-los-sueldos-de-sus-trabajadores> Acceso el 27 de noviembre de 2019.
50. Okpara, J. y Wynn, P. (2007). SAM Advanced Management Journal. Revista EBSCP, 72 (2), 24-34.
51. Olayinka, B. (2013). Profitability and constraints of pineapple production in osun state. *Journal of Horticultural Research*, 21 (2), 59-64.
52. Organización Mundial de la Salud – [OMS] (2020). Alimentación Sana. Disponible en Internet: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet> Acceso el 22 de diciembre de 2019.
53. Osegueda, C. (2019). Etnografía del municipio de Santa María Ostuma; tierra de la piña, leyendas y tradiciones. *Revista de Museología "Kóot"*, (10), 137-166.
54. Palacios, C. y Peña, A. (2019). Proyecto de Exportación de Piña Colombiana a Dubái. (Tesis de Licenciatura), Universidad Piloto de Colombia. Bogotá.94pp.
55. Parkin, M. & Loria, E. (2009). Microeconomía. Versión para Latinoamérica. México: Pearson Educación.
56. Pathak,V.; Chakraborty, H. & Pandey, K. (2015) A Study on Feasibility of Cold Storage and Food Processing Units for Pineapple in Assam. *Journal of Basic and Applied Engineering Research*, 2(17), 1549-1554.
57. Peña, J. (2010). Estudio de los factores de competitividad en la cadena productiva del cultivo de Piña (Ananas comosus), en el corredor económico Tamshiyacu – Iquitos – Región Loreto. (Tesis Ingeniero Agrónomo). Universidad Nacional de la Amazonia Peruana. Iquitos. 104 pp.
58. Produce (2020). Estadística MIPYME. Disponible en Internet: <http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mipyme> Acceso el 07 de febrero de 2020.
59. PROM PERÚ. (2015). Informe Especializado: Guía de acceso para alimentos al mercado de la Unión Europea. Lima: PROM PERÚ.
60. Rainforest Alliance (2019). Certificación de servicios de aseguramiento. Disponible en internet: <http://www.rainforest->

- alliance.org/business/es/certification-verification. Acceso el 28 de diciembre de 2020.
61. Rene, O. y Monserrate, A. (2018). Propuesta de un mercado para la comercialización de productos agrícolas al por mayor y menor de piñas que contribuya al desarrollo económico y sostenible del cantón Milagro. Universidad Estatal de Milagro. Milagro.34pp.
 62. Rodríguez, M. & Murillo, S. (2016). Talento humano en la microempresa informal. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, (2), 247-256.
 63. Romero, A. (2017). Producción y Exportación de la Piña Peruana 2008-2015. (Tesis de Licenciatura). Universidad Cesar Vallejo. Lima.68 pp.
 64. Sánchez, J. (2012). Manual para la producción de una piña de calidad. Disponible en Internet: http://agroaldia.minagri.gob.pe/biblioteca/download/pdf/tematicas/f-taxonomia_plantas/f01-cultivo/2018/manual_produccion_pia.pdf Acceso el 16 de febrero de 2020.
 65. Silva, E. (2019). Factores que Limitan la Oferta Exportable de Piña Deshidratada en la Asociación de Productores de Piña Santa Rosa de la Región Amazonas hacia el Mercado de Florida, Estados Unidos (Tesis de Licenciatura). Facultad de Ciencias administrativas y Recursos Humanos, Universidad de San Martín de Porres. Lima. 202 pp.
 66. Sociedad de Comercio Exterior del Perú – [COMEX PERÚ] (2020). Exportaciones no tradicionales 2019 al alza. Disponible en Internet: <https://www.comexperu.org.pe/articulo/exportaciones-no-tradicionales-cierran-2019-al-alza> Acceso el 20 de febrero de 2020.
 67. Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – [SUNAT]. (2020). Descripción de MYPE. Disponible en Internet: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/MYPE/define-microPequenaEmpresa.html> Acceso el 07 de febrero de 2020.
 68. Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – [SUNAT]. (2019). Descarga de Información por subpartida nacional importación/ exportación. Disponible en Internet: <http://www.aduanet.gob.pe/cl-ad-itsuministro/descargaS01Alias?accion=cargarFrmDescargarResultado> Acceso el 06 de noviembre de 2019.

69. Then, A. (2015). Relanzamiento del sector piñero para la exportación. República Dominicana: Consejo Nacional de Competitividad.
70. Trade Map (2020). Lista de los países exportadores para el producto seleccionado en 2018. Disponible en Internet: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3%7c276%7c%7c%7c%7c080430%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c%7c2%7c1%7c1 Acceso el 15 de febrero de 2020.
71. Uriza, D. (2011). Programa Estratégico para el Desarrollo Rural Sustentable de la Región Sur- Sureste de México: Trópico Húmedo 2011. México: INIFAP.
72. Vara, A. (2012). Desde La Idea hasta la sustentación: Siete pasos para una tesis exitosa. Un método efectivo para las ciencias empresariales. Lima, Perú: Universidad de San Martín de Porres.
73. Vera, N.; Maicelo, J.; Heredia, E., & Oliva, S. (2017). Nematodos fitoparásitos asociados al cultivo de piña (*Ananas comosus*) en Amazonas, Perú. *Scientia Agropecuaria*, 8(1), 79-84.
74. Zapata, S. (2001). Posibilidades y Potencialidad de la Agroindustria en el Perú en base a la biodiversidad y los bionegocios. Lima: Biocomercio Perú.

ANEXO 1: Matriz de consistencia

TÍTULO DE LA TESIS:	FACTORES DE PRODUCCIÓN QUE LIMITAN LA EXPORTACIÓN DE PIÑAS GOLDEN DE LAS MYPE EN LA SELVA CENTRAL DE JUNIN HACIA EL MERCADO DE ESPAÑA
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	MYPE Y EMPRENDIMIENTO
AUTORES:	PILAR JUDITH CABANA MARILUZ Y LISBETH BENONI NINAVILCA ARANA

PROBLEMAS	OBJETIVOS	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general			
¿Cuáles son los factores de producción que limitan la exportación de piñas Golden de las MYPE en la Selva Central de Junín hacia el mercado de España?	Identificar los factores de producción que limitan la exportación de piñas Golden de las MYPE en la Selva Central de Junín hacia el mercado de España.	Factores de producción que limitan la exportación de Piñas Golden de las MYPE en la Selva Central de Junín. MYPE exportadores de Piñas Golden de la Selva Central hacia el mercado de España.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Recurso Natural ➤ Capital ➤ Trabajo ➤ Habilidades empresariales 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Enfoque: Cualitativo ➤ Diseño: No experimental ➤ Tipo: Aplicado ➤ Alcance: Exploratorio ➤ Unidad de análisis: MYPE exportadora de Piña Golden en la Selva Central de Junín.
Problemas específicos	Objetivos específicos	Subcategorías	Indicadores	Medios de Certificación (Fuente / Técnica)
¿Cómo el factor recurso natural limita la exportación de piñas Golden de las MYPE en la Selva Central de Junín hacia el mercado de España?	Analizar como el factor recurso natural limita la exportación de piñas Golden de las MYPE en la Selva Central de Junín hacia el mercado de España.	Recurso Natural	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tierra 2. Clima 3. Calidad 4. Rendimiento 	

