UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Factores internos que limitan la exportación de miel de abeja: Caso Asociación El Dulce Amazónico de la Peca, Bagua, 2016

Tesis que presentan:

Bach.: ACUÑA TORRES VIVIANA ELISETH

Bach.: CALDERÓN FERNÁNDEZ ANGELA MERCEDES

Para obtener el título profesional de

LICENCIADA EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Lambayeque – Perú

Octubre– 2018

FACTORES INTERNOS QUE LIMITAN LA EXPORTACIÓN DE MIEL DE ABEJA: CASO ASOCIACIÓN EL DULCE AMAZÓNICO DE LA PECA, BAGUA, 2016

Decreto de sustentación N° 148-2018-U.I. -FACEAC

De fecha. 21 de diciembre de 2018

ACUÑA TORRES VIVIANA ELISETH
BACHILLER

CALDERÓN FERNÁNDEZ ANGELA MERCEDES
BACHILLER

ECON. GARCIA MESTA VICTOR MANUEL
ASESOR

Presentada para obtener el título profesional de Licenciada en Comercio y Negocios Internacionales

Aprobado por el jurado:

Lic. RIOS VILLACORTA ADRIEL
PRESIDENTE

Lic. CAPRISTÁN CAMPOS MARCO
SECRETARIO

Econ. YESQUEN ZAPATA PEDRO
VOCAL

Dedicatoria

A Dios

Por cuidarme cada día y ayudarme a enfrentar
con fortaleza las adversidades y obstáculos de la vida.

A mi madre y mi padre

Griselda Torres y Andrés Acuña
por su amor, apoyo y enseñanza en valores
que han hecho de mí una persona correcta.

A mis hermanos

Leodan, Duberly e Iván,
quienes con sus consejos me guían
a ser una mejor persona y mejor profesional,
en especial a Duberly,
persona importante en este logro, quien me
brinda su apoyo, acompaña y confía siempre en mí.

A mis maestros

Por sus enseñanzas y experiencias
brindados para mi formación universitaria.

Viviana Eliseth Acuña Torres

A Dios.

Por haberme permitido llegar hasta este punto y
haberme dado salud para lograr mis objetivos,
además de su infinita bondad y amor.

A mi tía Rosario Fernández.

Por ser el ejemplo de una segunda madre,
por su cariño y apoyo incondicional.

A mis familiares.

A mis Padres, tíos y abuelos maternos, por haberme
apoyado en todo momento, por sus consejos,
sus valores, por la motivación constante que me ha
permitido ser una persona de bien.

A mis maestros.

Por las enseñanzas que recibí en aulas para el
desarrollo de mi vida profesional.

Angela Mercedes Calderón Fernández

Agradecimientos

Agradecemos especialmente a todas las personas que nos motivaron y ayudaron para la culminación de esta investigación universitaria, en primer lugar a los apicultores integrantes de la Asociación El Dulce Amazónico de la Peca del distrito de Bagua en el departamento de Amazonas, quienes nos brindaron su tiempo y trataron con amabilidad y respeto, compartiendo sus conocimientos sobre la producción y comercialización de la miel de abeja; especialmente a su presidenta Luz Vásquez Suarez, quien nos apoyó y brindó información documentaria sobre las asociación.

A nuestro maestro y asesor de tesis Víctor Manuel García Mesta, por apoyarnos y brindarnos su tiempo y conocimientos para la culminación de nuestra investigación, también agradecer a nuestros maestros, por sus enseñanzas durante nuestra etapa universitaria.

Finalmente, a nuestros familiares y amigos, quienes nos apoyaron y motivaron a culminar este trabajo investigativo.

AUTORES

Índice general

1. CAPÍTULO I: OBJETO DE ESTUDIO 2
1.1. Situación Problemática 2
1.2. Formulación del problema 4
1.2.1. Problema general. 4
1.2.2. Problemas específicos. 5
1.3. Objetivos 5
1.3.1. Objetivo general: 5
1.3.2. Objetivos específicos: 5
1.4. Justificación 5
1.5. Limitaciones 6
1.6. Viabilidad del estudio 6
2. CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO 7
2.1. Antecedentes 7
2.1.1. Internacionales 7
2.1.2. Nacionales 11
2.2. Base teórica 14
2.2.1. Factor asociatividad 14
2.2.2. Factor producción 15
2.2.3. Factor económico 16
2.2.4. Evaluación de los factores internos limitantes de la exportación 16
2.2.5. Factor Exportación 19
2.2.6. Evaluación de los factores externos para la Exportación de miel 24
2.3. Variables y Operacionalización 24
2.4. Hipótesis 26
3. CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO 27
3.1. Tipo de la investigación 27

3.2. Diseño de la investigación 27
3.3. Población y Muestra 27
3.4. Recolección de datos 28
3.5. Análisis de los datos 28
4. CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN 29
4.1. Análisis de los resultados 29
4.1.1. Factores internos 29
4.1.2. Exportación de Miel 55
4.1.3. Exportación de miel de abeja para el mercado de Estados Unidos. 59
4.2. Discusión de resultados 66
5. LINEAMIENTOS ESTRATEGICOS 70
6. CONCLUSIONES 74
7. RECOMENDACIONES 75
8. REFERENCIAS 76
9. ANEXOS 82

Índice de tablas

Tabla 1 Operacionalización de las variables 25
Tabla 2 Datos generales del factor asociatividad 29
Tabla 3 Valor máximo, mínimo, rango y amplitud de intervalo 29
Tabla 4 Valoración del factor asociatividad 30
Tabla 5 Resultados de la dimensión asociatividad 30
Tabla 6 Datos generales a valorar para el indicador confianza 31
Tabla 7 Valor máximo, mínimo, rango y amplitud de intervalo 31
Tabla 8 Valoración del indicador confianza 32
Tabla 9 Resultados del indicador confianza 32
Tabla 10 Datos generales a valorar para el indicador participación 33
Tabla 11 Valor máximo, Mínimo, Rango y amplitud de intervalo 33
Tabla 12 Valoración del Indicador participación 33

Tabla 13 Resultados del Indicador Participación 34
Tabla 14 Datos generales a valorar para el indicador información 35
Tabla 15 Valor máximo, Mínimo, Rango y amplitud de intervalo 35
Tabla 16 Valoración del indicador información 35
Tabla 17 Resultados del indicador información 36
Tabla 18 Número de colmenas 37
Tabla 19 Rendimiento de miel por colmena en Kg 37
Tabla 20 Capacidad de producción de miel de abeja al año. 38
Tabla 21 Costo de la cosecha de miel por colmena (S/) 39
Tabla 22 Número de cajas por colmena 40
Tabla 23 Costos por caja 40
Tabla 24 Tiempo de vida de la caja 41
Tabla 25 Número de trabajadores por cosecha 42
Tabla 26 Salario promedio por trabajador 43
Tabla 27 Ceras utilizadas por colmena (Kg) 44
Tabla 28 Costo de la cera por colmena 44
Tabla 29 Otros insumos y costos empleados 45
Tabla 30 ¿Qué maquinaria utiliza para su cosecha? 45
Tabla 31 La maquinaria que utiliza para su cosecha es: propia o alquilada 46
Tabla 32 Costo de alquiler de la centrifuga. 46
Tabla 33 Tipo de abejas utilizadas para la producción. 47
Tabla 34 ¿Usan químicos en la producción de la miel? 47
Tabla 35 ¿ Ha presentado alguna plaga en el apiario? 48
Tabla 36 Realiza alguna prevención para evitar la presencia de enfermedades en su apiario 49
Tabla 37 ¿En qué mes se inician las cosechas de miel de abeja? 49
Tabla 38 Número de cosechas al año 50
Tabla 39 Años de experiencia en la actividad apícola 51
Tabla 40 Precio de venta por kilo de miel 52
Tabla 41 Margen de ganancia por kilogramo de miel vendida. 52
Tabla 42 ¿ Ha solicitado un crédito para invertir en la producción de miel de abeja..... 53
Tabla 43 ¿Qué porcentaje de sus utilidad obtenido por la venta de la miel reinvierte para la producción? 54

Tabla 44 Principales mercados importadores de miel natural – Valor CIF USD (2013-2015) 55
Tabla 45 Principales mercados exportadores de miel natural – Valor FOB USD (2013-2015) 56
Tabla 46 Valor promedio FOB USD (2013-2015) 57
Tabla 47 Evaluación del factor exportación de miel 58
Tabla 48 Descripción de la miel de abeja 59
Tabla 49 Arancel base de la miel natural establecido por Estados Unidos 59
Tabla 50 Exportación de miel de abeja a Estados Unidos subpartida nacional 0409009000 65
Tabla 51 Sexo de los socios 88
Tabla 52 Lugar de procedencia de los socios. 89
Tabla 53 Edad de los Integrantes de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la PECA 90

Índice de figuras

Figura 1. Resultados de la dimensión asociatividad 30
Figura 2. Resultados del indicador Confianza 32
Figura 3. Resultados del indicador participación 34
Figura 4. Resultados del indicador información 36
Figura 5. Número de colmenas 37
Figura 6. Rendimiento en kilogramos por colmena 38
Figura 7: Costo de la cosecha de miel por colmena en soles 39
Figura 8. Número de cajas por colmena 40
Figura 9. Costos por caja 41
Figura 10. Tiempo de vida de la caja 42
Figura 11. Número de trabajadores por cosecha 43
Figura 12. Salario promedio por trabajador 43
Figura 13. Ceras por colmena en Kg 44
Figura 14. Costo de la cera por colmena 45
Figura 15. Máquina que utilizada para su cosecha 46
Figura 16. La maquinaria que utiliza para su cosecha es: propia o alquilada 46
Figura 17. Costo de alquiler de la centrifuga. 47
Figura 18. Usan químicos en la producción de la miel 48

Figura 19. ¿Ha presentado alguna plaga en el apiario? 48
Figura 20: Realiza alguna prevención para evitar la presencia de enfermedades en su apiario 49
Figura 21. Inicio y termino de la cosecha de miel de abeja 50
Figura 22. Número de cosechas realizadas al año 50
Figura 23. Años de experiencia de los integrantes de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la PECA 51
Figura 24. Precio de venta por kilo de miel..... 52
Figura 25. Margen de ganancia por kilogramo de miel vendida 53
Figura 26. Solicitud de créditos..... 53
Figura 27. Porcentaje de ingresos por venta de miel, reinvertidos en la producción de miel de abeja. 54
Figura 28. Participación en el mercado de los Principales países importadores de miel natural 55
Figura 29. Mercadores exportadores de miel natural 56
Figura 30. Valor Promedio FOB USD (2013 - 2015) 57
Figura 31. Etiquetado de productos. 63
Figura 32. Exportación de miel de abeja. Fuente: SUNAT..... 65
Figura 34. Sexo de los asociados..... 88
Figura 35. Lugar de procedencia de los socios..... 89
Figura 36. Edad de los Integrantes de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la PECA 90
Figura 37. Visita a la comunidad campesina La Peca-Bagua-Amazonas 91
Figura 38. Asociación de apicultores “El dulce Amazónico de la Peca” 91
Figura 39. Indumentaria usada para el ingreso a colmenas..... 92
Figura 40. Visita guiada a las colmenas de un apicultor 92
Figura 41. Entrevista a la señorita Luz Vásquez Suarez -Presidenta de la asociación.. 93
Figura 42. Las investigadoras junto a la presidenta de la asociación 93
Figura 43. Conversatorio con los apicultores de la asociación 94
Figura 44. Entrevista a los apicultores de la asociación..... 94
Figura 45. Foto final de entrevista a los apicultores de la asociación 94

Índice de anexos

Anexo 1 Matriz de consistencia 82
Anexo 2 Encuesta dirigida a productores 84
Anexo 3 Instrumento para la variable exportación 87
Anexo 4 Análisis sociodemográfico 88
Anexo 5 Registro fotográfico de la investigación 91

Resumen

La presente investigación titulado “Factores internos que limitan la exportación de miel de abeja: Caso Asociación El Dulce Amazónico de la Peca, Bagua, 2016”, tiene como objetivo determinar los factores que limitan la exportación de miel de abeja de la mencionada asociación. Su desarrollo obedeció a un método deductivo, tipo no experimental descriptivo-explicativo, ya que se orientó a describir los fenómenos de las variables estudiadas, además de ello su diseño se complementa con la explicación.

Para el desarrollo de sus objetivos se utilizó una muestra no probabilística por lo que se consideró a todos los apicultores sujetos en este estudio, también al acervo documentario para la resolución de los objetivos de la variable exportación, como técnicas e instrumentos de recolección de datos se utilizó una encuesta con su instrumento cuestionario de preguntas y el análisis documental, instrumento guía documental.

Finalmente, se concluyó que el factor asociativo es adecuado con un 84% y no es un factor que limite en la exportación de miel de abeja, ya que dicho porcentaje de apicultores indican que poseen la información y participación en la asociación; el factor producción limita las exportaciones de miel de abeja, ya que no tienen suficiente capacidad de producción, no existe estandarización en las cosechas producción , los apicultores cosechan 2 a 4 veces al año y no realizan medidas preventivas para evitar la presencia de plagas, lo cual afecta la calidad de la miel; . El factor económico limita la exportación de miel de abeja, porque la asociación no tiene su propio capital de trabajo (maquinaria y /o terreno), que se puede utilizar como garantía para la solicitud de un préstamo bancario, siendo un problema la falta de financiamiento, por ello el 84% de los asociados no ha solicitado un crédito. por ende, se concluye que el factor limitante en la asociación es el factor producción y el factor económico

Se recomienda que la asociación aplique medidas que aseguren la inocuidad y sanidad de la miel, incrementen la capacidad de producción y sean realizadas por técnicos y especialistas, con el objetivo de aumentar y estandarizar la producción de miel por colmena, mejorar la calidad y disminuir los costos. Se recomienda la solicitud de un crédito bancario, el cual se utilice para la implementación de nuevas colmenas y la mejora del local de la asociación, además participar en ferias para hacer conocida su marca y de esta manera ayude a la asociación mejorar sus ingresos, asimismo se busca una certificación que pueda brindar un mejor producto para su exportación.

Palabras clave: asociatividad, producción, económica, exportación.

Abstract

The present investigation entitled "Internal factors that limit the export of honey of the bee: Case El Dulce Amazónico de la Peca Association Peca, Bagua, 2016", which objective is determine the factors that limit the export of honey of the association. Its development obeyed a deductive method, non-experimental descriptive-explanatory type, since it was oriented to describe the phenomena of the studied variables, in addition to this its design is complemented with the explanation.

For the development of its objectives, a non-probabilistic sample was used, which is why all beekeepers in this study were considered, as well as the documentary collection for the resolution of the objectives of the export variable, such as techniques and data collection instruments. He used a survey with his questionnaire instrument of questions and the documentary analysis with his instrument of documentary analysis.

Finally, it was concluded that the associative factor is adequate with 84% and is not a limiting factor in the export of honey, since said percentage of beekeepers indicate that they have the information and participation in the association; the production factor limits exports of honey, since they do not have sufficient production capacity, there is no standardization in production harvests, beekeepers harvest 2 to 4 times a year and do not take preventive measures to avoid the presence of pests, which affects the quality of honey; . The economic factor limits the export of honey, because the association does not have its own working capital (machinery and / or land), which can be used as collateral for the request of a bank loan, being a problem the lack of financing Therefore, 84% of the associates have not requested a loan. therefore, it is concluded that the limiting factor in the association is the production factor and the economic factor

It is recommended that the association apply measures to ensure the safety and health of honey, increase production capacity and be carried out by technicians and specialists, with the aim of increasing and standardizing the production of honey by hive, improve quality and reduce costs. It is recommended the application for a bank loan, which is used for the implementation of new hives and improvement of the association's premises, also participate in fairs to make known their brand and thus help the association improve their income, as well a certification is sought that can provide a better product for export.

Keywords: associativity, production, economics, export.

Introducción

La presente tesis de método deductivo tipo no experimental de diseño transversal descriptivo-explicativo titulada “Factores internos que limitan la exportación de miel de abeja: Caso Asociación El Dulce Amazónico de la Peca, Bagua, 2016”, tiene como objetivo determinar los factores internos que limitan a la asociación incursionar en el campo de la exportación. Además, recomendar lineamientos para su incursión en el mercado internacional.

En el capítulo I se determina la situación problemática de la asociación El dulce amazónico de la Peca, la formulación del problema, los objetivos, la justificación y la viabilidad de la presente investigación.

En el capítulo II se presentan los antecedentes, la base teórica, las variables, la operacionalización, así como la hipótesis la cual afirma que los factores asociatividad, producción y económico influyen positivamente en la exportación de miel.

En el capítulo III se muestra el marco metodológico donde se explica el tipo de investigación y su diseño usado, la población y muestra, recolección de datos y análisis de datos.

En el capítulo IV se encuentran los resultados y su discusión para ello se hizo el análisis de los datos hallados y se interpretaron.

Finalmente se desarrollan las conclusiones a las que se infirieron y se plantean las recomendaciones pertinentes, por último, se encuentran las referencias, las cuales obedecen al respeto por la propiedad intelectual y los anexos en los cuales se presenta los instrumentos, la matriz de consistencia de la investigación y el registro fotográfico de la investigación.

CAPÍTULO I: OBJETO DE ESTUDIO

1.1. **Situación Problemática**

El ambiente competitivo y globalizado que rodea el comercio internacional sea de bienes o servicios, exige óptimas condiciones a lo largo de todo el proceso productivo, una situación que se torna limitante en pequeños productores que desean exportar sus productos o incursionar en el mercado internacional. El objetivo de los intercambios comerciales internacionales es brindar mejores oportunidades gracias a la apertura de mercados, no solo en el ámbito económico, sino también mejorar la calidad de vida de los habitantes.

La miel es un fluido viscoso producido por las abejas a partir del néctar de flores, secreciones de partes vivas de las plantas o excreciones de insectos chupadores de ellas; su sabor dulce ha hecho que se use principalmente en la cocina y pastelería. Además de sus muchas propiedades terapéuticas, la miel es una excelente fuente de energía rápida y posee cualidades astringentes y suavizantes. Dado esta riqueza de la miel, con número de sub-partida arancelaria del sistema armonizado 040900, su comercio representa una oportunidad atractiva para la economía

Las importaciones mundiales de este producto en el año 2015, tienen a Estados Unidos como su principal comprador con una cantidad importada igual a 175,205 toneladas que representan el 27% de las importaciones, seguido de Alemania con 87,068 toneladas que representa el 13%, y en conjunto estos dos países acaparan el 40% de las importaciones mundiales de miel (Trade Map, 2016).

Por otro lado, los primeros lugares en el ranking de exportadores mundiales de miel lo disputan China con una cantidad exportada igual a 144,756 toneladas que representan el 23% del total de las exportaciones y Argentina con 45,659 toneladas que representa el 7%, México con 42,161 que representa el 7%, India con 40,829 que representa el 6% y Ucrania con 36,013 un porcentaje igual a 6%, representando estos 5 países el 49% de las exportaciones. Las razones de la preponderante evolución de la miel se han centrado en la calidad y confiabilidad del producto por encima de los estándares internacionales exigidos.

A nivel regional sobresale Argentina, Brasil y Chile, con una participación del 7%, 3% y 2% respectivamente. Sin embargo, Perú, solo participa del mercado con un 0,00016% de las exportaciones de miel, ubicándose en el puesto 104 del ranking de exportadores de

miel, las razones que se atribuyen tan baja participación es la falta de conocimiento y el no tomar decisiones asertivas que permitan cumplir con todo lo que implica realizar el proceso de exportación. (Trade Map,2016)

Quevedo, M (2017) Director de la Dirección de Sanidad Animal del Servicio Nacional de Sanidad Agraria – SENASA. Señaló que la actividad productiva de la miel es incipiente, por lo cual se debe producir miel de calidad para luego considerar un mercado exterior. Destacó que el Estado debe impulsar varias actividades en el sector, sobre todo en lo que se refiere a la sanidad, inocuidad, asociatividad, así como incrementar la producción de miel. SENASA (2017)

Manrique y Piccirillo (2001), Indico que la apicultura a nivel mundial, principalmente en países de clima templado ha presentado enemigos o problemas como: el alto costo de la mano de obra, la dificultad para conseguir áreas verdes, las enfermedades y plagas de las abejas, el uso indiscriminado de antibióticos, acaricidas y otros productos químicos que contaminan la miel.

Asociación de Exportadores-ADEX (2017) La miel posee numerosas propiedades terapéuticas como nutricionales, sin embargo, el consumo per cápita en el Perú es muy bajo, apenas alcanza los 150 gramos al año. El consumo de miel de abeja en países como Estados Unidos, Japón y Alemania fluctúa entre uno y dos kilos per cápita, por lo que la exportación es una opción para cualquier empresa del sector.

En el departamento de Tarija- Bolivia, Cardozo (2016), señaló que la asociación de apicultores accedió a un crédito, ello permitirá ejecutar centros de capacitación y de transformación de la miel de abeja para el año 2017; según el dirigente John Álvarez, esta inversión permitiría a siete asociaciones, incrementar su frontera de producción apícola y combatir los fenómenos naturales que afectan de manera directa a la producción de miel. La ejecución de esta inversión lograría el fortalecimiento de trabajar con los municipios y la asociatividad entre productores apícolas mejorando la producción y generando una mejora de los ingresos en los productores.

Redacción Perú 21 (2016), Bet-Avén del Norte es una apícola ubicada en Ferreñafe. Luis Sánchez, dueño de la apícola. Cuenta con más de 700 colmenas y ha logrado crear una nueva raza de abeja. Luis Sánchez manifiesta que la principal dificultad que tuvo que enfrentar para iniciar su negocio, fue conseguir el capital para poder comprar las colmenas y las abejas, ya que no podía acceder a un crédito de los bancos porque no tenía casa y tampoco garantías.

La asociación de apicultores “El Dulce Amazónico de La Peca”, es una organización constituida el año 2014, ubicada en la provincia de Bagua, departamento de Amazonas.

Frente a otras asociaciones, la asociación mencionada ha avanzado mucho en el poco tiempo que tiene constituido: 1) Cuentan con una marca propia, denominada *“La Sabrosita”* 2) Participaron en un concurso público promovido por el Ministerio de Producción para la obtención de apoyo económico y conocimiento. A pesar de ser la actividad apícola una actividad rentable, aún sigue siendo para la mayoría de los socios una actividad secundaria.

El asociarse para estos apicultores solo ha sido una estrategia para poder cubrir la demanda de sus dos principales compradores Apicenter Amadeo Caballero Camarena en el departamento de Lima y Abejas del Norte SAC en la ciudad de Trujillo; en su mayoría están desarrollando actividades de manera individual y por tal motivo no pueden hacer frente a los desafíos productivos, económicos, sociales y ambientales que presenta el actual mercado globalizado.

Se apreció a productores con visión empresarial, enfocados en vender su producción en el mercado nacional, pero su manera de gestionar y realizar sus actividades es de forma empírica.

Para lograr que esta asociación se desarrolle, y no desaparezca en el transcurso del tiempo, debemos conocer que factores lo limita internamente y posteriormente se consolide como asociación y logre alcanzar la exportación.

En resumen, la asociación atraviesa una situación con varias deficiencias que no les ha permitido hasta el momento insertarse al mercado internacional. Dado lo expresado, nace la problemática de investigar adecuadamente los factores internos que estarían limitando a la asociación “El Dulce Amazónico de la Peca” lograr la exportación de miel , ya que existe mercados propicios para su desarrollo.

1.2. **Formulación del problema**

1.2.1. Problema general.

- ¿Cuáles son los factores internos de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la PECA – Bagua (2016), que limitan la exportación de miel de abeja?

1.2.2. Problemas específicos.

- ¿Cómo influye el factor asociatividad en la exportación de miel de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la PECA – Bagua, 2016?
- ¿Cómo influyen el factor productivo en la exportación de miel de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la PECA – Bagua, 2016?
- ¿Cómo influyen el factor financiero en la exportación de miel de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la PECA – Bagua, 2016?

1.3. **Objetivos**

1.3.1. Objetivo general:

- Identificar los factores internos que limitan la exportación de miel de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la PECA – Bagua, 2016.

1.3.2. Objetivos específicos:

- Determinar, si el factor asociatividad limita la exportación de miel de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la PECA – Bagua, 2016.
- Determinar, si el factor productivo limita la exportación de miel de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la PECA – Bagua, 2016.
- Determinar, si el factor económico limita la exportación de miel de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la PECA – Bagua, 2016.
- Diagnosticar las exigencias de exportación de miel de abeja para el mercado de Estados Unidos.

1.4. **Justificación**

La principal justificación de la investigación radica en la importancia que tiene la exportación para los pequeños productores en general. La investigación se justifica metodológicamente por la generación de ciertos instrumentos que puedan ser aprovechados para investigaciones similares diseñados a la realidad objeto de estudio.

Así mismo, se justifica teórica y práctica, dado que se determinará los factores que limitan la exportación de miel de la Asociación de Apicultores *El Dulce Amazónico de la PECA*, sobre factores de éxito que pueden fortalecer para lograr la exportación de su

producción y aprovechar su potencial, lo cual contribuirá a la mejora de la situación actual de los apicultores

Además, a modo académico, la investigación se justifica por ser deber del estudiante, el desarrollar un proyecto de investigación para dar solución a un problema que ha evidenciado dentro de una institución (pública o privada), sociedad o grupo de personas, aplicando en y para ello todos los conocimientos adquiridos en la vida universitaria (Art.45-Ley Nº30220-Nueva Ley Universitaria).

1.5. **Limitaciones**

Accesibilidad: Dado que el objeto de estudio se encuentra ubicado territorial-espacialmente en el distrito de La Peca – Bagua, departamento de Amazonas, se presenta dificultades para dirigirse a los apiarios de cada apicultor. Las carreteras no están asfaltadas y no hay movilidad para ingresar a algunos caseríos del lugar, el cual suelen utilizar animales de carga para el traslado de personas y del producto hacia el local de la asociación.

1.6. **Viabilidad del estudio**

El informe de tesis es viable porque cuenta con los recursos financieros propios, la autorización de la presidenta de la asociación para el desarrollo del estudio y su completo apoyo para el acceso a información y aplicación de los instrumentos, la colaboración de los miembros de la asociación. Asi también del acervo documentario necesario para la realización del informe.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. **Antecedentes**

2.1.1. Internacionales

Chóez (2015), en la tesis *"Propuesta de asociatividad para los agricultores que elaboran sombreros de paja toquilla en la comuna Bambil deshecho dentro de la provincia de Santa Elena de la Universidad Península de Santa Elena – Ecuador"*, cuya investigación es descriptiva, analiza el impacto de la constitución de un diseño de asociatividad para los artesanos que elaboran sombreros de paja toquilla en la comuna, con el fin de que al aplicarse, los socios obtengan las capacidades y fortalezas que les permita ser competitivos, contar con acceso a financiamiento, tener garantías y hacer compras e inversión conjunta. Los principales objetivos organizacionales de la asociatividad es el intercambio de información productiva y tecnológica, generación de economías de escala, en el aspecto financiero acceder a financiamientos y en la comercialización la apertura de nuevos mercados, alianzas comerciales inversión conjunta. MINCETUR (2013). Se concluye que con el estudio se puede lograr que los socios reúnan capacidades y fortalezas las cuales les permitirán ser más competitivos en el mercado y asi poder posicionar su producción.

Montenegro (2013), en su tesis *"Plan asociativo para los apicultores de miel de abeja de la comuna de San Marcos, Parroquia Colonche, Cantón Santa Elena, año 2013",* de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, tuvo como objetivo general diseñar un plan asociativo mediante el estudio sistematizado que permita desarrollar estrategias competitivas, a los apicultores de miel de abeja en la comuna de San Marcos, parroquia Colonche, cantón Santa Elena. Esta investigación llegó a la conclusión de que los apicultores no tienen la cultura de asociarse, ya sea por el desconocimiento de los beneficios, o porque no ha habido la motivación suficiente para organizarse, limitando su actividad económica al desarrollo, ya que no cuentan individualmente con los recursos necesarios para la producción y comercialización. De este modo, después de analizar los resultados, se obtuvo que existe una necesidad entre los apicultores de organizarse para lograr alcanzar los objetivos planteados, que permitan manejar de manera planificada y organizada el negocio apícola.

Leyva (2016), en su tesis "*Propuesta de organización a los apicultores de la región de Soledad de Doblado, Ver., para la comercialización internacional*", tuvo como

objetivo general analizar la problemática de los apicultores de la región de Soledad de Doblado, Ver., que permita elaborar una propuesta para su organización con fines de comercialización internacional, para lo cual esta investigación descriptivo propositivo utilizó como muestra 26 apicultores, de los productores de miel de la región en estudio. La investigación obtuvo como resultados la poca organización de los apicultores, que trae como consecuencia el bajo nivel de ventas de miel de abeja, por lo que los autores recomiendan que los productores se organicen y junto a las entidades gubernamentales realicen una feria y exposición de regional de la miel la cual sirva como estrategia para promover los productos que cada uno de los productores fabrican a partir de la miel, para de esa manera lograr incrementar su cartera de clientes y proveedores, aumentar el volumen de ventas y ofrecer su producto a un mejor precio

Sánchez (2014) en su tesis *"Sistemas de producción y economía apícola en los departamentos de Cundinamarca y Boyacá. Caso de tres organizaciones de productores"* formuló como objetivo generar aportes para comprender la brecha que existe entre el potencial productivo apícola del país y la utilización real, mediante el estudio de caso en tres organizaciones de productores apícolas de los departamentos de Cundinamarca y Boyacá. Concluyó que el sistema productivo apícola es joven en Colombia y que la demanda de la miel es alta, pero existe un alto grado la adulteración del producto. Los factores que limitan el crecimiento de los sistemas productivos apícolas son la falta de capital de inversión, la dificultad para acceder a terrenos para la instalación de apiarios y la falta de manejo técnico apropiado. Por ello se debe implementar estrategias que permitan el desarrollo de las organizaciones, implementar modelos de apoyo comercial y la intensificación y capacitación de la oferta.

Alvarenga, Ramírez y Santamaría (2010) en su tesis *"Proyecto de desarrollo productivo del sector apícola en los departamentos de Cabañas y Cuscatlán"* plantearon como objetivo incrementar y fortalecer la competitividad empresarial de 110 apicultores de los Departamentos de Cabañas y Cuscatlán, a través del aumento de los rendimientos de producción y la participación en nuevos eslabones de la cadena de valor; lo cual mejorará la calidad de vida de los beneficiarios, garantizando la rentabilidad y sostenibilidad del proyecto en un período de 24 meses. Concluyeron que los puntos críticos dentro de la cadena de valor son la competencia desleal, el alto precio de los insumos, adulteración de la miel, las enfermedades y plagas, la falta de diversificación de los productos derivados y la falta de apoyo técnico en las prácticas apícolas. Los mercados

más atractivos para exportar son los Estados Unidos y los países europeos, para ello, se tendría que mejorar los procesos para brindar un producto de calidad que cumpla con los estándares y las estrictas regulaciones internacionales.

Ortiz y Padilla (2015), en su tesis *"Nivel de financiamiento y rentabilidad económica de las asociaciones productivas de la Parroquia Yangana del Cantón Loja: estudio de caso en la Asociación de Productores Apícolas, año 2014",* de la Universidad Nacional de Loja, tuvo como objetivo general determinar la manera de aplicar adecuadamente estrategias para obtener un buen nivel de financiamiento y rentabilidad económica en las Asociaciones productivas de la parroquia Yangana del cantón Loja. Los resultados obtenidos por esta investigación muestran que la asociación en estudio no contaba con un adecuado manejo administrativo, específicamente en lo que respecta al área contable, lo que les impide determinar la situación real de la asociación, para la elaboración de una adecuada administración estratégica.

Falquez (2014), en su tesis *"Factibilidad de la actividad de producir y comercializar miel de abeja en la ciudad de Guayaquil"* formuló como objetivo demostrar la rentabilidad de producir y comercializar miel de abeja en el Ecuador. Concluyó que, debido a las bondades de la miel de abeja, esta se encuentra posicionada en la mente de los consumidores como un producto medicinal y como una alternativa saludable a otros endulzantes considerados dañinos para la salud, pero no existe una marca con la cual se la identifique; además, se identificó que tiene gran demanda en el exterior, por tanto, la exportación es viable; por otra parte, la apicultura es una actividad económica generadora de ingresos y puestos de trabajo

Silbestre (2006) en su tesis *"Estudio para producción y comercialización de miel de abeja en el Ejido Guadalupe Victoria, Amatenango de la Frontera, Chiapas"* presentó como objetivo determinar la rentabilidad económica del establecimiento de una empresa productora de miel de abeja en el Ejido Guadalupe Victoria, Amatenango de la Frontera Chiapas. El autor concluyó que la apicultura es una actividad socialmente aceptable y ecológicamente sustentable y ello se ve reflejado en los efectos positivos que tiene sobre la agricultura a través de la polinización de las abejas. Se calculó que el rendimiento en kilogramos por colmena es de 19 kg cada ciclo de producción. Por otra parte, los indicadores de rentabilidad tales como el VAN fue de $360,834, la ratio B/C fue de 1.34 y la TIR fue de 81.5% fueron positivos, evidenciando de este modo que se trata de un negocio rentable.

Argueta, Castro y Tomasino (2015), en su tesis *"Estudio de mercado del consumo de miel de abeja en El Salvador para la Comisión Nacional Apícola de El Salvador (CONAPIS)"* presentaron como objetivo conocer la situación actual del consumo de la miel de abeja en el mercado salvadoreño. Los autores concluyeron que, dada la baja demanda en el mercado nacional, la mayoría de apicultores o productores tienen como prioridad vender la miel de abeja al exterior, pero teniendo en cuenta que el mercado internacional se está volviendo cada vez más exigente, se debe hacer un uso correcto del manual de las Buenas Prácticas Apícolas, pues hay algunos productos adulterados con glucosa comercial y alta fructuosa debido al nulo control institucional. Por otro lado, se hace hincapié en la falta de una marca que se posicione en la mente del consumidor.

Cárcamo (2010), en su tesis *"Plan de exportación de un conglomerado de cooperativas apícolas en la zona centro-sur del país",* planteó como objetivo definir las etapas para establecer un consorcio de cooperativas apícolas en la zona centro-sur del país y posicionarlo internacionalmente, aprovechado sus ventajas comparativas para la producción y comercialización de sus productos en los mercados europeos. Concluyó que la asociatividad es una estrategia clave para la exportación, ya que los pequeños apicultores no podrían abastecer individualmente al mercado europeo; asimismo, determinó que para la formación de la empresa se debe hacer en dos etapas, en la fase inicial se agrupan cinco cooperativas aportando 200 colmenas cada una, de este modo, se asegura una incorporación paulatina a la exportación y minimiza el riesgo para la empresa en formación, mientras que en la segunda fase (consolidación), se integra a nuevas cooperativas y ya es posible invertir en tecnología e infraestructura.

Paredes (2004) en su tesis "*Estrategia de internacionalización de la miel chilena en el mercado estadounidense*", propuso como objetivo diseñar una estrategia de internacionalización para un producto con características exclusivas de composición, para así poder ser competitivos en el mercado global, además de consolidarse mediante la imagen "país de origen" de este producto. Concluyó que se debería aprovechar que se tiene un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, donde la exportación de productos no tradicionales puede ingresar con arancel cero y sin restricción de cuotas y se tienen medidas sanitarias fitosanitarias acordadas con dicho país, además Chile es reconocido como un país libre de plagas y enfermedades, todo ello implica menores costos para la exportación y una ganancia comparativa considerable en términos de oportunidad de acceso a estos mercados, respecto de sus competidores.

2.1.2. Nacionales

Ministerio de Agricultura y Riego (2015). *El Plan Nacional Apícola 2015-2025.* Dentro del marco legal de la Ley N° 26305, se promulga en mayo de 1994, declarar interés nacional la apicultura y la actividad agroindustrial de los productos apícolas. A partir de marzo de 1995, MINAGRI se encarga de la elaboración del Plan Nacional Apícola.

El Plan Nacional Apícola 2015-2025, es un instrumento que permite administrar, planificar y gestionar el desarrollo de la apicultura nacional, llevando a cabo acciones estratégicas que permita a la apicultura ser competitiva y rentable a nivel nacional.

La apicultura es considerada una actividad económica y social fundamental para el desarrollo sostenible de las zonas rurales. Además, desempeña un rol importante en el ecosistema a través de la polinización, el cual contribuye a mantener la diversidad genética de la flora.

La apicultura en el Perú es realizada principalmente por pequeños productores, la gran mayoría posee menos de 10 colmenas, distribuidos en todas las regiones del país. Debido a su diversidad de climas y características geográficas, Perú presenta una gran variedad de flora natural, que permite desarrollar una apicultura comercial rentable.

En el Perú existen tres razas de abeja: italiana (A.m. lingustica), cárnica (A.m. cárnica) y africanas (A.m. Escutellata y A.m. adansonii). Las tres razas se encuentran en un continuo cruzamiento. En el Perú los cruces con abeja africana se conocen con abejas criollas, con distintos grados de africanización.

Las abejas africanizadas tienen características positivas, debido a su alto comportamiento higiénico y rusticidad, pero también presentan características negativas debido a su alta capacidad de defensa y tendencia a la enjambrazón

La visión de El plan 2015- 2025. Es hacer de la apicultura una actividad organizada y competitiva con reconocimiento en el Perú y el mundo, ya que contribuye con a la conservación de medioambiente, genera alimentos de calidad y mejora la calidad de vida de los apicultores y la sociedad.

Los objetivos establecidos propuestos en el plan apícola son:

- Incrementar la producción, productividad y rentabilidad de la actividad apícola.
- Fomentar la institucionalidad y la asociatividad de la apicultura nacional

- Estimular la producción apícola orgánica y la protección del medio ambiente
- Fomentar la comercialización de productos y servicios apícola
- Fomentar el acceso a financiamiento para las actividades apícolas.

Agencia Peruana de Noticias - Andina (2016). *"Unas 240 toneladas métricas de miel al año se producen en Lambayeque".* El gerente regional de agricultura Ricardo Romero Rentería, indicó que en la región Lambayeque la producción anual de miel de abeja había descendido. Anteriormente la producción alcanzaba 600 toneladas. Actualmente la producción alcanza 400 toneladas métricas anuales, concentrando más de 2,500 apicultores y unas 30,000 colmenas.

La disminución de la producción apícola, en la región Lambayeque asi como en el mundo, son la muerte súbita de las abejas y la desertificación de los bosques, problemas que deben ser afrontados por los productores con apoyo del Estado. Actualmente la actividad apícola en la región, presenta una tendencia creciente debido al crecimiento de áreas de cultivo de exportación.

En el III Congreso Nacional de Apicultura, organizado por la Gerencia Regional de Agricultura, a través de la Dirección Ejecutiva de Promoción Agraria-Área de Crianza en alianza con la Mesa Regional Apícola, llevado a cabo en la región de Lambayeque. Se promovió el desarrollo de aspectos técnicos y científicos que permita mejorar la actividad apícola en el país, proponiéndose alternativas de acuerdo al Plan Nacional Apícola 2015-2025, el mejoramiento genético de las abejas reinas, la polinización cruzada, sanidad y establecer políticas y protocolos del manejo y control de las abejas.

Asimismo, se abordó temas como el potencial de bosques de Lambayeque para el desarrollo apícola, avances de la investigación nacional apícola, tendencias y futuro de la apicultura en el país.