¿Cómo el factor capital limita la exportación de piñas Golden de las MYPE en la Selva Central de Junín hacia el mercado de España?	Evaluar como el factor capital limita la exportación de piñas Golden de las MYPE en la Selva Central de Junín hacia el mercado de España.	Capital	<ol style="list-style-type: none"> 1. Maquinaria 2. Herramientas 3. Infraestructura 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas a profundidad a MYPE exportadores de piñas Golden de la selva central de Junín.
¿Cómo el factor trabajo limita la exportación de Piñas Golden de las MYPE en la Selva Central de Junín hacia el mercado de España?	Analizar como el factor trabajo limita la exportación de Piñas Golden de la Selva Central de las MYPE en Junín hacia el mercado de España.	Trabajo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Experiencia Laboral 2. Educación 3. Capacitación 	
¿Cómo el factor habilidades empresariales limita la exportación de piñas Golden de las MYPE en la Selva Central de Junín hacia el mercado de España?	Examinar como el factor habilidades empresariales limita la exportación de piñas Golden de las MYPE en la Selva Central de Junín hacia el mercado de España.	Habilidades empresariales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacidad Administrativa 2. Tomas de riesgo 3. Decisión de Negocio 	
¿Cómo las MYPE exportadores de piñas Golden se han desarrollado de la selva central de Junín?	Analizar el desarrollo de la exportación de piñas Golden de las MYPE en la selva central de Junín.	Situación actual de exportación MYPE en Junín	<ol style="list-style-type: none"> 1. Exportaciones. 2. Desempeño exportador 	
¿Cómo saber si la situación actual MYPE exportadores de piñas Golden en la selva central de Junín hacia España es viable?	Comprender la situación actual MYPE exportadores de piñas Golden en la selva central de Junín hacia España es viable.	Situación actual MYPE exportadores de piñas Golden al mercado español.	<ol style="list-style-type: none"> 1. El mercado de España 2. Exportaciones a España 	

Elaboración: Propia.

ANEXO 2: Formato de validación de expertos
FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA Nº 1
Variable 1

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	GUÍA DE ENTREVISTA					
Autor del Instrumento	Pilar Judith, Cabana Mariluz. Lisbeth Benoni, Ninavilca Arana.					
Variable 1:	Factores de producción que limitan la exportación de Piñas Golden de las MYPE en la Selva Central de Junín.					
Definición Conceptual:	Según Parkin & Loria (2009) en su investigación de "Economía" explica que los bienes y servicios son los objetivos que la gente valora y produce para satisfacer las necesidades humanas. Se producen usando recursos productivos que los economistas lo conocen como factores de producción, que se divide en cuatro categorías: Recurso natural, trabajo, capital y habilidades empresariales.					
Población:	MYPE exportadoras de piña Golden de la selva central en Junín					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Subcategoría 1 Recurso Natural	Compuesto por los ítems del 1 al 11					
Indicador 1: Tierra	Compuesto por los ítems del 1 al 2					
1	¿Reconoce usted el PH ideal que debe tener la tierra para la siembra la piña Golden? Si es sí; ¿Aplica algún insumo a la tierra? Si es no; ¿Considera que sería importante evaluar la tierra antes de la siembra?					
2	¿Cuáles características, considera usted que debe tener la tierra para la siembra de la piña?					
Indicador 2: Clima	Compuesto por los ítems del 3 al 5					

3	<p>¿Considera usted que la estacionalidad influye en la disponibilidad permanente de las piñas?</p> <p>Si es sí; ¿Defina usted la influencia de la estacionalidad en la oferta y la demanda?</p> <p>Si es no; ¿Por qué?</p>					
4	<p>¿Cuáles son los meses de mayor consumo de piña Golden?</p>					
5	<p>¿A qué nivel del mar realiza la siembra de piña? ¿Qué altura recomienda usted para un buen sabor y aspecto de la piña?</p>					
Indicador 3: Calidad	Compuesto por los ítems del 6 al 8					
6	<p>¿Cuenta con algún proceso de control de calidad en sus productos y procesos?</p> <p>Si es sí; ¿Cómo lo desarrolla?</p> <p>Si es no; ¿Por qué?</p>					
7	<p>¿Ha negociado con algún certificado de piña Golden para el mercado europeo?</p> <p>Si es sí; ¿Cuáles son? ¿Por qué?</p> <p>Si es no; ¿Considera usted que es necesario aplicar certificado de calidad?</p>					
8	<p>¿Alguna vez su producto ha sido devuelto por observación de calidad?</p> <p>Si es sí; ¿Por qué?</p> <p>Si es no; ¿Qué estrategias ha implementado para evitar la devolución del producto?</p>					
Indicador 4: Rendimiento	Compuesto por los ítems del 9 al 11					
9	<p>¿Utiliza algún fertilizante en la etapa de producción de la piña?</p> <p>Si es sí, ¿En qué porcentaje considera que influye en el rendimiento de la tierra?</p> <p>¿Son fertilizantes orgánicos?</p> <p>Si es no; ¿Por qué?</p>					

10	<p>¿Se ha implementado la instalación de regadío en la etapa de producción de la piña?</p> <p>Si es sí; ¿Considera usted que ha generado una disminución de costo y tiempo en la producción de piña?</p> <p>Si es no; ¿Por qué no la implementado?</p>					
11	<p>¿Considera usted que satisface la demanda internacional con el volumen de su producción?</p> <p>Si es sí; ¿Cuánto asciende su producción mensual?</p> <p>Si es no; ¿Cuántas hectáreas considera usted necesario para tener una oferta exportable?</p>					
Subcategoría 2: Capital	Compuesta por los ítems del 12 al 17					
Indicador 1: Maquinaria	Compuesto por los ítems del 12 al 13					
12	<p>¿Cuenta usted con maquinaria agrícola sofisticada en la producción de la piña?</p> <p>Si es sí; ¿Cuál es? ¿En qué porcentaje ha mejorado en la producción?</p> <p>Si es no; ¿Cuándo fue la última vez que adquirió una maquinaria agrícola nueva?</p> <p>¿Considera usted difícil adquirir nueva maquinaria?</p>					
13	¿Puede indicar que maquinaria agrícola es la más importante? ¿Por qué?					
Indicador 2: Herramienta	Compuesto por el ítem 14					
14	<p>¿Utiliza usted más herramienta agrícola tradicional que agrícola moderna?</p> <p>Si es sí; ¿Cuánto tiempo toma labrar la tierra?</p> <p>Si es no; ¿Considera usted que el uso de herramientas</p>					