Musayón y Núñez (2014), en su tesis *"Propuesta de fortalecimiento asociativo para pequeños productores apícolas caso: Asociación del sector Cascajal Olmos, Lambayeque",* tuvo como objetivo general realizar una propuesta para el fortalecimiento asociativo de los pequeños productores apícolas de la Asociación del Sector Cascajal – Olmos; para lo cual esta tesis descriptiva – transversal utilizó como muestra los 17 socios que conforman la Asociación del Sector Cascajal – Olmos. Esta investigación tuvo como resultado que la situación actual de la Asociación del Sector Cascajal, en lo que se refiere al capital social, presenta un débil nivel de confianza entre los socios y nulo compromiso para el logro de objetivos comunes. Mientras que en lo que se refiere a la gestión

administrativa, se encontró que no existe un plan estratégico, alto nivel de desorganización, falta de liderazgo del presidente de la asociación y ausencia de información que impide un control adecuado en la asociación. Por otro lado, en el estudio de casos exitosos de asociaciones rurales realizados por esta investigación se obtuvo los siguientes factores a nivel asociativo, que permiten fortalecer la asociatividad son: el capital social, confianza y compromiso, liderazgo, formación y gestión empresarial. Asimismo, la intervención de las instituciones gubernamentales en las verdaderas necesidades de los productores.

2.2. **Base teórica**

La exportación de productos agropecuarios suele ser una difusión del estado y de quienes se han asociado, y en general, muchos productores se interesan más porque se les pague bien por su producto que por conocer a fondo todo lo que la exportación acarrea, desde la producción, comercialización hasta conocer su destino. Probablemente son ellos mismos los que inciden en mayor escala a la frustración de sus objetivos propios. En ese contexto, el análisis de las barreras a la exportación se evalúa para la presente investigación en función de lo que internamente la asociación objeto de estudio posee, pero de manera deficiente y que, por ende, se estaría limitando el acceso de su producción a nuevos mercados.

2.2.1. Factor asociatividad

La asociatividad es una alianza voluntaria para colaborar entre sí, con un objetivo común, como el disminuir costos y compartir riesgos en los negocios y promover conjuntamente sus productos o servicios en el mercado sin perder la individualidad empresarial. Es también considerada una estrategia para enfrentar a los mercados globalizados y la creciente competencia entre empresas del país y el exterior. Todas las asociaciones son diferentes, sin embargo, los principales objetivos que conllevan a la asociación son los objetivos de comercialización, financieros y organizacionales, los cuales de acuerdo a MINCETUR (2013) pueden subdividirse de la siguiente manera:

- **Objetivos organizacionales.** Las estrategias que mayormente se buscan alcanzar con este tipo de objetivos son: Mejorar en los procesos productivos, aplicación de nuevas formas de administración, puesta en marcha de planeamiento estratégico, intercambio de información productiva o tecnológica, capacitación conjunta, generación de economías de escala, acceso a tecnologías de productos o procesos, aumento del poder de negociación e investigación y desarrollo.
- **Objetivos financieros:** Dentro de los objetivos financieros se pretende lograr acceso a financiamientos, cuando por ejemplo las garantías no logran ser cubiertas por cada actor en forma individual, pero si logran ser cubiertas de manera grupal (proporcionalmente por cada uno de los participantes); ahorro por compras conjuntas e inversión conjunta.
- **Objetivos de comercialización:** Los objetivos de comercialización de una asociación pueden estar basados en apertura de nuevos mercados para productos actuales,

lanzamiento de nuevos productos al mercado, intercambio de información comercial, investigación de mercados, alianzas comerciales, consorcios de exportación, inversión conjunta, logística y distribución y servicio post-venta conjunto.

Por otro lado la asociatividad puede generar numerosas ventajas como el incremento de la competitividad empresarial, lo cual le permite a la asociación mejorar la diversificación de la demanda, mejorar la imagen empresarial, entre otras; además de disminuir los costos tanto de los proveedores, de la mano de obra, de los insumos, entre otros; así como crear mayor y mejor oferta, creando volúmenes exportables, incrementando la productividad, entre otras; y además de tener acceso a mejor información, capacitación y capital, a través de la modernización empresarial y reconversión industrial. El objetivo a corto plazo de la asociación es fortalecerse como asociación, tener una presentación del producto y precios uniformes, y entre sus objetivos a largo plazo, es convertirse en cooperativa.

2.2.2. Factor producción

Mochón, F. y Beker, V. (2008). La actividad fundamental que realiza toda empresa es la producción, la cual consiste en la utilización de los factores productivos para obtener bienes y servicios, y a su vez pueda satisfacer las necesidades de los consumidores.

El empresario debe tomar múltiples decisiones sobre su actividad productiva, de todas estas, las dos más importantes son: la cantidad necesaria a producir y como producir, con el objetivo de maximizar beneficios. La forma de como producir dependerá de aquellos métodos que son técnicamente eficientes y en que proporciones se deben emplear los distintos factores. (pag.47)

EUMED (2015). Los factores productivos son aquellos utilizados en la producción de bienes y servicios, tradicionalmente se clasificaban en tres categorías:

- **Tierra:** Se entiende no sólo la tierra agrícola sino también la tierra urbanizada, los recursos mineros, la pesca y los recursos naturales en general.
- **Trabajo:** Se entiende la actividad humana, tanto física como intelectual. En realidad, toda actividad productiva realizada por un ser humano requiere siempre de algún esfuerzo físico y de conocimientos previos.
- **Capital:** En economía significa capital físico, como la maquinaria o las instalaciones industriales. Asimismo, se debe distinguir otros dos factores:
- **Capital humano:** Se entiende por la educación y formación profesional que incrementa el rendimiento del trabajo. La educación y la formación profesional

supone una inversión de capital. Este gasto contribuye a incrementar la capacidad productiva, ya que un trabajador formado y suele ser más productivo que uno que carece de formación.

- **Tecnología**, comprende no sólo a la maquinaria empleada por las empresas, sino también a la forma de combinar los medios humanos y materiales para elaborar bienes y servicios. Es el conjunto de procesos, procedimientos, equipos y herramientas utilizados para producir bienes y servicios

2.2.3. Factor económico

Univérsitas Nueva Civilización (2015). Está constituido normalmente por una cierta cantidad de dinero o por alguna capacidad de crédito que permite contratar factores y establecer relaciones económicas en el mercado. Si bien la forma que este factor asume normalmente es el dinero, puede tratarse de algún otro medio de pago, remuneración o recompensa con el cual se logra convocar, atraer y adquirir los recursos y factores necesarios.

2.2.4. Evaluación de los factores internos limitantes de la exportación

Para la evaluación de los factores limitantes de la exportación se tomarán en cuenta las siguientes dimensiones e indicadores como se muestran a continuación:

1.- Asociatividad. - Martínez (2013), considera que una buena asociatividad favorece a la cooperación de los agentes que la conforman y al desempeño de la organización en general. Entre sus componentes se encuentran la confianza, la participación e información:

- ***Confianza. -*** Permite agilizar transacciones tanto sociales como económicas que a su vez reducen el costo de realizarlas, facilita la administración de los bienes y fortalece el rendimiento de la asociación ya que coordina mejor las expectativas, traduciéndose en un compromiso más allá de solo pertenencia. La confianza está basada en experiencias pasadas con otros individuos y prevé el comportamiento de ellos bajo incentivos de una manera razonablemente esperada, de modo que si se ha tenido experiencias positivas previas es más seguro que se le asigne mayor confianza. El factor confianza puede depender de la coherencia, asertividad, empatía y la capacidad de ser cumplido.
- ***Participación. -*** Permite la creación de confianza. La participación puede transformar las creencias de quienes integran la asociación a través de la deliberación, pues

además de informarse a los miembros, se puede llegar a transformar las preferencias de los participantes. La participación en una asociación implica un proceso que generalmente justifica los puntos de vista de los participantes en términos de que se tiende a coincidir lo que se hace con lo que se piensa.

- ***Información.-.*** Carecer de información suficiente y confiable impide la correcta evaluación de temas tratados, de una decisión asertiva y de relaciones personales directas, idóneas. La información puede ser transmitida como confidencial, dependiendo de la importancia de su contenido. La información contribuye a la administración, al know How (saber hacer), al conocimiento de las necesidades tanto internas como externas.

2.- Factor Producción. - Cardona y Bonilla (2015), manifiestan que para que una empresa logre internacionalizarse, sea cual fuere el sector al cual se dedica debe contar con ventajas en la producción, es decir debe contar con ventajas en la cantidad de producción y costos de producción, que le permitan ser competitivo en el mercado al cual va destinado los productos de dicha empresa. Dichas ventajas permitirán a la empresa lograr una mayor rentabilidad, y por ende contar con un negocio sostenible en el tiempo.

- ***Capacidad de producción. -*** Representa la medida numérica de la cual se puede medir la cantidad a producir un producto o servicio en un determinado periodo. Para la investigación, la capacidad de producción implica el rendimiento cosechado de la miel de acuerdo a las colmenas en tenencia. Esto es, el número de kilos de miel cosechado entre la cantidad de colmenas trabajadas.
- ***Costos de producción. -*** Son aquellos costos generados durante el proceso de producción, abarcan los costos de materia prima, insumos, envases, depreciación del equipo, sueldos, etc. Dado el objeto de estudio, los costos de producción son los incurridos a lo largo del proceso productivo de la miel.
- ***Calidad en la producción. -*** En la actualidad, la calidad no puede desligarse de la competitividad. Calidad, coste y tiempo son los grandes pilares de la competitividad.

La calidad en la producción abarca mucho más que entregar productos y servicios funcionalmente correctos, abarca la producción competitiva de alta calidad y minimizar los costes y tiempo de entrega.

Para la implementación continua y de alta calidad, se debe seguir las siguientes etapas: Implementación de un sistema de calidad, planificación y diseño de productos,

Implantación eficiente de los procesos, de los que se obtendrán productos o servicios, Aseguramiento y control de la calidad en los procesos de producción y Mejora continua de la calidad de los procesos y productos obtenidos. (La calidad en la producción, s.f)

Tiempo de Producción. - El tiempo de producción, es el tiempo necesario para realizar una o varias operaciones.

- ***Tiempo de producción.*** en economía política, comprende la totalidad del proceso en el que se elabora un producto determinado en una empresa. Está formado por cuatro componentes: periodo de trabajo, tiempo de sometimiento a la acción de las fuerzas naturales, tiempo durante el cual la acción del trabajo y de los medios de producción cesa temporalmente y tiempo durante el cual los medios de producción se encuentran en los depósitos. (GestioPolis ,2003)

- ***Conocimiento o Know How.*** **-** El know-how está relacionado a la "experiencia". La experiencia es la práctica prolongada y consistente que proporciona conocimiento o habilidad para hacer algo.

El conocimiento o Know How se idéntica en la experiencia para desarrollar actividades productivas, administrativas, comerciales, el cual consiste en la forma de manejar los elementos, los equipos, el personal que sabe hacer. etc. (Pereira ,2013)

Entre otros puntos importantes para el mejor desarrollo de la producción, está la calidad del producto y los tiempos de producción; es decir obtener un producto de buena calidad que cumpla los estándares solicitados por el mercado nacional e internacional y así mismo reducir tiempos muertos de la producción y acelerar esta.

3.- Factor económico. – (Ministerio de Economía y Riego, 2015). La empresa debe contar con los recursos necesarios para solventar una exportación, igualmente debe estar en condiciones de contar con precios competitivos. Si la empresa no cuenta con posibilidades de solventar el proceso con recursos propios, deberá contar con capacidad de endeudamiento y conseguir financiamiento externo.

Cardona y Bonilla (2015), manifiestan que los pequeños productores no disponen de los recursos de capital necesarios para adecuarse a los requerimientos productivos y organizacionales exigidos por el mercado internacional, y sumado a ello, no tienen grandes posibilidades de acceder a créditos bancarios en cuanto a requisitos, garantías y tasas de interés. Por este motivo, las oportunidades comerciales se reducen por no ser lo suficientemente competitivos frente a otros grandes empresarios.

2.2.5. Factor Exportación

Daniels, J.D., Radebaugh. L.H. & Sullivan, D.D. (2010). *"La exportación es el medio más común del que se sirven las compañías para iniciar sus actividades internacionales es decir que las empresas que se introducen a la exportación lo hacen sobre todo para incrementar sus ingresos de ventas, para conseguir economías de escala en la producción y para que pueda diversificar sus sedes de venta"* (pag.714)

2.2.5.1. *Formas de exportar*

Ministerio de Agricultura y Riego (2015) Existen dos formas de exportar, una Indirecta y otra Directa. En la exportación indirecta, existe un operador que se encarga de alguna o todas las actividades vinculadas a la exportación, asumiendo la responsabilidad de la misma. En la exportación directa, el exportador peruano trata directamente con el cliente extranjero.

a. Exportación indirecta

En la exportación indirecta, existe un operador que se encarga de alguna o todas las actividades vinculadas a la exportación (investigación de mercado y la gestión de exportación), asumiendo la responsabilidad de la misma.

Exportación indirecta a través de empresas

Es importante que el productor (proveedor):

-Identifique empresas interesadas en su producto; su éxito comercial dependerá de la capacidad de interpretar las necesidades de la empresa exportadora.

- Se mantenga informado sobre las tendencias de los mercados donde la empresa vendedora coloca sus productos, ello permitirá establecer estrategias a los mismos y a sus clientes.

Es importante destacar que el productor puede luego encontrar la oportunidad de exportar directamente.

Exportación indirecta a través de intermediarios.

En este caso la empresa exporta, a través de un "Trading" (sociedad intermediaria) que busca o tiene los compradores en los mercados del extranjero.

Esta forma es utilizada por pequeñas empresas que no se sienten en condiciones de comprometerse con la exportación directa; o bien por empresas que ya exportan, pero que eligen la vía del intermediario para ingresar a nuevos mercados.

La principal ventaja de la exportación indirecta, para una pequeña o mediana empresa, es que ésta es una manera de acceder a los mercados internacionales sin tener que enfrentar la complejidad de la exportación directa.

El principal inconveniente de este tipo de exportación es la necesidad de encontrar intermediarios adecuados que tengan posibilidades concretas de colocar los productos. De esta forma, la selección del intermediario es crucial, ya que el productor o la empresa dependerán totalmente de la capacidad de venta del mismo.

Trading común para diversas PYMES productoras.

Es un concepto similar a un consorcio de exportación o agrupación para la exportación. Estas organizaciones resultan particularmente útiles para las PYMES, las cuales están, por lo general, limitadas en su capacidad comercial internacional individual.

En estas agrupaciones de comercialización, las diferentes empresas productoras aúnan esfuerzos y recursos, con el objetivo de ingresar conjuntamente a los mercados internacionales. Estas agrupaciones de comercialización pueden también ser sumamente útiles en la resolución de problemas relativos a la producción y el control de la calidad. La agrupación de comercialización es, asimismo, un excelente instrumento "multiplicador" de las capacidades individuales de las empresas que la componen. Las empresas agrupadas podrían organizar, por ejemplo, campañas de publicidad y promoción en un determinado mercado, iniciativa que la mayoría de las empresas no podrían emprender por sí solas.

De esta manera, algunos competidores en el territorio nacional pueden ser paralelamente socios de éxito en el campo de la exportación, situación que es frecuente encontrar en el comercio internacional. Por ello, es necesario que el empresario participe y promueva activamente la constitución de este tipo de organizaciones, donde sus miembros poseen un control más directo sobre las operaciones que el que podrían ejercer sobre un intermediario.

b) Exportación directa

El exportador administra todo el proceso de exportación, desde la identificación del mercado hasta la forma de pago.

Las ventajas de una exportación directa son: mayor control sobre todo el proceso de exportación; mayores ganancias; relación directa con los mercados y con los clientes.

Cuando la empresa está por emprender el camino hacia la exportación directa, debe reflexionar acerca de los canales de distribución más apropiados. Estos canales de distribución incluyen: agentes, distribuidores, minoristas y consumidores finales.

2.2.5.2. *Regímenes de exportación*

Según la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT, 2015), la exportación es un régimen aduanero que permite la salida de mercancías nacionales del territorio aduanero, para su uso o consumo en el exterior.

La Ley General de Aduanas considera las siguientes modalidades de exportación:

- Exportación definitiva

  Exportación temporal para reimportación en el mismo estado.
- Exportación sin valor comercial (operaciones que involucren menor cuantía que comprende el equipaje, menaje de casa, donaciones, así como las muestras, obsequios, mensajería internacional y otras mercancías, cuyo valor FOB no exceda de US$ 2,000).

De éstos, se tendrá en cuenta la exportación definitiva, dado que otorga permiso de salida de productos nacionales hacia el exterior para su consumo definitivo y no está afecta a ningún tributo, lo cual es una gran ventaja para los pequeños productores, (Gobierno Peruano, 2008).

En el régimen de exportación definitiva las mercancías, como se le denomina a los productos exportables, deben ser embarcadas dentro de 30 días, contados desde el día siguiente de la declaración y 30 días después del embarque se debe realizar la regulación del régimen. Sin embargo, existe otro régimen que se debe tener en cuenta si pretendemos exportar un producto, al cual se le conoce como “drawback”. Este régimen permite obtener la restitución parcial o total de los derechos arancelarios, que la empresa haya pagado como consecuencia de una importación para el consumo, siempre y cuando dicho productos importados hayan sido consumidos durante la producción del producto exportado. La tasa de restitución aplicable para las mercancías exportadas con este régimen en el año 2016, según Saavedra (2016), es del 4% del valor FOB exportado.

2.2.5.3. *Aranceles*

Según el Ministerio de Economía y Finanzas – MEF (2018). Un arancel es un impuesto o gravamen que se aplica solo a los bienes que son importados.

Diario del exportador (2017) El arancel es recaudado por los funcionarios de aduana del país importador. Se clasifican en Ad valoren, especifico y mixto.

- Ad-valoren (al valor): El precio a pagar es un porcentaje del valor de la mercancía importada.
- Específico: El precio a pagar es por unidad de medida como el peso, volumen, etc., de la mercancía importada.
- Mixta: el pago es calculado sobre la base del valor o unidad de medida de las mercancías importadas.

2.2.5.4. *Barreras*

Según El diario del exportador (2017), existen barreras en el país del exportador y en el país importador.

Barreras por parte del país exportador

- Sistema poco competitivo
- Exceso de reglamentaciones
- Costos financiero elevados
- Inestabilidad económica

Barreras por parte del país importador

- Diferencias culturales
- Impuestos de importación, normas técnicas, exceso de reglamentaciones.
- Localización geográfica (costos elevados de transporte)
- Presencia de competidores locales
- Costos financieros elevados en el mercado
- Inestabilidad económica
- Leyes sanitarias que dificultan los procesos de certificación sanitaria
- Proteccionismo excesivo a la industria local
- Subsidios a la industria o agricultura local
- Imposición de precios mínimos
- Devaluaciones, riesgos de pago, riesgo país, etc.

2.2.5.5. *Envase, empaque y embalaje*

Diario de exportador (2016) La exportación de un producto implica riesgos químicos, físicos, térmicos y mecánicos, Por tanto, se debe garantizar la seguridad y la calidad del producto hasta el mercado de destino, través del envase, empaque y embalaje.

Envase: Tiene contacto directo con el producto. Su función es proteger, preservar y presentar el producto

Empaque: Contribuye la seguridad del producto durante su desplazamiento. Es la imagen visual y distingue al producto de la competencia.

Embalaje: Protege la carga, facilita el manipuleo y el transporte desde el país de origen hasta el país de destino.

2.2.5.6. *Plan de exportación*

Un plan de Exportación, es una guía estructurada que tiene como objetivo llegar al consumidor exterior. Es importante un plan de exportación en cuanto sirve de guía para la adecuada toma de decisiones en su desenvolvimiento en el mercado internacional, según la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ, 2011)

Componentes o fases del plan exportador

- **Análisis del potencial exportador. -** PROMPERÚ (2011) indica que este componente está constituido básicamente por la descripción de la empresa, así un análisis de su potencial exportador (cantidad de producción, tecnología, materia prima disponible, entre otros), un análisis de su plan estratégicos, así como las fortalezas y debilidades.
- **Establecimiento del plan estratégico y organizacional. -** Desarrollo de una visión estratégica en cuanto a la exportación, así como los objetivos estratégicos para llegar a ella.
- **Análisis del producto, mercado objetivo y plan de marketing. -** Definir las estrategias que conlleven a cumplir los objetivos estratégicos, acceso al mercado y las ventajas que tienen, canales de comercialización y logística exportadora, entre ellos un análisis de la competitividad y riesgos.
- **Análisis de la gestión exportadora. -** Contempla básicamente un análisis de los precios, distribución física internacional, manejo documentario y de cotización; se deben calcular los costos de producción, gastos y precio de exportación y modalidades de pago.
- **Análisis y plan financiero. -** Comprende el análisis de los estados financieros (balance general, estado de ganancias y pérdidas y las ratios financieras y el punto de equilibrio), además de la elaboración del presupuesto maestro, flujo de caja, y análisis de sensibilidad.