	tradicionales disminuye la productividad?					
Indicador 3: Infraestructura	Compuesta por los ítems del 15 al 17					
15	¿En los últimos cinco años, 2019 al 2013, adquirido nuevas hectáreas? Si es sí; ¿Fue financiado por capital propio o entidad financiera? Si es no; ¿Planifica adquirir nuevas hectáreas en un tiempo a corto plazo (2 años)?					
16	¿Cuál sería la inversión estimada de producción de piña desde su primera etapa hasta el final en una hectárea?					
17	¿Qué instrumentos y medios de financiamiento ha utilizado para adquirir su infraestructura? ¿Considera que es accesible obtener estos?					
Subcategoría 3: Trabajo	Compuesta por los ítems del 18 al 25					
Indicador 1: Experiencia Laboral	Compuesta por los ítems del 18 al 20					
18	¿Las personas que realizan el cultivo de piña son personas especializadas en la producción de la piña? Si es sí; ¿Cuántos años promedio tiene de experiencia? Si es no; ¿Qué habilidades considera importante que la experiencia laboral?					
19	¿Desarrolla su empresa todas sus actividades o terceriza? Si terceriza; ¿Qué actividades? Si no terceriza; ¿Consideraría la posibilidad de hacerlo? ¿Cuáles?					

20	¿Las personas a su cargo cuentan con experiencia en la agroexportación? Si es sí; ¿Sus trabajadores administrados han ofrecido ideas innovadoras para el mercado exterior?					
Indicador 2: Educación	Compuesta por los ítems del 21 al 22					
21	¿En su experiencia empresarial a tenido limitaciones en la comunicación en otros idiomas? Si es sí; ¿Qué impacto género en la negociación? Si es no; ¿Qué estrategias utiliza en la comunicación con sus clientes del exterior?					
22	¿Cómo influye el nivel educativo en el rendimiento laboral en la negociación?					
Indicador 3: Capacitación	Compuesta por los ítems del 23 al 25					
23	¿El personal de la empresa (incluido usted) se capacita constantemente en las tareas que desempeñan?					
24	¿Cómo influye las capacitaciones en el pendiente laboral?					
25	¿Con que frecuencia se realiza las capacitaciones en su organización? y ¿Cuáles son los temas que se desarrolla?					
Subcategoría 4: Habilidades empresariales	Compuesta por los ítems del 26 al 35					
Indicador 1: Capacidad Administrativa	Compuesta por los ítems del 26 al 29					
26	¿Ha utilizado alguna herramienta o técnica para planificar sus procesos y actividades? Si es sí; ¿Cuál utilizó y cómo? Si es no; ¿Cree usted que sería necesario implementar alguna, para lograr un					

	encaje entre sus productos y el mercado?					
27	¿Ha utilizado alguna herramienta o técnica para encontrar un potencial cliente? Si es sí; ¿Cuál utilizo? ¿Cómo? Si es no; ¿Qué sería necesario para conectar con un potencial cliente?					
28	¿De qué forma usted controla sus procesos de producción y/o venta?					
29	¿Cómo usted identifica las habilidades potenciales de sus trabajadores para otorgar el valor agregado de su producto? ¿Cómo mide los resultados de sus trabajadores?					
Indicador 2: Tomas de riesgo	Compuesta por los ítems del 30 al 32					
30	¿Qué nivel de dificultad tiene usted para comercializar sus productos en un cierre de negocio?					
31	¿Alguna vez la organización ha invertido en un mercado nuevo? Si es sí; ¿Cuál fue el monto de inversión? ¿Qué estrategias implemento para mitigar los riesgos? Si es no; ¿Por qué? Explique					
32	¿Alguna vez la empresa ha tenido dificultad con sus proveedores nacionales? Si es sí; ¿Cómo se enfrentó? ¿Qué estrategias implemento para que no suceda nuevamente?					
Indicador 3: Decisión de Negocio	Compuesta por los ítems del 33 al 35					
33	¿Qué métodos utiliza para atraer un potencial cliente del exterior?					
34	¿Ha formado algún tipo de alianza estratégica con otra empresa para exportar?					

	<p>Si es sí; ¿Qué tipo de alianza fue y cuáles fueron los resultados?</p> <p>Si es no; ¿Estaría dispuesto a desarrollar una alianza estratégica con alguna empresa para exportar?</p>					
35	<p>¿Qué estrategias ha implementado para la disminución de costos con sus proveedores?</p> <p>¿Considera importante fidelizar a sus proveedores?</p> <p>¿Por qué?</p>					

Firma de validador experto	
-----------------------------------	--

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA Nº 2
Variable 2

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	GUÍA DE ENTREVISTA					
Autor del Instrumento	Pilar Judith, Cabana Mariluz. Lisbeth Benoni, Ninavilca Arana.					
Variable 2:	MYPE exportadores de Piñas Golden de la Selva Central hacia el mercado de España.					
Definición Conceptual:	Según Parkin & Loria (2009) en su investigación de “Economía” explica que los bienes y servicios son los objetivos que la gente valora y produce para satisfacer las necesidades humanas. Se producen usando recursos productivos que los economistas lo conocen como factores de producción, que se divide en cuatro categorías: Recurso Natural, trabajo, capital y habilidades empresariales.					
Población:	MYPE exportadoras de piña Golden de la selva central en Junín					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Subcategoría 1: Situación actual de exportación MYPE en Junín	Compuesta por los ítems del 36 al 40					
Indicador 1: Exportaciones	Compuesta por los ítems del 36 al 37					
36	¿Qué tan importante son las exportaciones de piña para el desarrollo y crecimiento de las MYPE en Junín?					
37	¿Conoce a detalle los procesos y tramites de exportación? Si es sí; ¿Cuál es la limitación más grande en las exportaciones de piña? Si es no; ¿Ha necesitado de especialistas para exportar?					
Indicador 2:						

Desempeño exportador	Compuesta por los ítems del 38 al 40					
38	¿Qué medios utilizo para conectar a sus clientes actuales del exterior? ¿Qué recurso utiliza para mantenerlos?					
39	¿Conoce las causas que genero la disminución de exportación de Piña a nivel nacional en el año 2015? Si es sí; Explique los motivos. Si es no; ¿Qué puede generar la disminución de exportación de piña?					
40	¿Has aumentado tus ventas al exterior en los últimos años? Si es sí; ¿Cuál es tu mercado principal? Si es no; ¿Cuáles fueron las dificultades de tus ventas al exterior?					
Subcategoría 2: Situación actual MYPE exportadores de piñas Golden al mercado español.	Compuesta por los ítems del 41 al 45					
Indicador 1: El mercado de España	Compuesta por los ítems del 41 al 42					
41	¿Conoce usted el perfil del consumidor español? Si es sí; ¿Cuál es su principal característica? Si es no; ¿Considera usted atractivo el mercado español?					
42	¿Considera usted que el mercado español es accesible de ingresar? ¿Por qué?					
Indicador 2: Exportaciones a España	Compuesta por los ítems del 43 al 45					
43	¿Usted ha exportado al mercado de España?					

	Si es sí; ¿Qué canal de distribución a utilizado? ¿Por qué? Si es no; ¿Qué canal usted considera el más adecuado?					
44	¿Qué factor podría influenciar en los precios de la piña Golden en el mercado español?					
45	¿Qué estrategia de innovación utiliza con sus clientes internacionales?					

Firma de validador experto	
-----------------------------------	--

INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno () Externo <input checked="" type="checkbox"/> [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	Julca Otmano Alberto
Sexo:	Hombre <input checked="" type="checkbox"/> Mujer ()
Profesión:	Agronomo
Grado académico	Licenciado ¹ () Maestro () Doctor <input checked="" type="checkbox"/>
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 () De 11 a 15 () De 16 a 20 () De 21 a más <input checked="" type="checkbox"/>
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	Universidad Nacional Agraria La Molina
Cargo actual:	Profesor Principal
Área de especialización	Cultivos Tropicales
N° telefónico de contacto	975 19 8525 / 993 873713
Correo electrónico de contacto	Correo institucional: ajo@lamolina.edu.pe
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Por correo electrónico ()

Firma Validador Experto



¹ Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno () Externo (X) [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	LUIS TORRES DIAZ
Sexo:	Hombre (X) Mujer ()
Profesión:	INGENIERO INDUSTRIAL
Grado académico	Licenciado ¹ () Maestro (X) Doctor ()
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 () De 11 a 15 () De 16 a 20 () De 21 a más (X)
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	PROMPERÚ
Cargo actual:	PRESIDENTE EJECUTIVO
Área de especialización	PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES
N° telefónico de contacto	616 2400 (A: 247X)
Correo electrónico de contacto	Correo institucional: Torres@promperu.gob.pe
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono (X) Por correo electrónico ()


 Firma Validador Experto

¹ Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

ANEXO 3: Matriz de operacionalización de variables

Tabla N° 1
Operacionalización de la categoría 1

Categoría 1: Factores de producción que limitan la exportación de Piñas Golden de las MYPE en la Selva Central de Junín.		
Definición Conceptual: Según Parkin & Loria (2009) en su investigación de “Economía” explica que los bienes y servicios son los objetivos que la gente valora y produce para satisfacer las necesidades humanas. Se producen usando recursos productivos que los economistas lo conocen como factores de producción, que se divide en cuatro categorías: Recurso Natural, trabajo, capital y habilidades empresariales.		
Instrumento: Guía de entrevista		
Dimensiones	Indicadores	Ítems del instrumento
Recurso Natural	Indicador 1: Tierra	Compuesto por 2 preguntas: <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Reconoce usted el PH ideal que debe tener la tierra para la siembra la piña Golden? Si es sí; ¿Aplica algún insumo a la tierra? Si es no; ¿Considera que sería importante evaluar la tierra antes de la siembra? 2. ¿Cuáles características, considera usted que debe tener la tierra para la siembra de la piña?
	Indicador 2: Clima	Compuesto por 3 preguntas: <ol style="list-style-type: none"> 3. ¿Considera usted que la estacionalidad influye en la disponibilidad permanente de las piñas? Si es sí; ¿Defina usted la influencia de la estacionalidad en la oferta y la demanda? Si es no; ¿Por qué? 4. ¿Cuáles son los meses de mayor consumo de piña Golden? 5. ¿A qué nivel del mar realiza la siembra de piña? ¿Qué altura recomienda usted para un buen sabor y aspecto de la piña?
	Indicador 3: Calidad	Compuesto por 3 preguntas: <ol style="list-style-type: none"> 6. ¿Cuenta con algún proceso de control de calidad en sus productos y procesos? Si es sí; ¿Cómo lo desarrolla? Si es no; ¿Por qué? 7. ¿Ha negociado con algún certificado de piña Golden para el mercado europeo? Si es sí; ¿Cuáles son? ¿Por qué? Si es no; ¿Considera usted que es necesario aplicar certificado de calidad?

		<p>8. ¿Alguna vez su producto ha sido devuelto por observación de calidad? Si es sí; ¿Por qué? Si es no; ¿Qué estrategias ha implementado para evitar la devolución del producto?</p>
	Indicador 4: Rendimiento	<p>Compuesto por 3 preguntas:</p> <p>9. ¿Utiliza algún fertilizante en la etapa de producción de la piña? Si es sí, ¿En qué porcentaje considera que influye en el rendimiento de la tierra? ¿Son fertilizantes orgánicos? Si es no; ¿Por qué?</p> <p>10. ¿Se ha implementado la instalación de regadío en la etapa de producción de la piña? Si es sí; ¿Considera usted que ha generado una disminución de costo y tiempo en la producción de piña? Si es no; ¿Por qué no la implementado?</p> <p>11. ¿Considera usted que satisface la demanda internacional con el volumen de su producción? Si es sí; ¿Cuánto asciende su producción mensual? Si es no; ¿Cuántas hectáreas considera usted necesario para tener una oferta exportable?</p>
Capital	Indicador 1: Maquinaria	<p>Compuesto por 2 preguntas:</p> <p>12. ¿Cuenta usted con maquinaria agrícola sofisticada en la producción de la piña? Si es sí; ¿Cuál es? ¿En qué porcentaje ha mejorado en la producción? Si es no; ¿Cuándo fue la última vez que adquirió una maquinaria agrícola nueva? ¿Considera usted difícil adquirir nueva maquinaria?</p> <p>13. ¿Puede indicar que maquinaria agrícola es la más importante? ¿Por qué?</p>
	Indicador 2: Herramienta	<p>Compuesto por 1 pregunta:</p> <p>14. ¿Utiliza usted más herramienta agrícola tradicional que agrícola moderna? Si es sí; ¿Cuánto tiempo toma labrar la tierra? Si es no; ¿Considera usted que el uso de herramientas tradicionales disminuye la productividad?</p>