- **Alineamiento de un plan de exportación. -** Los planes de exportación tienen que estar alineados a un documento establecido por el gobierno nacional quien formula planes para fomentar la cultura competitiva y exportadora de las empresas nacionales.

2.2.6. Evaluación de los factores externos para la Exportación de miel

1. **Comercial. -** Esta dimensión, de acuerdo al Centro de Vinculación con el Sector Productivo de la UNAM (2016), implica la evaluación de la aceptación de un producto por parte de los consumidores internacionales, para lo cual es necesario desarrollar productos de calidad que puedan lograr satisfacer las necesidades de los consumidores. En ese sentido se considera que se debe evaluar la capacidad de exportación de la organización, es decir evaluar los productos de calidad aptos para lograr ingresar al mercado internacional. Por otro lado, el autor también menciona que para la exportación es necesario conocer la demanda, es decir identificar la cantidad de mercado o en todo caso el segmento de mercado al cual se pretende destinar las exportaciones y las cantidades demandadas por dichos mercados.
2. **INCOTERMS. -** El Centro de Vinculación con el Sector Productivo de la UNAM (2016), manifiesta que los INCOTERMS (versión 2010), se desarrollaron con el fin de evitar problemas legales que afecten al comercio internacional, siendo estos un conjunto de términos y reglas de carácter facultativo que permite acordar los derechos y las obligaciones tanto del vendedor como del comprador en las transacciones comerciales internacionales. De esta manera, de acuerdo al INCOTERM se va a establecer el lugar de entrega de mercancías, la distribución del exportador e importador de los gastos, además se establece al encargado de gestionar la importación y la exportación de mercancías, la contratación del transporte, etc. Además, los INCOTERMS son utilizados para determinar el precio internacional de los productos, siendo el INCOTERM más utilizado para ello el FOB.

2.3. **Variables y Operacionalización**

Variable Independiente: Factores internos

Variable Dependiente: Exportación de mie

Tabla 1
Operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
Factores internos	Obstáculos de tipo actitudinal, estructural, operativos, entre otros, que impiden el inicio, desarrollo o mantenimiento de operaciones comerciales en el exterior.	Barreras o limitantes asociadas a la falta de recursos organizacionales de la asociación La Peca.	Asociatividad	Confianza	Encuesta
				Participación	
				Información	
			Producción	Capacidad de producción	
				Costos de producción	
				Calidad en la producción	
				Tiempo en la producción	
				Conocimiento o Know How	
			Económico	Ingresos	
				Capital de trabajo	
				Inversión	
Exportación de miel	Exportación se define como el envío de un producto o servicio a un país extranjero con fines comerciales	La variable se valorará mediante los indicadores necesarios a tener en cuenta para iniciar la exportación, con datos recopilados en una guía de análisis documental.	Comercial	Capacidad de exportación	Guía de análisis documental
				Cantidad de mercados	
			INCOTERM	Precio FOB	

2.4. **Hipótesis**

H0: Los factores Asociatividad, Producción y Económico de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la PECA – Bagua, 2016, limitan la exportación de miel de abeja.

H1: Los factores Asociatividad, Producción y Económico de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la PECA – Bagua, 2016, no limitan la exportación de miel de abeja.

CAPÍTULO III:
MARCO METODOLÓGICO

3.1. **Tipo de la investigación**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), la investigación obedece un metodo deductivo, de tipo no experimental, debido a que se toma conclusiones generales para obtener explicaciones particulares, además no se manipularon datos de la asociación El Dulce Amazónico de la Peca en el año 2016, de forma intencional. Así también, es una investigación transversal dado que los datos de las variables se desarrollan en un solo periodo de estudio.

3.2. **Diseño de la investigación**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), la investigación presenta un diseño descriptivo, explicativo, ya que en primera instancia se describe el comportamiento de las variables en su contexto, de modo que con dicho conocimiento se proceda a explicar las condiciones en la que se encuentran las dimensiones pertenecientes a la variable dependiente factores internos de la asociación para la exportación, de manera que la dimensión que se encuentre en condiciones no aptas será la que pueda influir más en la exportación, a partir de ello se podrá generar una propuesta de mejora ya que el análisis anterior servirá como un diagnóstico situacional.

$$M \longrightarrow O1$$

DONDE:

M : Muestra

O1 : Información recogida

3.3. **Población y Muestra**

La población está constituida por todos los apicultores de la Asociación de Apicultores el Dulce Amazónico de la Peca, es decir, los 25 apicultores.

Para la variable factores internos, la población fue igual a la muestra, el cual estuvo conformada por todos los apicultores de la asociación El Dulce Amazónico de la Peca,

que son 25 en número y para la variable exportación de miel, se utilizó el acervo documentario sobre los indicadores de exportación para la miel.

3.4. **Recolección de datos**

Se aplicaron como técnica de recolección de datos la encuesta para la variable factores internos y el análisis documental para la variable exportación de miel, con sus respectivos instrumentos cuestionario y guía de análisis documental. Los datos han sido recopilados de la aplicación del cuestionario a los apicultores de la Asociación el Dulce Amazónico de la Peca que forman parte de la muestra de estudio; y del llenado de la guía de análisis documental con información secundaria confiable derivada de internet.

3.5. **Análisis de los datos**

El análisis de los datos de la investigación se realizará mediante gráficos y tablas los cuales se obtendrán del uso del programa SPSS, y Microsoft Excel, lo cual nos permitirá analizar la información de manera más detallada y ordenada, para una clara comprensión y entendimiento de la situación de la asociación en relación a la variable en estudio.

CAPÍTULO IV:
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. **Análisis de los resultados**

4.1.1. Factores internos

4.1.1.1. *Factor asociatividad*

Valoración del factor asociatividad:

Tabla 2
Datos generales del factor asociatividad

Cantidad de Escala Respuesta	5
Valor mín. de Instrumento	1
Valor Máx. de Instrumento	5
Cantidad de ítems	15
Cantidad de muestra	25
N° de Categorías a valorar	2

Fuente: Encuesta aplicada a los integrantes de la asociación

Tabla 3
Valor máximo, mínimo, rango y amplitud de intervalo

	Valores
Máximo	75
Mínimo	15
Rango	60
Amplitud de Intervalo	30

Elaboración: Propia

Fuente: Encuesta aplicada a los integrantes de la Asociación

Tabla 4
Valoración del factor asociatividad

	Desde	Hasta
Inadecuado	15	45
Adecuado	46	75

Elaboración: Propia

Fuente: Encuesta aplicada a los integrantes de la asociación

Tabla 5
Resultados de la dimensión asociatividad

	Frecuencia	Porcentaje
Inadecuado	4	16%
Adecuado	21	84%
Total	25	100%

Elaboración: Propia

Fuente: Encuesta aplicada a los integrantes de la Asociación

Nota: La amplitud del intervalo de la categoría inadecuado se encuentra entre los valores 15 y 45 mientras que la categoría Adecuado está entre 46 y 75.

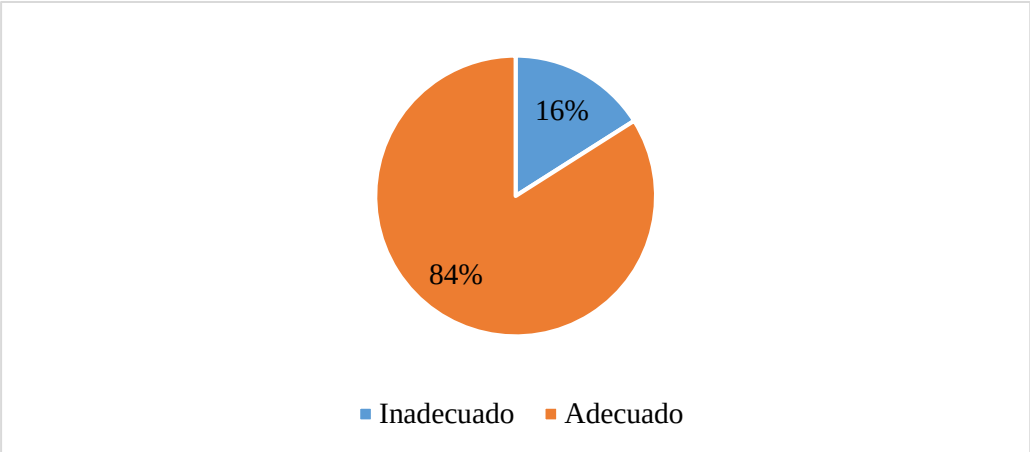

Figura 1. Resultados de la dimensión asociatividad

Interpretación:

Según los datos mostrados en las tablas 2, 3, 4, 5 y la figura 1 para la valoración fue necesaria determinar dos escalas (inadecuado, adecuado), a partir de 5 escalas tipo Likert, lo que mediante una valoración de 15 preguntas permitió identificar que el 84% considera que el factor asociatividad es adecuado, mientras que el 16% la determina como inadecuada.

El factor o dimensión asociatividad se encuentra determinado por los indicadores: confianza, participación e información lo que llevó a valorarlo de la siguiente manera:

4.1.1.1.1. *Indicador confianza*

Para poder valorar el indicador confianza se ha seguido el siguiente procedimiento:

Tabla 6
Datos generales a valorar para el indicador confianza

Cantidad de Escala. Respuesta.	5
Valor mín. de Instrumento	1
Valor Máx. de Instrumento	5
Cantidad de ítems	5
Cantidad de muestra	25
N° de Categoría. A Valorar	2

Elaboración: Propia
Fuente: Encuesta aplicada a los integrantes de la asociación

Tabla 7
Valor máximo, mínimo, rango y amplitud de intervalo

	Valores
Máximo	25
Mínimo	5
Rango	20
Amplitud de Intervalo	10

Fuente: Encuesta aplicada a los integrantes de la asociación

Tabla 8
Valoración del indicador confianza

	Desde	Hasta
Inadecuado	5	15
Adecuado	16	25

Elaboración: Propia

Fuente: Encuesta aplicada a los integrantes de la Asociación

Tabla 9
Resultados del indicador confianza

	Frecuencia	Porcentaje
Inadecuado	2	8%
Adecuado	23	92%
Total	25	100%

Elaboración: Propia

Fuente: Encuesta aplicada a los integrantes de la Asociación

Nota: La amplitud del intervalo de la categoría Inadecuado se encuentra entre los valores 5 y 15 mientras que la categoría Adecuado está entre 16 y 25.

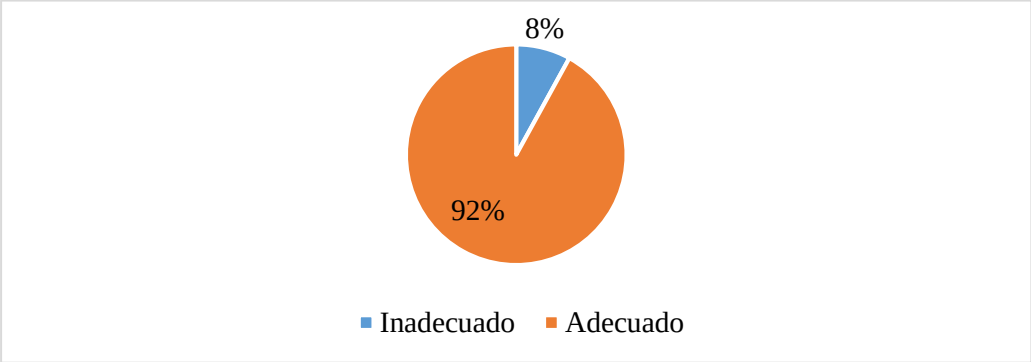

Figura 2. Resultados del indicador Confianza

Interpretación:

Según los datos mostrados en las tablas 6, 7, 8, 9 y la figura 2 para la valoración fue necesaria determinar dos escalas (inadecuado, adecuado), a partir de 5 escalas tipo Likert, lo que mediante una valoración de 5 preguntas permitió identificar que el 92% considera que la confianza entre los socios es adecuada mientras que el 8% la considera inadecuada.

4.1.1.1.2. *Indicador Participación*

Para poder valorar el indicador participación se ha realizado de la siguiente manera:

Tabla 10
Datos generales a valorar para el indicador participación

Cantidad. De Escala. Respuesta.	5
Valor mín. de Instrumento	1
Valor Máx. de Instrumento	5
Cantidad de ítems	5
Cantidad de muestra	25
N° de Categorías a Valorar	2

Elaboración: Propia

Fuente: Encuesta aplicada

Tabla 11
Valor máximo, Mínimo, Rango y amplitud de intervalo

	Valores
Máximo	25
Mínimo	5
Rango	20
Amplitud de Intervalo	10

Elaboración: Propia

Fuente: Encuesta aplicada a los integrantes de la asociación

Tabla 12
Valoración del Indicador participación

	Desde	**Hasta**
Inadecuado	5	15
Adecuado	16	25

Elaboración: Propia

Fuente: Encuesta aplicada a los integrantes de la asociación

Tabla 13
Resultados del Indicador Participación

	Frecuencia	**Porcentaje**
Inadecuado	10	40%
Adecuado	15	60%
Total	25	100%

Elaboración: Propia

Fuente: Encuesta aplicada

Nota: La amplitud del intervalo de la categoría Inadecuado se encuentra entre los valores 5 y 15 mientras que la categoría Adecuado está entre 16 y 25.

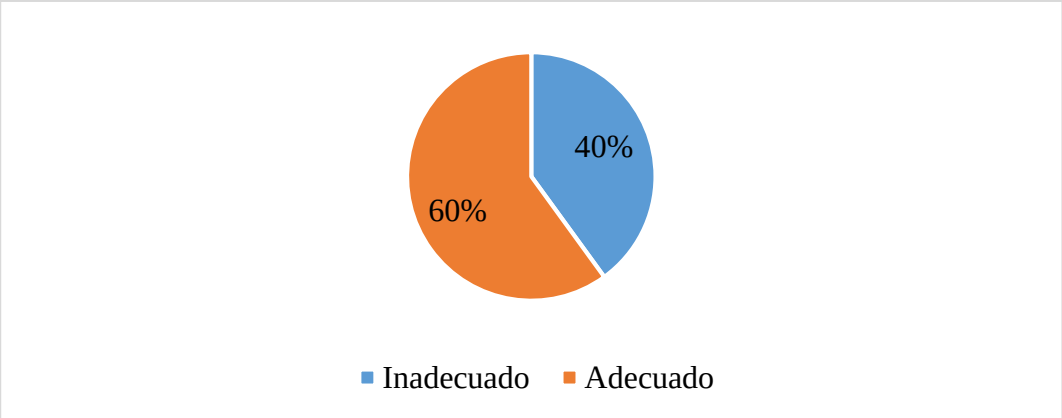

Figura 3. Resultados del indicador participación

Interpretación:

Según los datos mostrados en las tablas 10, 11, 12, 13 y la figura 3 para la valoración fue necesaria determinar dos escalas (inadecuado, adecuado), a partir de 5 escalas tipo Likert, lo que mediante una valoración de 5 preguntas permitió identificar que el 60% considera que la participación entre los socios es adecuada mientras que el 40% la considera inadecuada.

4.1.1.1.3. *Indicador Información*

Para valorar el indicador información se ha realizado de la siguiente manera:

Tabla 14
Datos generales a valorar para el indicador información

Cantidad de escala Respuesta	5
Valor mín. de Instrumento	1
Valor Máx. de Instrumento	5
Cantidad de ítems	5
Cantidad de muestra	25
N° de Categorías a Valorar	2

Fuente: Encuesta aplicada

Tabla 15
Valor máximo, Mínimo, Rango y amplitud de intervalo

	Valores
Máximo	25
Mínimo	5
Rango	20
Amplitud de Intervalo	10

Fuente: Encuesta aplicada

Tabla 16
Valoración del indicador información

	Desde	**Hasta**
Inadecuado	5	15
Adecuado	16	25

Fuente: Encuesta aplicada

Tabla 17
Resultados del indicador información

	Frecuencia	**Porcentaje**
Inadecuado	9	36%
Adecuado	16	64%
Total	25	100%

Elaboración: Propia

Fuente: Encuesta aplicada

Nota: la amplitud del intervalo de la categoría Inadecuado se encuentra entre los valores 5 y 15 mientras que la categoría Adecuado está entre 16 y 25.

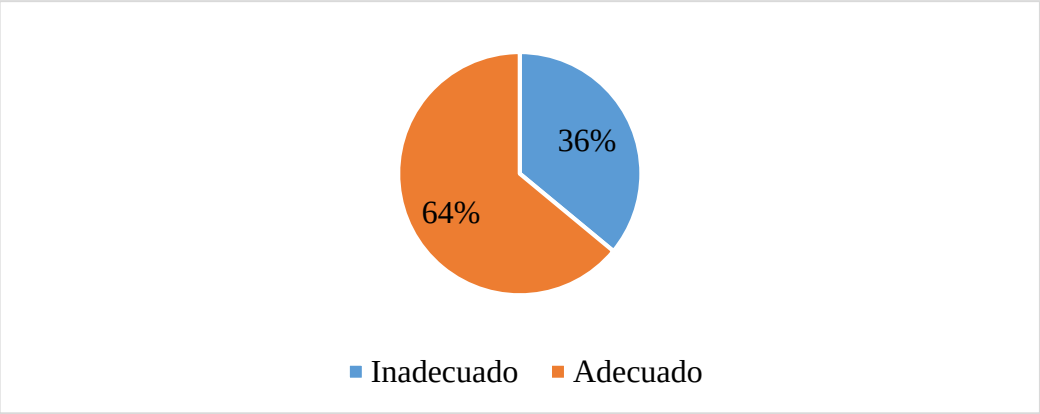

Figura 4. Resultados del indicador información

Interpretación:

Según los datos mostrados en las tablas 14, 15, 16, 17 y la figura 4 para la valoración fue necesaria determinar dos escalas (inadecuado, adecuado), a partir de 5 escalas tipo Likert, lo que mediante una valoración de 5 permitió identificar que el 64% considera que la información manejada por los socios es adecuada mientras que el 36% la considera inadecuada.

4.1.1.2. *Factor producción:*

El factor producción se encuentra determinado por los indicadores: capacidad de producción, costos de producción, calidad en la producción, tiempo de producción y conocimiento o Know How analizados de la siguiente manera.

4.1.1.2.1. *Indicador capacidad de producción:*

Tabla 18
Número de colmenas

N° colmenas	Porcentaje	N° apicultores
1 a 3	60%	15
5 a 7	16%	4
8 a 10	16%	4
17 a 20	8%	2
Total	100%	25

Fuente: Encuesta aplicada

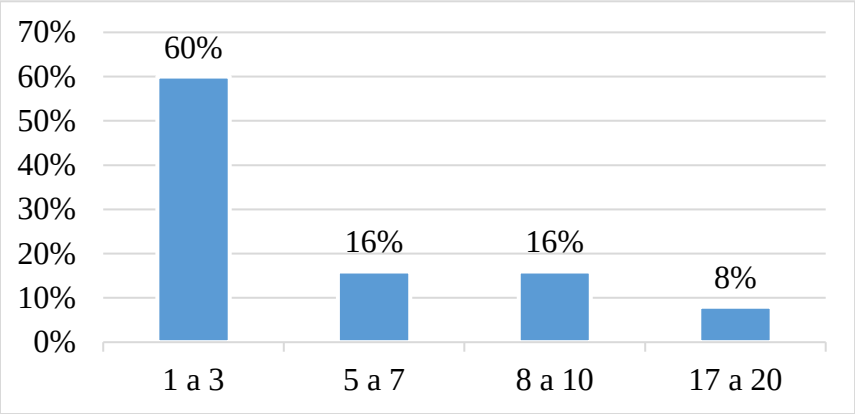

Figura 5. Número de colmenas

Interpretación:

Según los datos mostrados en la tabla 18 y figura 5, el 60% de los integrantes de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la Peca, poseen de 1 a 3 colmenas, mientras que el 8% de los socios poseen de 17 a 20 colmenas.

Tabla 19
Rendimiento de miel por colmena en Kg

Producción (kg)	Porcentaje	N° apicultores
15 kg	80%	20
20 kg	20%	5
Total	100%	25

Fuente: Encuesta aplicada

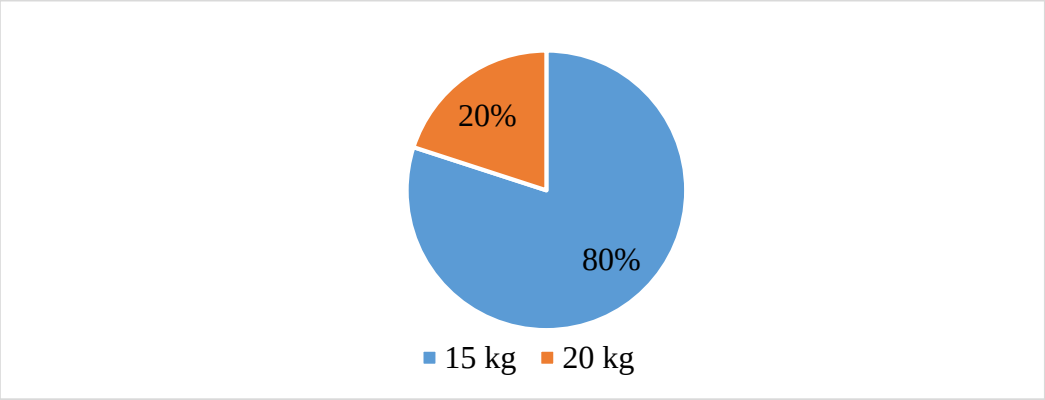

Figura 6. Rendimiento en kilogramos por colmena

Interpretación:

De los datos mostrados en la tabla 19 y la figura 6 el rendimiento más frecuente en kilogramos por colmena es15 Kg, el cual es obtenido por el 80% de los apicultores. Mientras que el 20 % de los apicultores obtienen un rendimiento de 20 Kg por colmena.

Tabla 20
Capacidad de producción de miel de abeja al año.

Colmenas en producción	Cantidad de miel cosecha/colmena	N° de cosechas/ año	Kg de miel/año
1	15	4	60
8	15	4	480
2	15	3	90
8	15	4	480
10	15	4	600
17	15	3	765
5	20	3	300
10	15	4	600
6	15	3	270
3	15	4	180
2	15	2	60
3	15	2	90
2	15	4	120
1	15	4	60
20	20	3	1200
1	15	2	30
1	15	2	30
2	15	2	60
7	20	2	280
7	20	3	420
2	20	3	120

2	15	2	60
2	15	2	60
1	15	4	60
1	15	2	30
	Total de kg anual		6505

Fuente: Asociación de apicultores.

Tabla 20. La asociación produce al año en promedio 6,505 kg de miel de abeja, Cantidad que destinan a dos compradores nacionales.

4.1.1.2.2. *Indicador costos de producción:*

Tabla 21
Costo de la cosecha de miel por colmena (S/)

Costo de la cosecha de miel (S/)	**N° apicultores**	**Porcentaje**
15	20	80%
20	5	20%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada

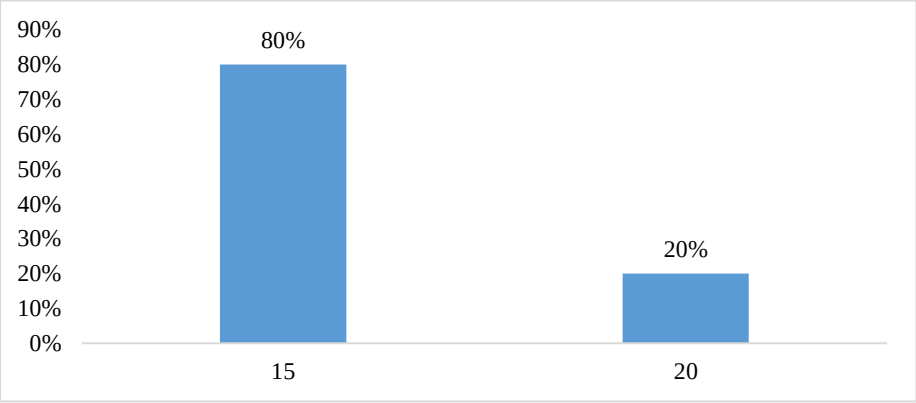

Figura 7: Costo de la cosecha de miel por colmena en soles

Interpretación

De acuerdo a la tabla 21 y la figura 7, el 80 % de los apicultores indican que el costo de producción de la miel de abeja por colmena es S/15 y el 20% indican que su costo es igual a S/20.

Tabla 22
Número de cajas por colmena

Número de cajas	Porcentaje	Frecuencia
2	100%	25

Fuente: Encuesta aplicada

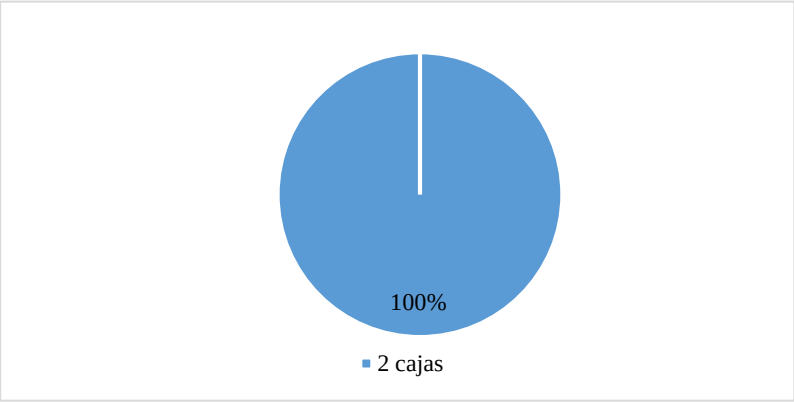

Figura 8. Número de cajas por colmena

Interpretación:

Según los datos mostrados en la tabla 22 y la figura 8, el 100% de las personas pertenecientes a la asociación de apicultores El Dulce Amazónico de la PECA, tiene un promedio de 2 cajas por colmena.

Tabla 23
Costos por caja

Costo (S/)	Porcentaje	Frecuencia
160	72%	18
155	4%	1
150	20%	5
145	4%	1
TOTAL	100%	25

Fuente: Encuesta aplicada

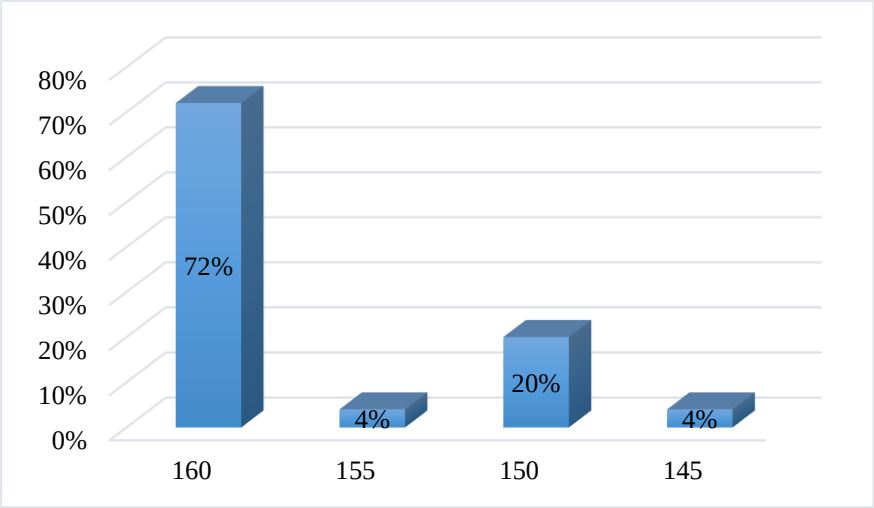

Figura 9. Costos por caja

Interpretación:

Según los datos mostrados en la tabla 23 y la figura 9 del total de integrantes de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la PECA, un 4% adquiere las cajas por un precio de 145 y 155 nuevos soles por unidad, mientras que el 72% las adquiere a un precio de 160 nuevos soles.

Tabla 24
Tiempo de vida de la caja

Años de duración	Porcentaje	Frecuencia
4 años	12%	3
5 años	64%	16
6 años	16%	4
7 años	8%	2
Total	100%	25

Fuente: Encuesta aplicada

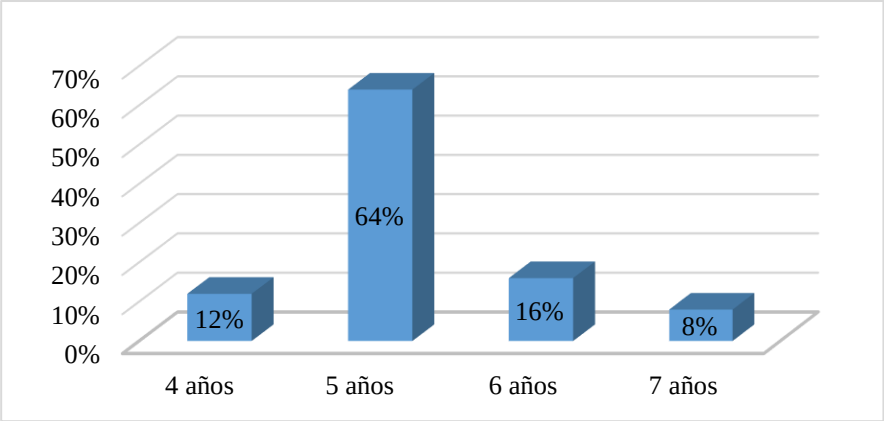

Figura 10. Tiempo de vida de la caja

Interpretación:

Según los datos mostrados en la tabla 24 y la figura 10 del total de encuestados el 8% menciona que la duración de sus cajas compradas es de 7 años, mientras que el 64% menciona que la durabilidad de una caja es de 5 años.

Tabla 25
Número de trabajadores por cosecha

N° de trabajadores	Porcentaje	Frecuencia
1	64%	16
2	24%	6
3	8%	2
4	4%	1
Total	100%	25

Fuente: Encuesta aplicada

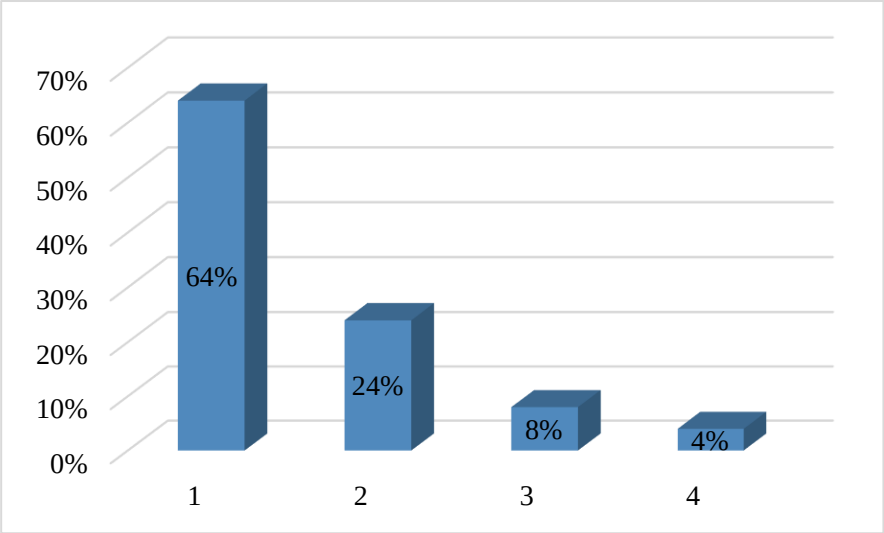

Figura 11. Número de trabajadores por cosecha

Interpretación:

Según los resultados presentados en la tabla 25 y la figura 11, el 4% de los apicultores emplea 4 trabajadores por cosecha de miel mientras que el 64% emplea apenas un trabajador en la cosecha.

Tabla 26
Salario promedio por trabajador

Salario pagado	Porcentaje	Frecuencia
25 soles	100%	25

Fuente: Encuesta aplicada

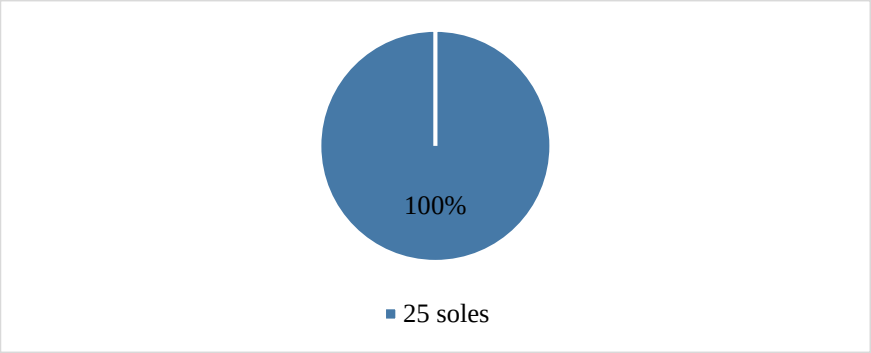

Figura 12. Salario promedio por trabajador

Interpretación:

De acuerdo a la tabla 26 y la figura 12, el 100% de los encuestados pagan un salario promedio por trabajador de 25 soles.

Tabla 27
Ceras utilizadas por colmena (Kg)

Ceras por colmena (Kg)	Porcentaje	Frecuencia
1	100%	25

Fuente: Encuesta aplicada

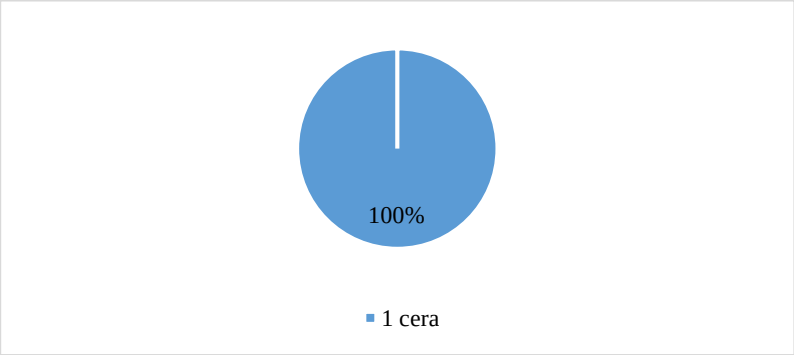

Figura 13. Ceras por colmena en Kg

Interpretación:

Según los datos obtenidos en la tabla 27 y la figura 13 del total de encuestados el 100% menciona que gasta 1 Kg de cera por Colmena.

Tabla 28
Costo de la cera por colmena

Precio de la cera	Porcentaje	Frecuencia
65 soles	4%	1
70 soles	12%	3
75 soles	8%	2
80 soles	72%	18
85 soles	4%	1

Fuente aplicada

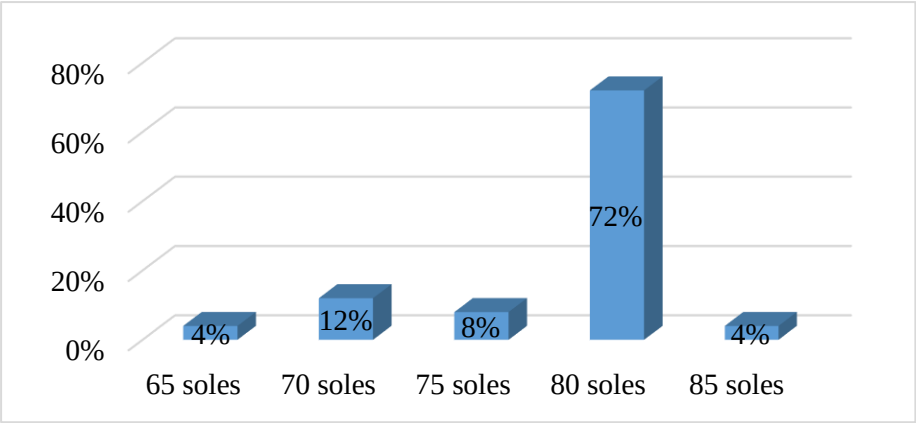

Figura 14. Costo de la cera por colmena

Interpretación:

Según la información presentada en la tabla 28 y la figura 14 del total de encuestados el 4% menciona que el costo de la cera es de 65 soles, otro 4% a 85 soles y un 72% a 80 soles.

Tabla 29
Otros insumos y costos empleados

Insumo	Cantidad	Costo	Porcentaje
Agua	1/2 litro	0.00 soles	100%
Complejo b	1 pastilla	0.10 céntimos	
azúcar	1/4 kg	0.80 céntimos	
Total	-	0.90 Céntimos	

Fuente: Encuesta aplicada

Interpretación:

Según la tabla 29. El 100% de los encuestados emplean insumos como agua, complejo b, azúcar en cantidades de medio litro, una pastilla y un cuarto de kilogramo. Los costos de los insumos empleados ascienden a 0.90 céntimos.

Tabla 30
¿Qué maquinaria utiliza para su cosecha?

Descripción	Total de Socios	Porcentaje
Centrifuga	25	100%
otro	0	0%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada

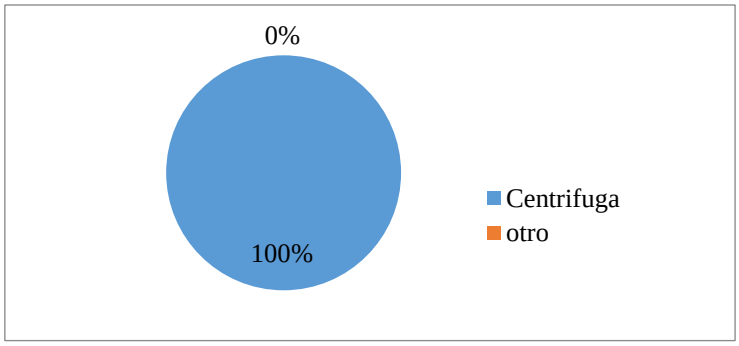

Figura 15. Máquina que utilizada para su cosecha

Interpretación:

Según la tabla 30 y la figura 15. El 100% de los apicultores afirma usar solo la centrifuga como única maquinaria en el tiempo de cosecha.

Tabla 31
La maquinaria que utiliza para su cosecha es: propia o alquilada

Descripción	**Total de Socios**	**Porcentaje**
Propia	9	36%
Alquilada	16	64%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada

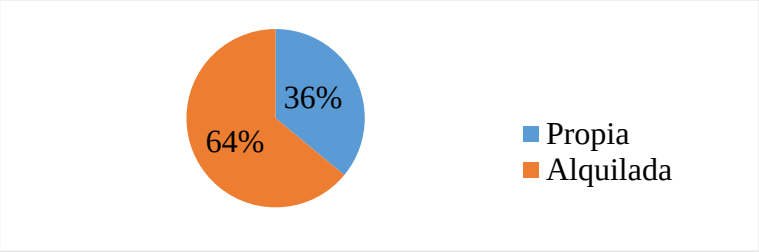

Figura 16. La maquinaria que utiliza para su cosecha es: propia o alquilada

Interpretación:

Según la tabla 31 y la figura 16. El 64% de los asociados indican que la centrifuga empleada durante la cosecha es alquilada.

Tabla 32
Costo de alquiler de la centrifuga.

Descripción	**Total de Socios**	**Porcentaje**
15 soles	25	100%
otros	0	0%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada

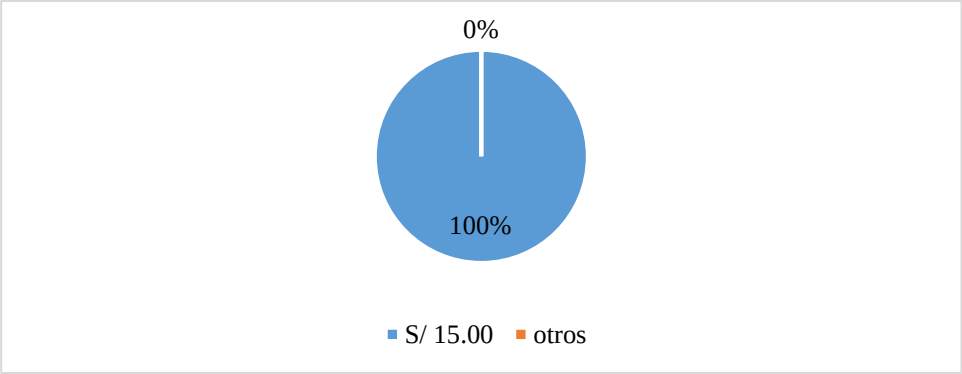

Figura 17. Costo de alquiler de la centrifuga.