	Indicador 3: Infraestructura	<p>Compuesto por 3 preguntas:</p> <p>15. ¿En los últimos cinco años, 2019 al 2013, adquirido nuevas hectáreas? Si es sí; ¿Fue financiado por capital propio o entidad financiera? Si es no; ¿Planifica adquirir nuevas hectáreas en un tiempo a corto plazo (2 años)?</p> <p>16. ¿Cuál sería la inversión estimada de producción de piña desde su primera etapa hasta el final en una hectárea?</p> <p>17. ¿Qué instrumentos y medios de financiamiento ha utilizado para adquirir su infraestructura? ¿Considera que es accesible obtener estos?</p>
Trabajo	Indicador 1: Experiencia laboral	<p>Compuesto por 3 preguntas:</p> <p>18. ¿Las personas que realizan el cultivo de piña son personas especializadas en la producción de la piña? Si es sí; ¿Cuántos años promedio tiene de experiencia? Si es no; ¿Qué habilidades considera importante que la experiencia laboral?</p> <p>19. ¿Desarrolla su empresa todas sus actividades o terceriza? Si terceriza; ¿Qué actividades? Si no terceriza; ¿Consideraría la posibilidad de hacerlo? ¿Cuáles?</p> <p>20. ¿Las personas a su cargo cuentan con experiencia en la agroexportación? Si es sí; ¿Sus trabajadores administrados han ofrecido ideas innovadoras para el mercado exterior?</p>
	Indicador 2: Educación	<p>Compuesto por 2 preguntas:</p> <p>21. ¿Qué grado académico tienen las personas a su cargo?</p> <p>22. ¿Cómo influye el nivel educativo en el rendimiento laboral?</p>

	Indicador 3: Capacitación	<p>Compuesto por 3 preguntas:</p> <p>23. ¿El personal de la empresa (incluido usted) se capacita constantemente en las tareas que desempeñan?</p> <p>24. ¿Cómo influye las capacitaciones en el pendiente laboral?</p> <p>25. ¿Con que frecuencia se realiza las capacitaciones en su organización? y ¿Cuáles son los temas que se desarrolla?</p>
Habilidades empresariales	Indicador 1: Capacidad Administrativa	<p>Compuesto por 4 preguntas:</p> <p>26. ¿Ha utilizado alguna herramienta o técnica para planificar sus procesos y actividades? Si es sí; ¿Cuál utilizó y cómo? Si es no; ¿Cree usted que sería necesario implementar alguna, para lograr un encaje entre sus productos y el mercado?</p> <p>27. ¿Ha utilizado alguna herramienta o técnica para encontrar un potencial cliente? Si es sí; ¿Cuál utilizo? ¿Cómo? Si es no; ¿Qué sería necesario para conectar con un potencial cliente?</p> <p>28. ¿De qué forma usted controla sus procesos de producción y/o venta?</p> <p>29. ¿Cómo usted identifica las habilidades potenciales de sus trabajadores para otorgar el valor agregado de su producto? ¿Cómo mide los resultados de sus trabajadores?</p>
	Indicador 2: Tomas de riesgo	<p>Compuesto por 3 preguntas:</p> <p>30. ¿Qué nivel de dificultad tiene usted para comercializar sus productos en un cierre de negocio?</p> <p>31. ¿Alguna vez la organización ha invertido en un mercado nuevo? Si es sí; ¿Cuál fue el monto de inversión? ¿Qué estrategias implemento para mitigar los riesgos? Si es no; ¿Por qué? Explique</p> <p>32. ¿Alguna vez la empresa ha tenido dificultad con sus proveedores nacionales? Si es sí; ¿Cómo se enfrentó? ¿Qué estrategias implemento para que no suceda nuevamente?</p>

	<p>Indicador 3: Decisión de Negocio</p>	<p>Compuesto por 3 preguntas:</p> <p>33. ¿Qué métodos utiliza para atraer un potencial cliente del exterior?</p> <p>34. ¿Ha formado algún tipo de alianza estratégica con otra empresa para exportar? Si es sí; ¿Qué tipo de alianza fue y cuáles fueron los resultados? Si es no; ¿Estaría dispuesto a desarrollar una alianza estratégica con alguna empresa para exportar?</p> <p>35. ¿Qué estrategias ha implementado para la disminución de costos con sus proveedores? ¿Considera importante fidelizar a sus proveedores? ¿Por qué?</p>
--	--	--

Tabla N° 2
Operacionalización de la categoría 2

Categoría 2: MYPE exportadores de Piñas Golden de la Selva Central hacia el mercado de España.		
Definición Conceptual: Según Parkin & Loria (2009) en su investigación de “Economía” explica que los bienes y servicios son los objetivos que la gente valora y produce para satisfacer las necesidades humanas. Se producen usando recursos productivos que los economistas lo conocen como factores de producción, que se divide en cuatro categorías: Tierra, trabajo, capital y habilidades empresariales.		
Instrumento: Guía de entrevista		
Dimensiones	Indicadores (Definición Operacional)	Ítems del instrumento
Situación actual de exportación MYPE en Junín	Indicador 1: Exportaciones	Compuesto por 2 preguntas: 36. ¿Qué tan importante son las exportaciones de piña para el desarrollo y crecimiento de las MYPE en Junín? 37. ¿Conoce a detalle los procesos y tramites de exportación? Si es sí; ¿Cuál es la limitación más grande en las exportaciones de piña? Si es no; ¿Ha necesitado de especialistas para exportar?
	Indicador 2: Desempeño exportador	Compuesto por 3 preguntas: 38. ¿Qué medios utilizo para conectar a sus clientes actuales del exterior? ¿Qué recurso utiliza para mantenerlos? 39. ¿Conoce las causas que genero la disminución de exportación de Piña a nivel nacional en el año 2015? Si es sí; Explique los motivos. Si es no; ¿Qué puede generar la disminución de exportación de piña? 40. ¿Has aumentado tus ventas al exterior en los últimos años? Si es sí; ¿Cuál es tu mercado principal? Si es no; ¿Cuáles fueron las dificultades de tus ventas al exterior?
Situación actual MYPE exportadores de piñas Golden al mercado español.	Indicador 1: El mercado de España	Compuesto por 2 preguntas: 41. ¿Conoce usted el perfil del consumidor español? Si es sí; ¿Cuál es su principal característica? Si es no; ¿Considera usted atractivo el mercado español?

		<p>42. ¿Considera usted que el mercado español es accesible de ingresar? ¿Por qué?</p>
	<p>Indicador 2: Exportaciones a España</p>	<p>Compuesto por 3 preguntas:</p> <p>43. ¿Usted a exportador al mercado de España? Si es sí; ¿Qué canal de distribución a utilizado? ¿Por qué? Si es no; ¿Qué canal usted considera el más adecuado?</p> <p>44. ¿Qué factor podría influenciar en los precios de la piña Golden en el mercado español?</p> <p>45. ¿Qué estrategia de innovación utiliza con sus clientes internacionales?</p>

ANEXO 4: Instrumento de recopilación de datos
INSTRUMENTO DE RECOPIACIÓN DE DATOS

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS REPRESENTANTES DE LAS EMPRESAS
EXPORTADORAS MYPE DE PIÑAS EN LA SELVA CENTRAL DE JUNÍN**

La presente encuesta tiene como objetivo recoger información de su representada, la cual será tomada como información de valor para ser analizada en la presente investigación y posteriormente sustentar la tesis de grado que lleva como título "Factores de producción que limitan la Exportación de piñas Golden de las MYPE en la Selva Central de Junín hacia el Mercado de España". **Cabe resaltar que sus datos e información proporcionada será tratada absolutamente confidencial y anónima.** Por lo que se requiere de su gentil colaboración, para contestar con la mayor veracidad y libertad posible.