Interpretación:

Según la tabla 32 y la figura 17. El 100% de los asociados indican su costo por el alquiler de la maquinaria es S/15 por día.

4.1.1.2.3. *Indicador calidad en la producción*

Tabla 33
Tipo de abejas utilizadas para la producción.

Tipo de abeja	Porcentaje	Cantidad
Criollas	100%	25
Otras	0%	0

Fuente: Encuesta aplicada

Interpretación:

Según la información presentada en la tabla 33, el 100% de los apicultores encuestados mencionan que trabaja con abejas criollas, obtenidas por la caza silvestre.

Tabla 34
¿Usan químicos en la producción de la miel?

Descripción	Total de Socios	Porcentaje
SI	25	100%
NO	0	0%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada

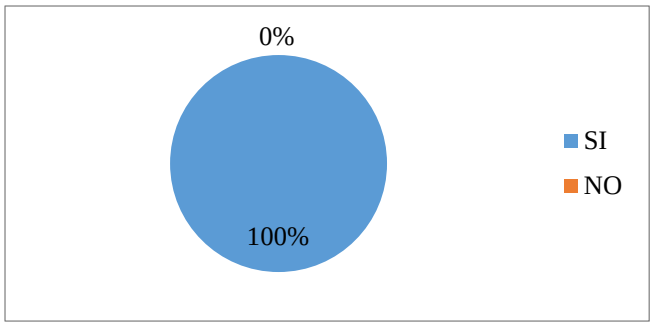

Figura 18. Usan químicos en la producción de la miel

Interpretación:

Según la tabla 34 y la figura 18. Los apicultores indican que no han utilizado ningún tipo de químicos para la producción de miel.

Tabla 35
¿ Ha presentado alguna plaga en el apiario?

Descripción	Total de Socios	Porcentaje
SI	25	100%
NO	0	0%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada

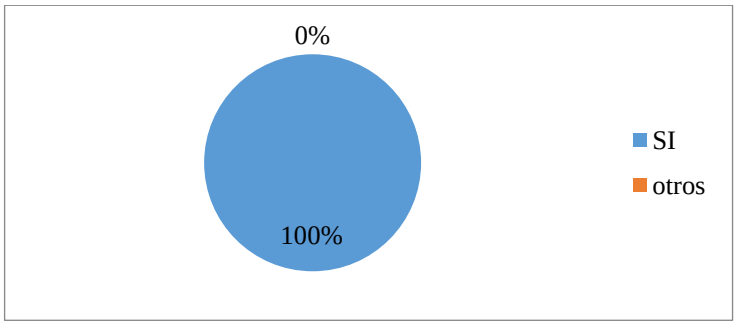

Figura 19. ¿Ha presentado alguna plaga en el apiario?

Interpretación:

Según la tabla 35 y la figura 19. El 100% de los apicultores indican que “Si” han presentado plagas en sus apiarios.

Tabla 36
Realiza alguna prevención para evitar la presencia de enfermedades en su apiario

Descripción	Total de Socios	Porcentaje
NO	25	100%
SI	0	0%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada

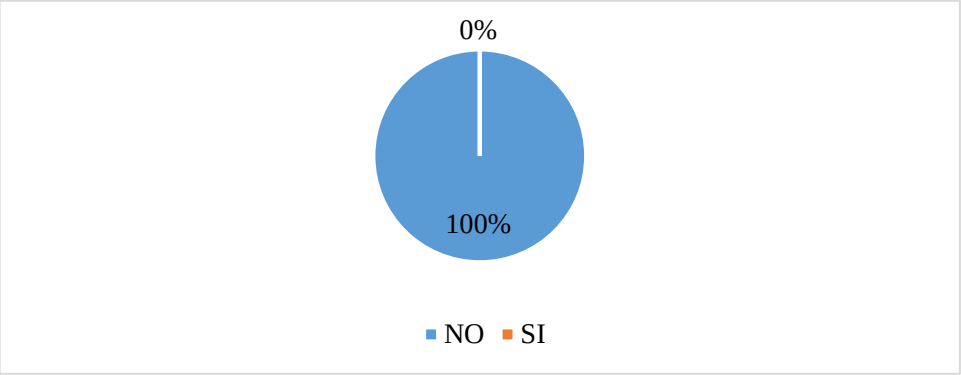

Figura 20: Realiza alguna prevención para evitar la presencia de enfermedades en su apiario

Interpretación:

Según la tabla 36 y la figura 20. El 100% de los apicultores "No" toman medidas preventivas para evitar la presencia de plagas. Su influencia es negativa en la producción de la miel.

4.1.1.2.4. *Indicador tiempo en la producción*

Tabla 37
¿En qué mes se inician las cosechas de miel de abeja?

Inicio	Termino	Porcentaje	Cantidad
Setiembre	Diciembre	60%	15
Octubre	Diciembre	40%	10
		100%	25

Fuente: Encuesta aplicada

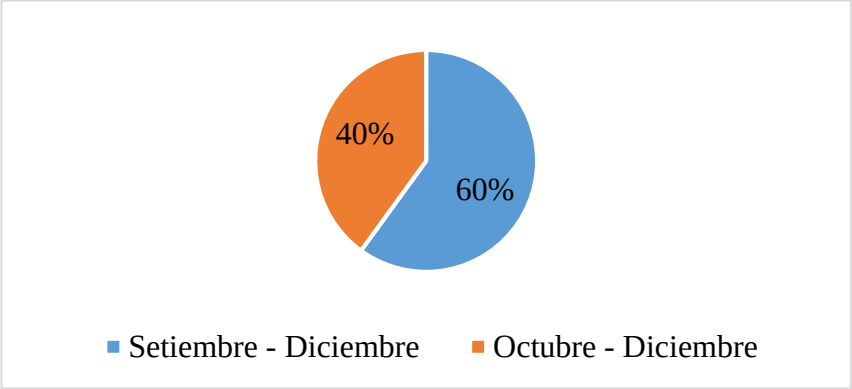

Figura 21. Inicio y termino de la cosecha de miel de abeja

Interpretación:

Según la tabla 37 y la figura 21, la asociación de apicultores el 60% inician la cosecha de miel de abeja a partir de setiembre y finaliza en diciembre. El 40% indica que inician en octubre y finaliza en diciembre.

Tabla 38
Número de cosechas al año

Número de cosechas	Porcentaje	Cantidad
2	36%	9
3	28%	7
4	36%	9
	100%	25

Fuente: Encuesta aplicada

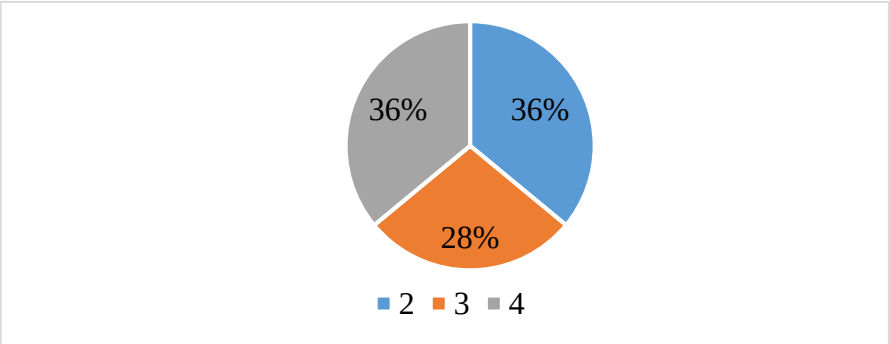

Figura 22. Número de cosechas realizadas al año

Interpretación:

En la tabla 38 y la figura 22, indica que el 36% de los encuestados realiza 3 y 4 cosechas al año, mientras el 28%, realiza tres cosechas al año.

4.1.1.2.5. *Indicador conocimiento o Know How*

Tabla 39
Años de experiencia en la actividad apícola

Años	Socios	Porcentaje
1 a 3	15	60%
4 a 7	8	32%
8 a 15	2	8%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada.

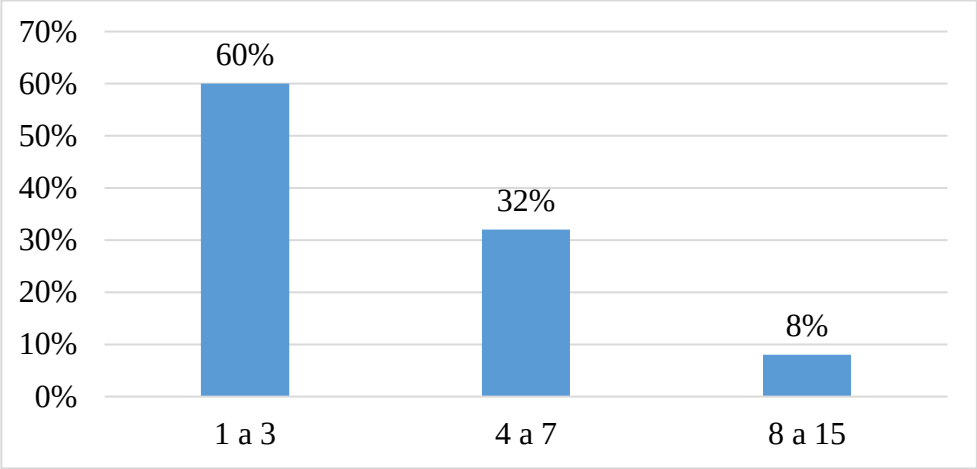

Figura 23. Años de experiencia de los integrantes de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la PECA

Interpretación:

Según los datos analizados en la tabla 39 y la figura 23, el 60% del total de socios tienen de 1 a 3 años de experiencia en la actividad apícola y solo el 8% cuenta entre 8 a 15 años.

4.1.1.3. *Factor económico*

Este factor ha sido evaluado mediante sus indicadores de la siguiente manera

4.1.1.3.1. *Indicador Ingresos:*

Tabla 40
Precio de venta por kilo de miel

Precio de venta/ kg	Socios	Porcentaje
S/. 12	23	92%
S/. 14	2	8%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada

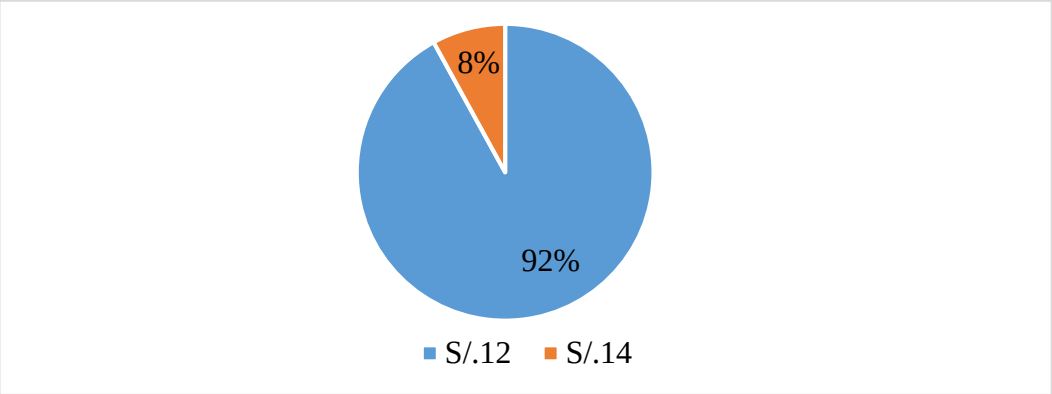

Figura 24. Precio de venta por kilo de miel

Interpretación:

Según los datos analizados en la tabla 40 y la figura 24, el 92% del total de encuestados mencionan que el precio por kilo de miel vendido es 12 soles.

Tabla 41
Margen de ganancia por kilogramo de miel vendida.

Margen de ganancia	**Socios**	**Porcentaje**
S/6 - S/7	5	20%
S/8 - S/9	13	52%
S/10 - S/12	7	28%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada

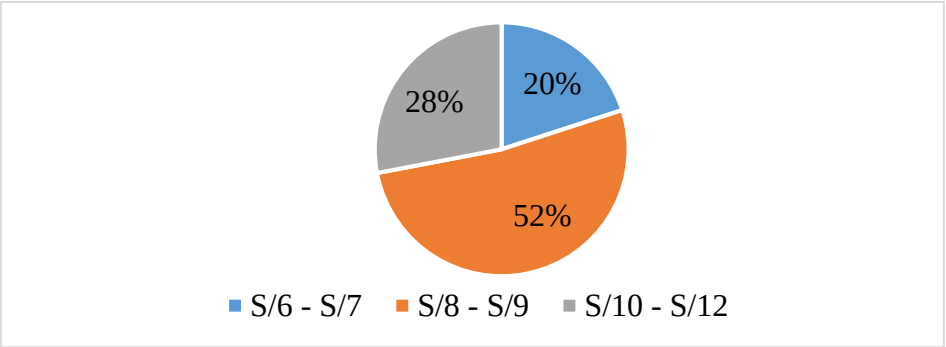

Figura 25. Margen de ganancia por kilogramo de miel vendida

Interpretación:

Según los datos presentados en la tabla 41 y la figura 25 del total de encuestados el 20%, menciona que tiene un margen de ganancia de 6 a 7 soles por kilogramo, un 52% mencionan que tienen un margen de ganancia de 8 a 9, mientras que el 28% afirman que tienen un margen de ganancia de 10 a 12 soles por kilogramo de miel vendida.

4.1.1.3.2. *Indicador capital de trabajo:*

Tabla 42
¿ Ha solicitado un crédito para invertir en la producción de miel de abeja

Escala	Porcentaje	Socios
No	84%	21
Si	16%	4
Total	100%	25

Fuente: Encuesta aplicada

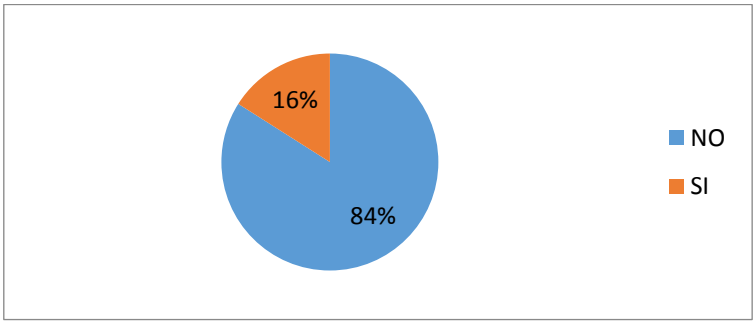

Figura 26. Solicitud de créditos

Interpretación

Según la información planteada en la tabla 42 y la figura 26 del total de encuestados el 16% menciona que "SI" ha solicitado un crédito, mientras que el 84% mencionan que "NO" ha solicitado ningún crédito.

Tabla 43
¿Qué porcentaje de sus utilidad obtenido por la venta de la miel reinvierte para la producción?

Porcentaje de Ingreso invertido	Porcentaje de frecuencia	Frecuencia
40%	4%	1
45%	8%	2
50%	20%	5
60%	8%	2
80%	20%	5
90%	8%	2
100%	32%	8
Total	100%	25

Fuente: Encuesta aplicada

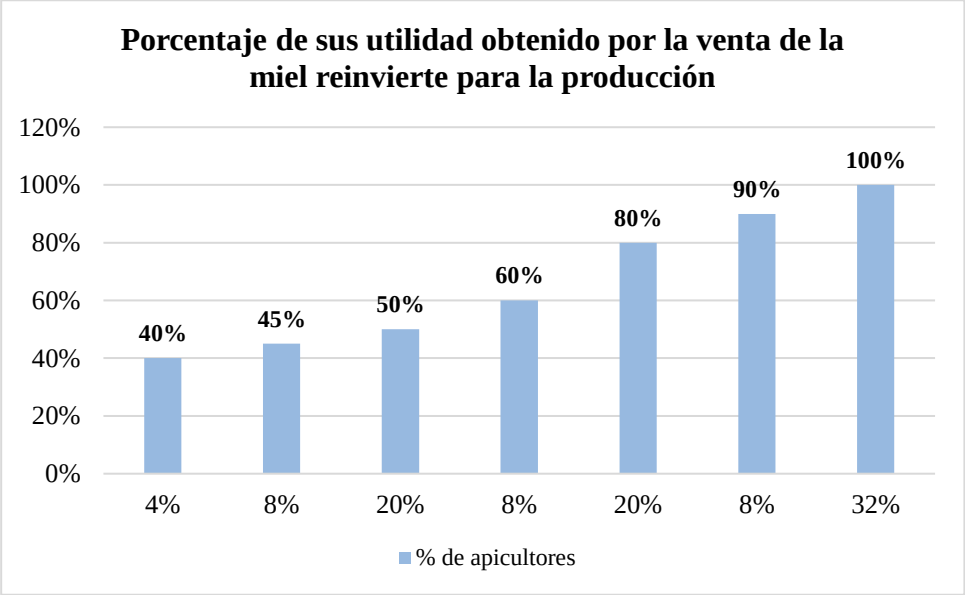

Figura 27. Porcentaje de ingresos por venta de miel, reinvertidos en la producción de miel de abeja.

Interpretación:

Según la tabla 43 y la figura 27 del total de encuestados el 4% de los encuestados mencionan que reinvierten un 40% de sus ingresos obtenidos por venta de miel de abeja en la producción de esta, mientras que el 32% menciona que reinvierte el 100% de los ingresos obtenidos por venta de miel de abeja en la producción.

4.1.2. Exportación de Miel

Para analizar la exportación de miel se realizó un análisis documental mediante el uso del portal web Trade Map, en donde se extrajo datos bajo la sub-partida arancelaria del Sistema armonizado 040900, correspondiente a la miel natural. Se analizó los principales exportadores, importadores y precio FOB.

Tabla 44
Principales mercados importadores de miel natural – Valor CIF USD (2013-2015)

Posición	Importadores	2013	2014	2015	Crecimiento en valor
1	Estados Unidos	153,065	165,945	175,205	14%
2	Alemania	92,632	83,256	87,068	-6%
3	Reino Unido	38,337	39,029	41,876	9%
4	Francia	28,774	34,276	32,806	14%
5	Japón	39,030	37,870	36,222	-7%
6	Bélgica	26,009	27,923	32,147	24%
7	Italia	18,493	21,174	23,595	28%
8	China	4,857	5,792	6,517	34%
9	España	22,096	24,368	30,651	39%
10	Arabia Saudita	17,395	21,244	14,905	-14%

Fuente: TradeMap

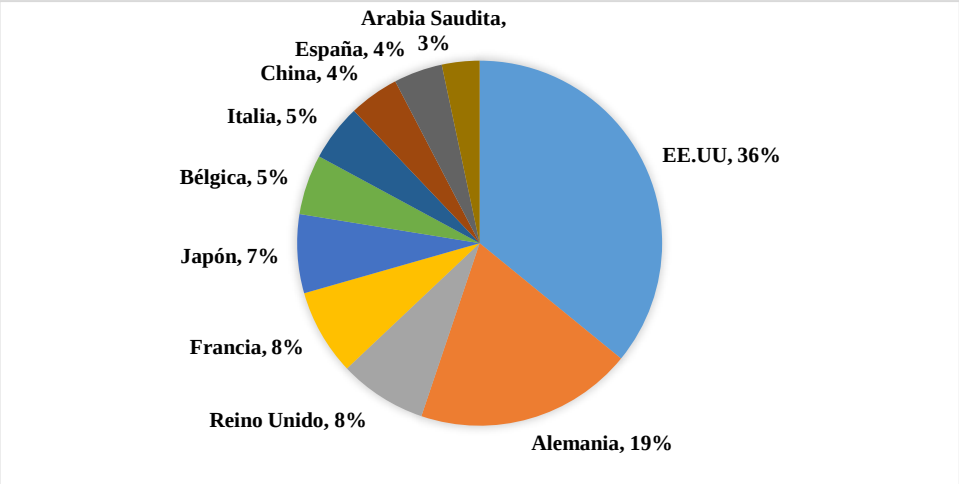

Figura 28. Participación en el mercado de los Principales países importadores de miel natural

De acuerdo a la Tabla 44 y la figura 28. Se presentan los 10 mercados importadores de miel natural. Estados Unidos es el principal mercado importador en el mundo y tiene una participación en el mercado internacional del 36%.

Tabla 45
Principales mercados exportadores de miel natural – Valor FOB USD (2013-2015)

Posición	Exportadores	2013	2014	2015	Participación
1	China	124,901	129,824	144,756	33%
2	Argentina	65,180	54,500	45,659	11%
3	México	33,458	39,152	42,161	10%
4	Alemania	23,610	24,730	26,146	6%
5	India	30,099	26,976	40,829	9%
6	Vietnam	27,254	36,095	25,223	6%
7	España	21,284	26,111	26,262	6%
8	Ucrania	21,674	36,336	36,013	8%
9	Brasil	16,181	25,317	22,206	5%
10	Bélgica	22,020	20,734	25,154	6%

Fuente: TradeMap

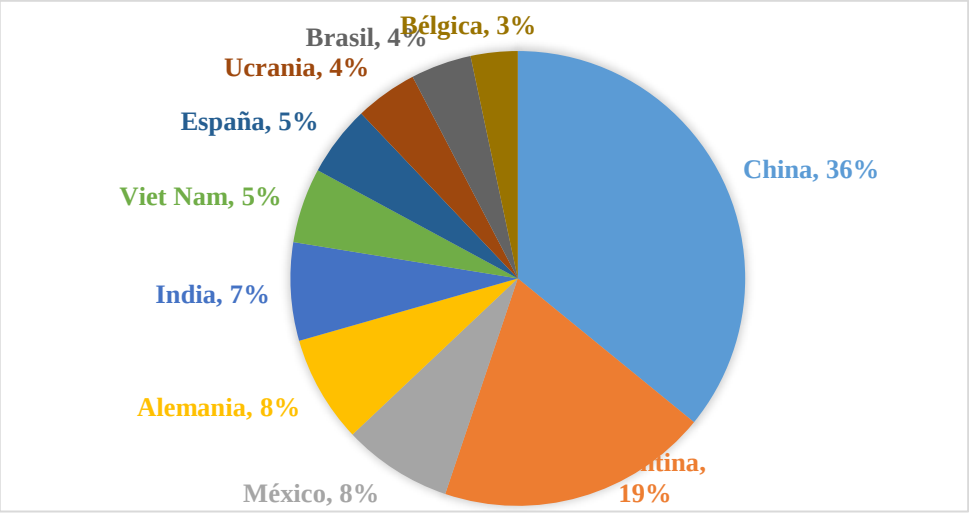

Figura 29. Mercadores exportadores de miel natural

Tabla 45 y la figura 29. Se presenta los 10 mercados exportadores de miel natural. China es el principal mercado exportador. Su participación en el mercado es igual al 33%, seguido de Argentina y México, con participación de 11% y 10% respectivamente.

Tabla 46
Valor promedio FOB USD (2013-2015)

Posición	Exportadores	2013	2014	2015	Promedio
1	China	1.97	2.00	1.99	1.99
2	Argentina	3.26	3.75	3.59	3.53
3	México	3.36	3.76	3.70	3.60
4	Alemania	5.95	6.11	5.44	5.83
5	India	2.52	2.86	2.98	2.79
6	Vietnam	3.30	3.68	4.08	3.69
7	España	4.30	4.61	3.87	4.26
8	Ucrania	2.44	2.56	2.33	2.45
9	Brasil	3.34	3.89	3.68	3.64
10	Bélgica	3.31	3.52	3.21	3.35
Promedio		3.38	3.68	3.49	3.51

Fuente: TradeMap

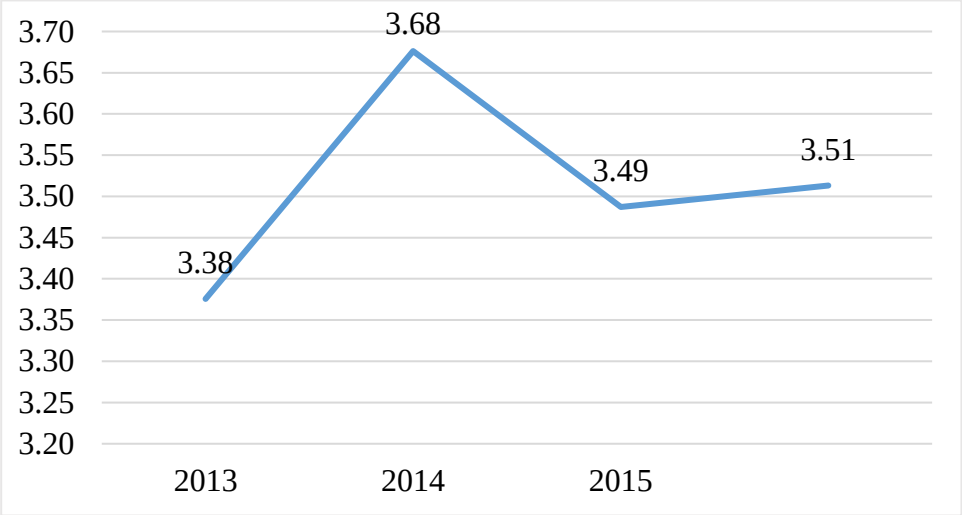

Figura 30. Valor Promedio FOB USD (2013 - 2015)

Tabla 46 y la figura 30. En el año 2015, el precio promedio FOB mundial fue 3.49 USD. Alemania exportó el kilo de miel natural a 5.44 USD, por encima del precio promedio FOB ofrecido en el mercado internacional. China exportó la miel a 1.99 USD/kg, por debajo del precio promedio.

Tabla 47
Evaluación del factor exportación de miel

Exportación de miel		Descripción	Evaluación	Brecha
Dimensión	**Indicador**			
Comercial	Capacidad de exportación	La capacidad de producción anual es de 6505 kg de miel de abeja, tomando en cuenta que la mayoría de colmenas producen 15kg	Para la exportación de un contenedor es necesario 22000 kg de miel de abeja.	La asociación produce sólo el 29% del total necesario para la exportación
	Cantidad de mercados (demanda)	Existen tres destinos a exportar según el portal TradeMap con la partida del Sistema Armonizado 040900. Principales importadores EE.UU, Alemania y Reino unido	Según el portal SUNAT (2016). Las exportaciones peruanas se han destinado mayormente a Estados Unidos.	
INCOTERM 2010	Precio FOB (internacional)	Los precios FOB varían en gran medida por año y mes, encontrándose sujeto a los volúmenes de exportación	El valor FOB promedio en el año 2015 fue 3.49 USD/Kg	SUNAT (2016). El valor FOB unitario con destino Estados Unidos fue 3.22 USD.

Elaboración: Propia

4.1.3. Exportación de miel de abeja para el mercado de Estados Unidos.

4.1.3.1. *Descripción del Producto*

La Real Academia Española (2016). Define la miel de abeja como: *"Sustancia viscosa, amarillenta y muy dulce, que producen las abejas transformando su estómago el néctar de las flores, devolviéndolo por la boca para llenar con él los panales y que sirva de alimento a las crías"*

4.1.3.2. *Código sistema armonizado local*

El código armonizado de Estados Unidos tiene las siguientes sub-clasificaciones.

Tabla 48
Descripción de la miel de abeja

Código Sistema Armonizado	Descripción
0409000020	Natural Honey Packaged for Retail Sale (kg.
0409000025	Comb Honey and Honey Packaged for Retail Sale (kg.)
0409000062	Natural Honey, Not for Retail Sale, Light Amber (kg.)
0409000064	Natural Honey, Not Packaged forRetail Sale, Nesoi (kg).

Fuente: Arancel Aduanero Estados Unidos

4.1.3.3. *Arancel bajo el acuerdo de Promoción Comercial*

Organización Mundial de Comercio (2018). La importación de miel de abeja en Estados Unidos, está sujeta a una base arancelaria general de 1.9 céntimos por kilo.

A partir del 01 de febrero del 2009, entra en vigencia El Acuerdo de Promoción Comercial (APC) Perú – EE. UU, los aranceles para la mayoría de productos peruanos fueron eliminados. El arancel para la miel en este estudio es 0%.

Tabla 49
Arancel base de la miel natural establecido por Estados Unidos

Descripción	Producto	Derecho especifico
Tipo de derecho aplicado	Miel natural	1.9 cents/kg
Tipo arancelario de libre comercio para el Perú		0%

Fuente: Organización Mundial de Comercio[1]

[1] http://tao.wto.org/report/TariffLinesHS6.aspx

4.1.3.4. *Barreras Para-arancelarias*

El ingreso de mercancías al mercado estadounidense se divide en 2 etapas:

1. Tramite de la documentación necesaria para determinar si la mercancía puede ser liberada de la custodia de Aduana.4
2. Tramite de los documentos que contienen información sobre aranceles y propósitos estadísticos.

Como consecuencias de los ataques terroristas, el Servicio de Aduanas exige obligatoriamente la documentación de la mercancía enviada vía marítima con 24 horas de anticipación a la llegada al puerto de destino.

La importación de bienes debe cumplir los siguientes requisitos:

- Someter las declaraciones del país de origen exigidas por la Aduana de EE.UU. Los criterios para establecer el origen son:
  El país de origen corresponde al país donde fue fabricado completamente
  El país de origen de un producto que es ensamblado o fabricado en más de un país queda determinado por lugar donde ocurrió el proceso más importante.
- Cumplir con los requisitos de la factura al ingreso, con una descripción detallada de la mercancía, además debe incluir:
  Nombre
  Número y marca de identificación
  Descripción del articulo y cantidad
  País de origen y fecha de exportación
  Puerto de destino y comprador.

4.1.3.5. *Regulaciones de importación y normas de ingreso*

Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior- SIICEX (2015). La miel, al igual que otros productos agrícolas está regulada por FDA (Administración de Alimentos y medicamentos de EE. UU) Este organismo se encarga de la seguridad de los productos alimenticios, la sanidad y etiquetado de los productos, sean nacionales e importados, en todos los puntos de ingresos a través de la Aduana de EE.UU.

La Aduana de acuerdo a su reglamento y leyes, exige la presentación de los siguientes documentos, para acreditar la liberación de la mercancía:

- Cumplimiento de estándares de pureza y producción
  La FDA establece los criterios de “Buenas Prácticas de Manufactura”. Las BPM son acciones generales de higiene y procesos de control que aseguran la

inocuidad de los productos. Estos criterios permiten determinar si el producto ha sido adulterado durante su producción a fin de evitar riegos en la salud de los consumidores.

- Cumplimiento de la Ley seguridad pública y Bioterrorismo

  En el año 2003 entro en vigencia el Acta de Protección de la Salud Pública, Preparación y Respuesta ante el Bioterrorismo. Esta ley permite al FDA responder ante un ataque o amenaza terrorista contra el suministro de alimentos de EE.UU.

  En general, este requerimiento exige un registro y notificación previa por parte de la empresa y sus envíos a los EE. UU.

  Las empresas nacionales y extranjeras que fabriquen, procesen, empaque o mantengan en depósito alimentos para el consumo humano o animal en EE.UU. Si la empresa califica como apto estará exenta de las regulaciones del FDA.

  Todas las empresas relacionadas con alimentos y bebidas en EE. UU, deben registrarse usando los mismos formularios (incluye bodegas, procesadores, importadores, productores, etc.).

  El dueño, operador, o agente a cargo de una planta doméstica en EE.UU. o extranjera que produce/procesa, empaca, o mantiene alimentos para consumo humano o animal en EE.UU., o un individuo autorizado por uno de ellos, debe registrar esa planta con el FDA. Una planta extranjera debe designar a un agente (U. S Agent) que resida legalmente o mantenga un lugar de trabajo en EE.UU. y estar físicamente presente en EE.UU. para propósitos de registro.

  En el caso de envió de muestras, se debe realizar el trámite de registro con tres meses de anticipación a la fecha fijada de la feria o misión comercial.

  Administración de Alimentos y Medicamentos - FDA (2016) Respecto a la notificación previa, la normativa establece notificar la llegada del producto al FDA antes del mediodía del día anterior al que los alimentos importados lleguen a la frontera de EE.UU. o al puerto de entrada en el país. Se debe realizar una notificación por cada partida de producto. Los autorizados para realizar la notificación previa son: El comprador o importador de un artículo alimenticio (o su agente) que reside o mantiene un centro de actividad comercial en EE. UU, el agente, el transportista que trae los productos a

EE.UU. o el transportista en depósito bajo fianza (si el artículo alimenticio se importa a través de EE.UU. para su exportación)

4.1.3.6. *Ingreso, registro de productos y etiquetas.*

La entidad encargada de los tramites de permiso de ingreso es la FDA (Administración de Alimentos y Medicamentos de EE.UU.)

Reglas y registro de etiquetado

Requisitos para el Marcado y Etiquetado

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2010). El gobierno de Estados Unidos exige el etiquetado de los alimentos envasados, con la finalidad, que la información que se brinda al consumidor sea clara, precisa, útil y legible en beneficio del consumidor. Existen dos tipos de etiquetados:

Etiquetado Obligatorio

- **Etiquetado general**

Se debe presentar en ingles utilizando las unidades de medición del sistema inglés (libras, onzas). Se debe considerar lo siguiente:

- Declaración de identidad, nombre común o usual del alimento (naturaleza del producto).
- Marca o logo del producto.
- Declaración exacta del contenido neto (peso, volumen).
- Nombre y lugar del establecimiento del fabricante, envasador o distribuidor, exportador.
- País de origen.
- Si fuera elaborado con dos o más ingredientes, se deberá detallar la lista completa de los ingredientes, enumerados por su nombre común o usual y en orden decreciente a la cantidad presente en el producto.
- Para el etiquetado nutricional, se debe proporcionar los componentes nutricionales como el contenido de calorías y los porcentajes de grasa y grasa saturada; colesterol, sodio, carbohidratos, fibras y azúcar, contenido de proteínas y vitaminas, propiedades dietéticas, aditivos, en determinados formatos y siguiendo reglas establecidas.
- Código de barras

Etiquetado voluntario

Se puede incluir mensajes informativos con descriptores nutritivos o de salud. No se admite mensajes que pueda confundir al consumidor, ni reclamos de salud salvo que hayan sido específicamente aprobados por FDA.

Figura 31. Etiquetado de productos.

Regulaciones especiales para la miel

Oficina Comercial de Pro Chile (2012). Se deben tener en cuenta los siguientes controles.

1. Controles sanitarios y veterinarios en el punto de ingreso.

2. Inspección de aduanas y control de residuos (ejemplo, tylosina, penicilina, erytromicina, sulfonamidas, tetraciclinas, antibióticos). Estados Unidos es muy exigente en el tema residuos (ej. trozos de cera, polen, tierra y otras materias inorgánica u orgánica) y sistemas de trazabilidad, de manera que es necesario seguir los procesos desde la colmena hasta que el producto es envasado.

3. Control de calidad y etiquetado del FDA: El FDA puede determinar la realización de una inspección física del producto, la cual se puede hacer a una muestra o incluso a todo el embarque, tiene la opción de retener el embarque en aduana, mientras se obtengan los resultados del análisis.

Departamento de Agricultura de EEUU (US Department of Agriculture, USDA) (1985). Este organismo ha establecido grados o estándares de calidad para la miel que

se comercializa dentro del país. Estos estándares establecen características y especificaciones de la miel, relativas a su sabor, claridad, solubilidad y aroma, como también hacen referencia a otros factores, como la ausencia de algunos componentes. El USDA cuenta con una publicación en la cual se puede encontrar el detalle acerca de las definiciones y procedimientos para determinar los grados de la miel.

Tipos de miel

El tipo de miel extraída, depende del método de preparación y procesamiento, por lo tanto, no es un factor de calidad. La miel extraída se puede preparar y procesar según uno de los siguientes tipos:

a) Miel líquida. La miel líquida es miel que está libre de cristales visibles.

b) Miel cristalizada. La miel cristalizada es miel que está sólidamente granulada. cristalizado, independientemente de si está confitado, fondant, crema o esparcido

c) Miel parcialmente cristalizada. La miel parcialmente cristalizada es la miel que es una Mezcla de miel líquida y miel cristalizada.

Color de miel

El USDA ha establecido los siguientes estándares de color para la miel:

- Agua blanca.
- Extra blanca.
- Blanca.
- Ámbar extra ligero.
- Ámbar claro
- Ámbar
- Ámbar oscuro

4.1.3.7. *Tendencias y formas de consumo*

El consumidor estadounidense es muy exigente, valoran las cualidades de comodidad y seguridad en los productos que consumen. Contemplan importante los aspectos sobre el medio ambiente, vida sana y seguridad en los procesos para la elaboración de los productos que consumen, especialmente los alimentos orgánicos o naturales.

4.1.3.8. *Temporadas de mayor demanda*

Pro Chile- Ministerio de Relaciones Exteriores (2016). El consumo de miel natural no presenta un comportamiento de tipo estacional. La miel y productos derivados de la miel se consumen durante todo el año.

4.1.3.9. *Principales zonas de distribución y consumo*

Pro Chile- Ministerio de Relaciones Exteriores (2016). La mayor cantidad de empresas distribuidoras de miel se encuentran en los estados de Michigan, Lowa, Dakota del Norte y Montana.

Las principales zonas de consumo son California, seguida de Lowa, Oregón y Texas.

4.1.3.10. *Precio FOB*

El valor FOB de las exportaciones peruanas de miel de abeja con destino a Estados Unidos - Subpartida nacional 0409.00.10.00 - en el año 2013 fue igual a 4.07 USD disminuyendo en el año 2015 a 3.22 USD.

Tabla 50
Exportación de miel de abeja a Estados Unidos subpartida nacional 0409009000

VALORES	2013	2014	2015
Peso Neto en KG	955	1,464	1,200
Valor FOB USD	3,885	5,482	3,861
Precio FOB USD	4.07	3.74	3.22

Fuente: SUNAT

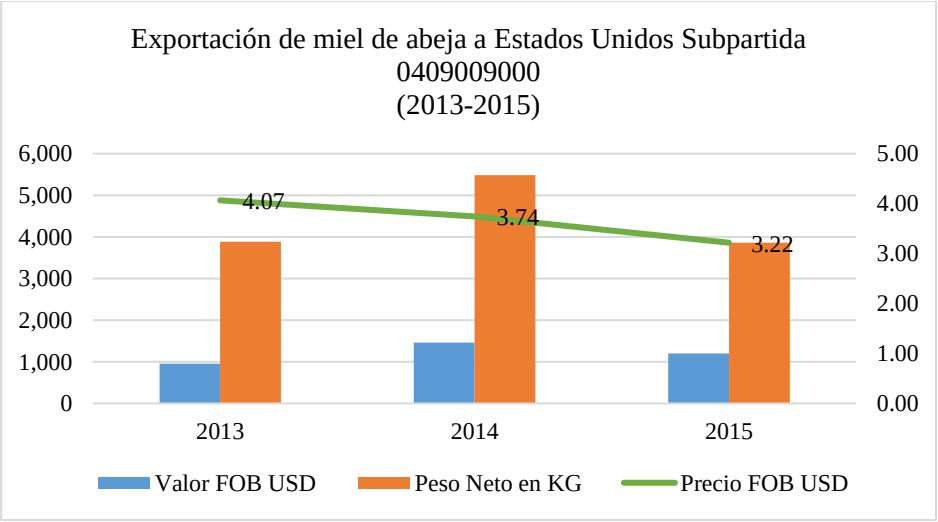

Figura 32. Exportación de miel de abeja. Fuente: SUNAT

4.2. **Discusión de resultados**

La finalidad del intercambio comercial es la mejora de oportunidades por medio de la apertura de nuevos mercados es por ello que en la asociación de El Dulce Amazónico de la Peca ubicado en el distrito de Bagua, departamento de Amazonas se ha analizado que tiene dos factores que limitan la realización de exportación, por ello no se ha realizado ninguna, entre los factores analizados se encontraron los factores: asociatividad, producción y económico.