Agradezco anticipadamente su valiosa participación en la presente investigación y muchas gracias por el tiempo brindado.

Instrucciones:

- a) Lea detenidamente cada una de las preguntas
- b) Marque con un aspa (x) la(s) alternativa(s) más apropiada(s) según su criterio, o escriba con letra legible según sea el caso.

1. ¿Cuántos años de creación tiene su empresa?

- a. Entre 1 y 5 ()
- b. Entre 6 y 10 ()
- c. De 10 a más ()

2. Su empresa es MYPE:

- a. No ()
- b. SI ()

3. ¿A qué rubro pertenece su empresa?

- a. Producción ()
- b. Comercialización ()
- c. Otro (_____)

4. ¿Cuál es la estructura legal de su organización?

- a. Asociación
- b. Cooperativa
- c. Empresa privada
- d. Otro (_____)

5. ¿Cuántas hectáreas cuenta?

- a. 0 ()
- b. 1 al 5 ()
- c. 6 a 10 ()
- d. 11 a más ()

6. ¿Cuánto personal labora en su empresa?

- a. Entre 5 y 10 ()
- b. Entre 11 y 20 ()

c. De 21 a más ()

7. Su empresa, ¿ha exportado alguna vez al mercado español?

a. Si ()

b. No ()

8. ¿Hace cuántos años su empresa hizo su primera exportación?

a. Entre 1 y 5 ()

b. Entre 6 y 10 ()

c. De 10 a más ()

9. Su empresa, ¿tiene deseos de continuar o involucrarse de manera regular en el sector exportaciones?

a. Si ()

b. No ()

INSTRUMENTO DE RECOPIACIÓN DE DATOS

Guía de Entrevista aplicada a los representantes de las empresas exportadoras MYPE de piñas en la Selva Central de Junín

Autor del Instrumento			Pilar Judith, Cabana Mariluz. Lisbeth Benoni, Ninavilca Arana.		
Técnica de recolección de datos			Entrevista a profundidad		
Entrevistador			Entrevistado		
Fecha		Hora		Lugar	
Categoría:			Factores de producción que limitan la exportación de Piñas Golden de las MYPE en la Selva Central de Junín.		
Subcategoría 1: Recurso Natural					
Indicador 1: Tierra					
46. ¿Reconoce usted el PH ideal que debe tener la tierra para la siembra la piña Golden? Si es sí; ¿Aplica algún insumo a la tierra? Si es no; ¿Considera que sería importante evaluar la tierra antes de la siembra?					
47. ¿Cuáles características, considera usted que debe tener la tierra para la siembra de la piña?					
Indicador 2: Clima					
48. ¿Considera usted que la estacionalidad influye en la disponibilidad permanente de las piñas? Si es sí; ¿Defina usted la influencia de la estacionalidad en la oferta y la demanda? Si es no; ¿Por qué?					
49. ¿Cuáles son los meses de mayor consumo de piña Golden?					
50. ¿A qué nivel del mar realiza la siembra de piña? ¿Qué altura recomienda usted para un buen sabor y aspecto de la piña?					
Indicador 3: Calidad					
51. ¿Cuenta con algún proceso de control de calidad en sus productos y procesos? Si es sí; ¿Cómo lo desarrolla? Si es no; ¿Por qué?					
52. ¿Ha negociado con algún certificado de piña Golden para el mercado europeo? Si es sí; ¿Cuáles son? ¿Por qué? Si es no; ¿Considera usted que es necesario aplicar certificado de calidad?					
53. ¿Alguna vez su producto ha sido devuelto por observación de calidad? Si es sí; ¿Por qué? Si es no; ¿Qué estrategias ha implementado para evitar la devolución del producto?					
Indicador 4: Rendimiento					
54. ¿Utiliza algún fertilizante en la etapa de producción de la piña? Si es sí, ¿En qué porcentaje considera que influye en el rendimiento de la tierra? ¿Son fertilizantes orgánicos? Si es no; ¿Por qué?					
55. ¿Se ha implementado la instalación de regadío en la etapa de producción de la piña? Si es sí; ¿Considera usted que ha generado una disminución de costo y tiempo en la producción de piña?					

Si es no; ¿Por qué no la implementado?
56. ¿Considera usted que satisface la demanda internacional con el volumen de su producción? Si es sí; ¿Cuánto asciende su producción mensual? Si es no; ¿Cuántas hectáreas considera usted necesario para tener una oferta exportable?
Subcategoría 2: Capital
Indicador 1: Maquinaria
57. ¿Cuenta usted con maquinaria agrícola sofisticada en la producción de la piña? Si es sí; ¿Cuál es? ¿En qué porcentaje ha mejorado en la producción? Si es no; ¿Cuándo fue la última vez que adquirió una maquinaria agrícola nueva? ¿Considera usted difícil adquirir nueva maquinaria?
58. ¿Puede indicar que maquinaria agrícola es la más importante? ¿Por qué?
Indicador 2: Herramienta
59. ¿Utiliza usted más herramienta agrícola tradicional que agrícola moderna? Si es sí; ¿Cuánto tiempo toma labrar la tierra? Si es no; ¿Considera usted que el uso de herramientas tradicionales disminuye la productividad?
Indicador 3: Infraestructura
60. ¿En los últimos cinco años, 2019 al 2013, adquirido nuevas hectáreas? Si es sí; ¿Fue financiado por capital propio o entidad financiera? Si es no; ¿Planifica adquirir nuevas hectáreas en un tiempo a corto plazo (2 años)?
61. ¿Cuál sería la inversión estimada de producción de piña desde su primera etapa hasta el final en una hectárea?
62. ¿Qué instrumentos y medios de financiamiento ha utilizado para adquirir su infraestructura? ¿Considera que es accesible obtener estos?
63. ¿Las personas que realizan el cultivo de piña son personas especializadas en la producción de la piña? Si es sí; ¿Cuántos años promedio tiene de experiencia? Si es no; ¿Qué habilidades considera importante que la experiencia laboral?
Subcategoría 3: Trabajo
Indicador 1: Experiencia laboral
64. ¿Desarrolla su empresa todas sus actividades o terceriza? Si terceriza; ¿Qué actividades? Si no terceriza; ¿Consideraría la posibilidad de hacerlo? ¿Cuáles?
65. ¿Las personas a su cargo cuentan con experiencia en la agroexportación? Si es sí; ¿Sus trabajadores administrados han ofrecido ideas innovadoras para el mercado exterior?
Indicador 2: Educación
66. ¿En su experiencia empresarial ha tenido limitaciones en la comunicación en otros idiomas? Si es sí; ¿Qué impacto género en la negociación? Si es no; ¿Qué estrategias utiliza a en la comunicación con sus clientes del exterior?

67. ¿Cómo influye el nivel educativo en el rendimiento laboral en la negociación?
Indicador 3: Capacitación
68. ¿El personal de la empresa (incluido usted) se capacita constantemente en las tareas que desempeñan?
69. ¿Cómo influye las capacitaciones en el pendiente laboral?
70. ¿Con que frecuencia se realiza las capacitaciones en su organización? y ¿Cuáles son los temas que se desarrolla?
Subcategoría 4: Habilidades empresariales
Indicador 1: Capacidad Administrativa
71. ¿Ha utilizado alguna herramienta o técnica para planificar sus procesos y actividades? Si es sí; ¿Cuál utilizó y cómo? Si es no; ¿Cree usted que sería necesario implementar alguna, para lograr un encaje entre sus productos y el mercado?
72. ¿Ha utilizado alguna herramienta o técnica para encontrar un potencial cliente? Si es sí; ¿Cuál utilizo? ¿Cómo? Si es no; ¿Qué sería necesario para conectar con un potencial cliente?
73. ¿De qué forma usted controla sus procesos de producción y/o venta?
74. ¿Cómo usted identifica las habilidades potenciales de sus trabajadores para otorgar el valor agregado de su producto? ¿Cómo mide los resultados de sus trabajadores?
Indicador 2: Tomas de riesgo
75. ¿Qué nivel de dificultad tiene usted para comercializar sus productos en un cierre de negocio?
76. ¿Alguna vez la organización ha invertido en un mercado nuevo? Si es sí; ¿Cuál fue el monto de inversión? ¿Qué estrategias implemento para mitigar los riesgos? Si es no; ¿Por qué? Explique
77. ¿Alguna vez la empresa ha tenido dificultad con sus proveedores nacionales? Si es sí; ¿Cómo se enfrentó? ¿Qué estrategias implemento para que no suceda nuevamente?
Indicador 3: Decisión de Negocio
78. ¿Qué métodos utiliza para atraer un potencial cliente del exterior?
79. ¿Ha formado algún tipo de alianza estratégica con otra empresa para exportar? Si es sí; ¿Qué tipo de alianza fue y cuáles fueron los resultados? Si es no; ¿Estaría dispuesto a desarrollar una alianza estratégica con alguna empresa para exportar?
80. ¿Qué estrategias ha implementado para la disminución de costos con sus proveedores? ¿Considera importante fidelizar a sus proveedores? ¿Por qué?

INSTRUMENTO DE RECOPIACIÓN DE DATOS

Guía de Entrevista aplicada a los representantes de las empresas exportadoras MYPE de piñas en la Selva Central de Junín

Autor del Instrumento			Pilar Judith, Cabana Mariluz. Lisbeth Benoni, Ninavilca Arana.		
Técnica de recolección de datos			Entrevista a profundidad		
Entrevistador			Entrevistado		
Fecha		Hora		Lugar	
Categoría:			MYPE exportadores de Piñas Golden de la Selva Central hacia el mercado de España.		
Subcategoría 1: Situación actual de exportación MYPE en Junín.					
Indicador 1: Exportaciones					
81. ¿Qué tan importante son las exportaciones de piña para el desarrollo y crecimiento de las MYPE en Junín?					
82. ¿Conoce a detalle los procesos y tramites de exportación? Si es sí; ¿Cuál es la limitación más grande en las exportaciones de piña? Si es no; ¿Ha necesitado de especialistas para exportar?					
Indicador 2: Desempeño exportador					
83. ¿Qué medios utilizo para conectar a sus clientes actuales del exterior? ¿Qué recurso utiliza para mantenerlos?					
84. ¿Conoce las causas que genero la disminución de exportación de Piña a nivel nacional en el año 2015? Si es sí; Explique los motivos. Si es no; ¿Qué puede generar la disminución de exportación de piña?					
85. ¿Has aumentado tus ventas al exterior en los últimos años? Si es sí; ¿Cuál es tu mercado principal? Si es no; ¿Cuáles fueron las dificultades de tus ventas al exterior?					
Subcategoría 2: Situación actual MYPE exportadores de piñas Golden al mercado español.					
Indicador 1: El mercado de España					
86. ¿Conoce usted el perfil del consumidor español? Si es sí; ¿Qué perfil tiene el consumidor español? Si es no; ¿Considera usted atractivo el mercado español?					
87. ¿Considera usted que el mercado español es accesible de ingresar? ¿Por qué?					
Indicador 2: Exportaciones a España					
88. ¿Usted a exportador al mercado de España? Si es sí; ¿Qué canal de distribución a utilizado? ¿Por qué? Si es no; ¿Qué canal usted considera el más adecuado?					
89. ¿Qué factor podría influenciar en los precios de la piña Golden en el mercado español?					
90. ¿Qué estrategia de innovación utiliza con sus clientes internacionales?					

ANEXO 5: Constancia de consentimiento informado acceso público - Sol Products S.A.C

 USMP SAN MARTIN DE PORRES	Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos	 ACBSP GLOBAL BUSINESS ACCREDITATION	 EUROPEAN COUNCIL FOR BUSINESS EDUCATION	 ACSUC AGENCIA PERUANA DE CALIDAD DE SERVICIOS EDUCACIONALES
---	---	--	--	--

CONSTANCIA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO DE ACCESO PÚBLICO

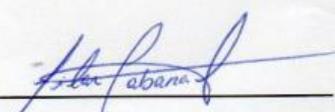
Por medio de la presente, informamos que la empresa **Sol Products S.A.C.**, autoriza a las bachilleres Lisbeth Benoni Ninavilca Arana y Pilar Judith Cabana Mariluz, de la Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales, de la Universidad de San Martín de Porres, hacer uso de la información que a continuación se detalla, con el consentimiento de la institución, para el desarrollo de su proyecto de investigación, la cual lleva por título: Factores de Producción que Limitan la Exportación de Piñas Golden hacia el Mercado de España.

1. Factores de producción recurso natural, trabajo, capital y habilidades empresariales.
2. Situación actual de las mypes exportadoras de Junín.
3. Situación actual de la exportación de piñas Golden al mercado de España.

Dicha información, se recopilará en el Trabajo de Campo para posteriormente ser registrada en su Investigación con fines netamente académicos.

Se expide la presente **CONSTANCIA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO**, a solicitud del interesado (a), para los fines que estime conveniente.

Mazamari, 16 de diciembre del 2019.

 _____ Lisbeth Benoni Ninavilca Arana	 Sol Products S.A. Pither Galindo Garcia General Manager _____ EMPRESA
 _____ Pilar Judith Cabana Mariluz	

ANEXO 6: Constancia de consentimiento informado acceso público - FRUNATURE PERÚ S.A.C



CONSTANCIA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO DE ACCESO PÚBLICO

Por medio de la presente, informamos que la empresa **Frunature Peru S.A.C.**, autoriza a las bachilleres Lisbeth Benoni Ninavilca Arana y Pilar Judith Cabana Mariluz, de la Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales, de la Universidad de San Martín de Porres, hacer uso de la información que a continuación se detalla, con el consentimiento de la institución, para el desarrollo de su proyecto de investigación, la cual lleva por título: Factores de Producción que Limitan la Exportación de Piñas Golden hacia el Mercado de España.

1. Factores de producción recurso natural, trabajo, capital y habilidades empresariales.
2. Situación actual de las mypes exportadoras de Junín.
3. Situación actual de la exportación de piñas Golden al mercado de España.

Dicha información, se recopilará en el Trabajo de Campo para posteriormente ser registrada en su Investigación con fines netamente académicos.

Se expide la presente **CONSTANCIA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO**, a solicitud del interesado (a), para los fines que estime conveniente.

Pangoa, 16 de diciembre del 2019

Lisbeth Benoni Ninavilca Arana

FRUNATURE PERU S.A.C

Cesar R. Pérez Cueitar
GERENTE GENERAL
EMPRESA

Pilar Judith Cabana Mariluz

ANEXO 7: Constancia de consentimiento informado acceso público – LUCKY FRUIT S.A.C



CONSTANCIA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO DE ACCESO PÚBLICO

Por medio de la presente, informamos que la empresa **Lucky Fruit S.A.C.**, autoriza a las bachilleres Lisbeth Benoni Ninavilca Arana y Pilar Judith Cabana Mariluz, de la Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales, de la Universidad de San Martín de Porres, hacer uso de la información que a continuación se detalla, con el consentimiento de la institución, para el desarrollo de su proyecto de investigación, la cual lleva por título: Factores de Producción que Limitan la Exportación de Piñas Golden hacia el Mercado de España.

1. Factores de producción recurso natural, trabajo, capital y habilidades empresariales.
2. Situación actual de las mypes exportadoras de Junín.
3. Situación actual de la exportación de piñas Golden al mercado de España.

Dicha información, se recopilará en el Trabajo de Campo para posteriormente ser registrada en su Investigación con fines netamente académicos.

Se expide la presente **CONSTANCIA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO**, a solicitud del interesado (a), para los fines que estime conveniente.

Pangoa, 16 de diciembre del 2019

Lisbeth Benoni Ninavilca Arana

JOHN FREDY RODRÍGUEZ MAZA
DIRECCIÓN GENERAL
LUCKY FRUIT S.A.C.
EMPRESA

Pilar Judith Cabana Mariluz

ANEXO 8: Lista de empresas exportadoras de piña desde 2015 al 2019 a nivel internacional.

N°	RAZÓN SOCIAL	N° RUC	UBICACIÓN	PRODUCCIÓN/ COMERCIALIZACIÓN DE PIÑA FRESCA
1	FRUNATURE PERU S.A.C	20600211022	JUNIN	SI
2	LUCKY FRUIT S.A.C.	20602293361	JUNÍN	SI
3	SOL PRODUCTS S.A.	20602266541	JUNÍN	SI
4	INVERSIONES MAELKI E.I.R.L.	20601047145	ANCASH	SI
5	PROCESADORA AGROINDUSTRIAL LA JOYA S.A.C.	20456174834	AREQUIPA	SI
6	PRONATUR S.A.C	20395379233	LAMBAYEQUE	SI
7	CATALANA TRADING SAC	20600542771	LIMA	SI
8	CORPORACION NAWI TAAPAY S.A.C.	20538753948	LIMA	SI
9	FRUTPERU BUSINESS S.A.C.	20554840311	LIMA	SI
10	FUSION FOODS S.A.C.	20565443993	LIMA	SI
11	KION EXPORT S.A.C.	20516791722	LIMA	SI
12	NUTRIFAM TRADING & MORE PERU E.I.R.L.	20602884555	LIMA	SI
13	ORGANIC PERUVIAN FOODS S.A.C	20562975706	LIMA	SI
14	RTE FRESH S.A.C.	20550111251	LIMA	SI
15	WAYU PERU S.A.C	20604487791	LIMA	SI
16	AGROEXPORTACIONES MACHU PICCHU S.R.L.	20526442165	PIURA	SI
17	AGROEXPORTACIONES TROPICALES S.A.C.	20554572805	PIURA	SI
18	DOLMAR REPRESENTACIONES S.A.C	20511448647	PIURA	SI
19	AGRONEGOCIOS INTERNACIONALES JOSE S.R.L.	20532845158	TACNA	SI
20	APOLO SERVICE E I R L	20101392954	CALLAO	NO
21	AGROSELVA S.A.C	20486425602	JUNÍN	NO
22	GREENBOX S.A.C.	20568075278	JUNÍN	NO
23	AGRO ANDINO S.R.L.	20513346396	LIMA	NO
24	AMAZONIA FOOD S.A.C.	20601376998	LIMA	NO
25	BIO FRUTOS S.A.C.	20555013435	LIMA	NO
26	MONDO IMPRENDITORE S.A.C.	20554700901	LIMA	NO
27	NUTRY BODY S.A.C	20509295663	LIMA	NO
28	SABAS ATOCHE ESTEBAN	10257796731	LIMA	NO
29	SANTA CECILIA DEL SUR S.A.C.	20515347195	LIMA	NO
30	VILLA ANDINA S.A.C	20515405900	LIMA	NO
31	VITALLANOS PERU S.A.C.	20492590691	LIMA	NO

Fuente: Superintendencia Nacional Tributaria y Aduanas - SUNAT (2019).
Elaboración: Propia.

ANEXO 9: Evidencias

Fotografía N° 1. Entrevistadoras en la empresa Frunature Perú S.A.C, San Ramon de Pangoa – Junín



Fotografía N° 2. Oficina de la empresa Frunature y la entrevistadora Ninavilca, San Ramon de Pangoa – Junín



Fotografía N°3. Oficina de la empresa Frunature Perú S.A.C y la entrevistadora Cabana, San Ramon de Pangoa – Junín



Fotografía N°4. Campo de cultivo de piña de la empresa Frunature Perú S.A.C., San Ramon de Pangoa – Junín



Fotografía N°5. Entrevista con el Gerente General de Frunature Perú S.A.C., señor Edgar Sáenz Centeno.



Fotografía N°6. Oficina de la empresa Sol Products Perú S.A.C – Junín, Mazamari – Junín



Fotografía N°7. Entrevista con el Gerente General de la empresa Sol Products Perú S.A.C., señor Pither Galindo García, Mazamari – Junín



Fotografía N°8. Tienda de la empresa Lucky Fruit S.A.C – Junín, Satipo



Fotografía N°9. Oficina de la empresa Lucky Fruit S.A.C – Junín, Satipo