Dichos factores han sido analizados de manera minuciosa para poder determinar su influencia en la exportación de miel abeja. El factor Asociatividad no limita la exportación de miel de abeja, ya que es óptima la confianza entre los asociados, hay interés de sus autoridades, además de la existencia de comunicación y de cumplimientos de cada una de las actividades que pueda ofrecer la autoridad de la asociación, lo cual contribuye a que la asociación pueda iniciar el proceso de exportación, permitiéndole ingresar a nuevos mercados internacionales e incluso nacionales, contrario a lo que indica Leyva (2016), quien en su investigación determinó que la asociación de apicultores objeto de su estudio, no se encuentran organizados de manera eficiente, disminuyendo sus nivel de ventas, generado bajos ingresos como asociación y recomienda la exposición en ferias como estrategia para incrementar su volumen de ventas y obtener un mejor precio por su producto.

La valoración del factor asociatividad se determina como adecuada con un valor porcentual de 84%; existe un 16% que consideran la asociatividad como inadecuada, lo que se puede determinar que no es una causante para la ausencia de exportación en la asociación. El factor asociatividad es estudiada mediante los indicadores como la confianza, valorada como adecuada con un valor porcentual de 92%, la participación está valorada como adecuada por parte de los apicultores con 60%, sin embargo, un 40% considera que existe problemas en la distribución de funciones (Tabla 13, Figura 3), El indicador información es valorada como adecuada representa un 64%. (Tabla 17, Figura 4)

El factor producción influye negativamente en la exportación de miel de abeja. Para su estudio se analizó los indicadores capacidad de producción, costos de producción, tiempo de producción y calidad de producción. Se determinó que la asociación cuenta con 124 colmenas, en promedio el 60 % de los apicultores tienen de 1 – 3 colmenas por apicultor y un 8% tienen 17-20 colmenas (Tabla 18, Figura 5), el 80 % de los apicultores

afirman que el rendimiento por colmena es 15kg y un 20% obtiene 20kg de miel por colmena (Tabla 19, Figura 6). La capacidad de producción total obtenida por la asociación en promedio al año es 6,505kg (Tabla 20).

El costo de la cosecha de miel por colmena, esta entre S/15 y S/20, el 80% de los apicultores afirma que su costo es 15 soles (Tabla 21, Figura 7). Parte de sus costos son las cajas utilizadas por colmena, los trabajadores empleados durante la cosecha, la cera, los insumos utilizados y la maquinaria utilizada

El 100% de los apicultores afirma que por cada colmena se utilizan dos cajas interiores (Tabla 22, figura 8), El costo de la caja esta entre S/145 y S/160, el 72% de los asociados las compra a S/160 (Tabla 23, Figura 9). El tiempo de vida de las cajas en promedio es 5 años (Tabla 24, Figura 10), hay asociados que afirman que han tenido cajas con un tiempo de vida de 7 años lo que ha demostrado que existen diferencias en la calidad de las cajas.

En tiempo de cosecha, los asociados contratan de 1 a 4 trabajadores, dependiendo del número de colmenas que tengan el apicultor. El 64% de los socios contratan 1 trabajador y un 4% presentan 4 trabajadores. (Tabla 25, Figura 11), los cuales se encargan de las tareas de cosecha. El salario promedio por trabajador es S/25. (Tabla 26).

El 100% de los encuestados utilizan 1 kg de cera por colmena (Tabla 27, Figura 13). El costo de la cera esta entre 65 y 85 soles. El 72% de los apicultores afirman que el costo de la cera es S/80. (Tabla 28, Figura 14); el 100% de los socios mencionaron el uso de los siguientes insumos: agua, complejo b y azúcar. El agua no tiene costo ya que el 100% afirman tener fuente de agua cercana a su apiario, utilizan una pastilla de complejo B, cuesta 0.10 céntimos y utilizan ¼ kg de azúcar, su costo es 0.80 céntimos (Tabla 29). Su costo en insumos es 0.90 céntimos.

El 100% de los apicultores afirman utilizar como única maquinaria para el proceso de cosecha la centrifuga, el 64% alquila la maquinaria y el 36% indican que es propia (Tabla 31, figura 16). El costo de alquiler de la maquinaria es 15 soles diarios (Tabla 32, Figura 17), el 100% de los apicultores trabajan con abejas criollas para su producción, obtenidas mediante la caza silvestre (Tabla 33), los apicultores no utilizan químicos en la producción de miel de abeja (Tabla 34, Figura 18); sin embargo, el 100% de los asociados afirman haber sido afectados por alguna plaga. (Tabla 35, Figura19) y el 100% de asociados afirman no haber realizado ninguna medida preventiva para evitar plagas (Tabla 36, Figura20), asociándose a la conclusión de Alvarenga, Ramírez y Santamaría (2010), tuvieron como objetivo analizar el sistema productivo del sector apícola de los

departamentos de Cabañas y Cuscatlán, concluyeron que la producción presenta puntos críticos como la adulteración de la miel, las enfermedades y plagas y falta de apoyo técnico en las practicas apícolas. Indican que Estados Unidos y los países europeos son mercados atractivos para exportar, sin embargo, se debe mejorar los procesos para brindar un producto de calidad que cumpla con los estándares y las estrictas regulaciones internacionales.

El 60% de la asociación de apicultores, inician la cosecha de miel de abeja a partir de setiembre y finaliza en diciembre, mientras el 40% indica que inician en octubre y finaliza en diciembre. (Tabla37, Figura 21), 36% de asociados realizan 3 y 4 cosechas al año, mientras el 28% de asociados, realiza tres cosechas al año (Tabla 38, Figura 22). Según los datos analizados en la tabla 39 y figura 23, el 60% del total de socios tienen de 1 a 3 años de experiencia en la actividad apícola y solo el 8% cuenta entre 8 a 15 años.

El factor económico limita la exportación de miel de abeja, porque la asociación no tiene su propio capital de trabajo (maquinaria y /o terreno), que se puede utilizar como garantía para la solicitud de un préstamo bancario, siendo un problema la falta de financiamiento; sin embargo, la utilidad de producción de miel de abeja es rentable.

El kilo de miel que ofrecen, se vende a S/. 12.00 soles (Tabla 40, Figura 24), siendo su mayor frecuencia de utilidad de 8 a 9 nuevos soles frente a 6 a 7 nuevos soles de otros asociados, lo que refleja que los márgenes de ganancias son diferentes en relación a sus costos de cada productor determinándose una notable ausencia de estándares de costos de producción; a pesar de no tener estándares de costos de producción se puede determinar que el negocio es rentable(Tabla 41 y Figura 25), asi también lo demostró la investigación realizada por Silbestre (2006) en su investigación concluyó que la apicultura aparte de ser una actividad socialmente aceptable y ecológicamente sustentable, es una negocio rentable. Su estudio obtuvo un beneficio/costo igual a 1.34 resultados positivo para considerar el negocio y una tasa interna de retorno de 81.5%. El 84% de los asociados no han solicitado un crédito que les permita expandirse, ni como asociación, ni como asociado (Tabla 42, figura 26), en su mayoría el 32% de los socios invierten el 100% de sus ingresos y un 8% invierte entre el 45%y 60% de sus ingresos. (Tabla 43, la figura 27). Estos resultados contrastan con la investigación desarrollada por Ortiz y padilla (2015) que concluyeron que la asociación debe aplicar adecuadamente estrategias para la obtención de un financiamiento y alcanzar la rentabilidad económica, para ellos se debe

contar con un adecuado manejo administrativo, específicamente en el área contable, cual informe la situación real de la asociación.

A todo lo mencionado se puede determinar que el factor que presenta una mayor influencia y limita la exportación, es el factor producción y el factor económico. El factor económico indica que la actividad es rentable y que los asociados reinvierten parte de sus utilidades, a pesar de ello, sin embargo, no cuentan con un financiamiento que les permita desarrollar la actividad, solo trabajan con la utilidad obtenido de sus ventas. Por ello se puede presenciar una producción muy baja, concluyendo al factor producción y económico son los factores que limitan la exportación.

Por otro lado, TradeMap (2018), existen mercados atractivos para la exportación de miel de abeja, los mercados con mayor demanda de miel de abeja se encuentran Estados Unidos, seguido de Alemania y Reino Unido (Tabla 44 y Figura 28), en los años 2013-2015, Estados Unidos ha presentado un crecimiento en sus importaciones de 14%, por el cual para la investigación se consideró seleccionar a Estados Unidos. El precio FOB internacional de la miel de abeja en el año 2015 fue 3.51 USD/ Kg (Tabla 46 y Figura 30). Las exportaciones peruanas de miel de abeja, se ha destinado principalmente a Estados Unidos con un valor FOB 3.22 USD/Kilo año 2015.

La asociación presenta problemas en la producción debido a su baja capacidad de producción para iniciar la exportación, en promedio producen 6505kg de miel al año , cantidad muy baja ya que solo es el 29% de lo necesario para poder exportar de manera óptima por otro lado para que esto ocurra es necesario que los miembros de la asociación tengan acceso a un financiamiento que le permita incrementar sus volúmenes de producción, esto corrobora lo mencionado por Orrala (2013), quien en su investigación determinó que luego de la realización de un plan de Asociatividad determinó que este negocio realizado por una asociación es rentable debido a que aproximadamente genera una tasa interna de retorno (TIR) del 19% y un Valor Actual Nato (VAN) de $ 14.756, 89, dependiendo del capital con el que se inicie. Sin embargo, para ello es necesario que la asociación cuente con la capacitación monetaria, necesaria para poder incrementar su producción y sus mecanismos de mejora.

LINEAMIENTOS ESTRATEGICOS

Lineamientos estrategicos que permitan mejorar los factores internos que limitan la exportación de la asociación El Dulce Amazónico de la Peca.

Lineamientos a seguir para mejorar el factor producción

Aumento de la producción

- Compra de madera para la creación de nuevas colmenas
- Nueva caza de abejas.
- Compra de extensión de terreno para las colmenas

Mejora de la calidad de la miel de abeja

- Identificar las malas prácticas de los apicultores en el proceso de producción de la miel, de esta manera incentivar al productor a corregir sus técnicas de producción, cosecha, extracción, transporte, almacenamiento y procesamiento de la miel.
- Higienizar diariamente los locales y maquinaria utilizada.
- Guardar la miel en lugares protegidos de ratas, insectos y polvo
- Suministrar agua a las colmenas, garantizando que sea potable y preferentemente corriente
- Evitar el exceso de humedad en las colmenas
- Los locales de extracción deben tener paredes y pisos que permitan la desinfección trimestral con formol al 6%, deben ser encalados semestralmente, como mínimo
- No suministrar alimentación complementaria con miel procedente de colmenas sin control sanitario
- No llevar panales procedentes de colmenas enfermas al proceso de cosecha, mezclándolos con las sanas
- Tapar los tanques de escurrido y de cera
- Para cosechar en el campo se necesita asegurar las condiciones más adecuadas: Utilizar mosquiteros para evitar la entrada de insectos y otras partículas contaminantes; bancas para colocar los panales antes y después de cosecha INTA(2013)

Lineamientos a seguir para mejorar el factor económico

Solicitud de un crédito bancario. El crédito bancario se utilizará para implementación de nuevas colmenas y la mejora del local de la asociación, además de la creación de una marca y un logo que ayude a la asociación para mejorar a la mejora de sus ingresos, por lo cual cada socio deberá hacer un aporte mensual, comprometiéndose por medio de una carta firmada de manera notarial, para el cumplimiento del mismo, asimismo se busca una certificación que pueda brindar un mejor producto para su exportación.

Financiamiento de la Inversión

TEA	20%
Plazo	6
PRÉSTAMO	50,000.00
TEA	20%
TEM	0.01530947
AÑOS	5
FRC	0.334379703
CUOTA	16,718.99

Año	Saldo Inicial	Interés	Amortización	Cuota	Saldo Final
1	50,000.00	10,000.00	6,718.99	16,718.99	43,281.01
2	43,281.01	8,656.20	8,062.78	16,718.99	35,218.23
3	35,218.23	7,043.65	9,675.34	16,718.99	25,542.89
4	25,542.89	5,108.58	11,610.41	16,718.99	13,932.49
5	13,932.49	2,786.50	13,932.49	16,718.99	-
		33,594.93			

Cuota anual por cada asociado:

$$\frac{\text{Cuota Anual}}{\text{Nª de Socios}} = \frac{16{,}718.99}{25} = \text{S/. } 668.76$$

Cuota mensual por cada asociado:

$$\frac{\text{Cuota Anual}}{\text{Meses del años}} = \frac{668.76}{12} = \text{S/. } 55.73$$

Lineamientos a seguir para exportar:

- Los envases deben tener de 500 gramos o menos de ellos
- Tener los permisos correspondientes por parte de SENASA
- Contar con el apoyo del municipio para el RNPA (Registro nacional de productos alimentarios).
- Solicitud de exportación aprobada por SENASA ante las oficinas de lácteos y apícolas
- Para el caso de estados Unidos no se necesita los documentos de SENASA sólo el cumplimiento de embarque para ello. Como requisitos se debe contar con la presentación del aviso de embarque conformada por la firma exportadora en 48 horas antes de embarque.
- Presentación de la matriz del Permiso de Embarque de la Dirección Nacional de Aduanas
- Confirmación de aviso de embarque (primer ítem), fecha y hora de ingreso de la mercadería a exportar a zona portuaria, paso fronterizo o depósito fiscal para su verificación
- Declaración Jurada Zoosanitaria y/o confirmación toma de muestras
- Cumplido de embarque para la emisión del certificado definitivo. Quien puede efectuarlo: titular, representante y/o apoderado.
- Deben cumplir previamente los requisitos e TAZABILIDAD, además este producto se exporta bajo 0 aranceles

CONCLUSIONES

De acuerdo a lo estudiado se concluye lo siguiente:

- Los factores limitantes para la exportación de miel de abeja en la asociación El Dulce Amazónico de la Peca, Bagua son principalmente la capacidad de producción, ya que actualmente solo le permite abastecer al mercado local y nacional; así mismo entre otros factores limitantes esta la ausencia de un especialista dentro de la asociación, el desconocimiento de estándares de calidad para lograr la exportación y el desconocimiento de fuentes de financiamiento.
- El factor Asociatividad en la Asociación El Dulce Amazónico de la Peca se encuentra como adecuada, determinada por un valor porcentual de 84% frente a un 16% considerado como inadecuado. Presenta altos niveles de confianza, medianos niveles de información y participación por parte de los asociados para iniciar un proceso de exportación. El mercado que más conviene a la asociación como objetivo es Estados Unidos, por la elevada demanda de productos saludables y orgánicos; así mismo el precio FOB del producto es conveniente para que produzca la exportación; sin embargo, para poder abastecer continuamente a este mercado, es necesario que el nivel de producción aumente.
- El factor producción se determina como bajo en relación a la exportación, ya que los socios cuentan con pocas colmenas concentrando en su totalidad 124 colmenas, además los costos de producción de la miel son diferentes, así como la calidad y durabilidad de las cajas que contienen las colmenas. Existen socios que emplean mayor mano de obra en la producción de la miel y otros que apenas tienen 2 colmenas con un solo trabajador. Por otro lado, las cosechas son de 3 a 4 veces por año en su mayoría, lo que demuestra deficiencias ya que existen socios que cosechan 2 veces al año.
- El factor económico es estable ya que a pesar que existe márgenes de ingresos diferentes estos no dejan de ser rentables para los socios. La mayoría de los socios trabajan con un reducido capital propio, el 68% de los asociados no ha solicitado un crédito que le permita crecer como productor apícola.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que los asociados pertenecientes a la Asociación el Dulce Amazónico de la Peca, Bagua; continúen cooperando entre ellos y manteniendo la confianza en sus autoridades, asistiendo a cada una de las reuniones pactadas y expresando sus opiniones, permitiendo así su crecimiento empresarial. Así mismo se recomienda la implementación de lineamientos para mejorar los conocimientos de exportación de los asociados y la mejora de la capacidad de producción de la asociación, generando mejores ingresos a los mercados tanto nacionales como internacionales.
- Se recomienda a la asociación El Dulce Amazónico de la Peca, Bagua, que trabajen de forma uniforme y en conjunto, para duplicar su producción; así mismo se recomienda la orientación de un técnico para lograr los estándares de calidad en su producción, adquisición de abejas y la extensión de terreno para las colmenas.
- Es recomendable que la Asociación el Dulce Amazónico de la Peca, Bagua duplique su capacidad de producción para poder optar por la exportación, ya que podría competir en el mercado internacional debido a sus bajos costos de producción.
- Se recomienda que la Asociación El Dulce Amazónico La Peca, Bagua opte por la exportación indirecta a través de empresas e identifique empresas interesadas en su producto; su éxito comercial dependerá de la capacidad de interpretar las necesidades de la empresa exportadora.

REFERENCIAS

Administración de Alimentos y Medicamentos (2016). *"Food Defense and bioterrorism"*. Recuperado de: www.fda.gov/Food/FoodDefense/Bioterrorism/PriorNotice/default.htm

Agencia Peruana de Noticias-ANDINA (2016). *"Adex pide a Senasa acelerar trámites para que miel de abeja ingrese a la Unión Europea"* Recuperado de: https://andina.pe/agencia/noticia.aspx?id=199098

Agencia Peruana de Noticias-ANDINA (2016). *"Unas 240 toneladas métricas de miel al año se producen en Lambayeque".* Recuperado de: https://andina.pe/agencia/noticia-unas-240-toneladas-metricas-miel-al-ano-se-producen-lambayeque-631606.aspx

Artieda, L. (2010). *"Generación y consolidación de confianza: Clave para negocios exitosos"*. Perú: Programa APOMIPE. Recuperado de: http://www.apomipe.org.pe/codigo_php/imagenes/download/CAPITULO_CONFIANZA.pdf

Cardona, C y Bonilla, E. (2015) Los Factores limitantes de la internacionalización de la pyme textil, cuero, calzado e industria marroquinera colombiana. Revista Caribeña de Ciencias Sociales.

Cardozo, J. (2016). *"Apicultores logran un crédito de más de Bs 50 millones. Tarija, Bolivia".* Recuperado de: http://www.elpaisonline.com/index.php/2013-01-15-14-16-26/centrales/item/239449-apicultores-logran-un-credito-de-mas-de-bs-50-millones

Centro de Vinculación con el Sector Productivo de la UNAM (2016). *Miel.* Secretaria de Economía de México. Recuperado de: http://www.yoexporto.mx/noticias/wp-content/uploads/2016/02/miel.pdf

Chóez, (2015). "Propuesta de asociatividad que elaboran sombreros de paja dentro de la provincia de Santa Elena" - Ecuador. Recuperado de: http://avenidalegal.com/2011/06/como-registrar-su-marca-en-los-santaelena-ecuadorcon-inversionario/

Comercialización de productos apícolas en estados unidos de Norteamérica en base a estudios de mercado y estrategia de negocios. (2009) n/a. Recuperado de:

http://www.sagarpa.mx/agronegocios/Documents/Estudios_promercado/APICOLAS.pdf

Comunidad Andina (2013). *"Glosario referencial de definiciones sobre asociatividad y MIPYMES"*. Quito, Ecuador: Secretaria general de la Comunidad Andina. Recuperado de: www.comunidadandina.org/Upload/2013528174157Glosario_camipyme.doc

Daniel Barrera Pedraza. (2015). *Mercado internacional de miel. 2018*, de Gobierno de Chile Sitio web: https://www.odepa.gob.cl/wp-content/uploads/2015/08/Apicultura2015.pdf

Daniels, J.D., Radebaugh. L.H. & Sullivan, D.D. (2010) *Negocios Internacionales.* pag.714. México: Pearson Educación.

Departamento de Agricultura de EEUU - US Department of Agriculture, USDA.

(1985). *"United States Standards for Grades of Extracted Honey"*. Recuperado de: https://www.ams.usda.gov/sites/default/files/media/Extracted_Honey_Standard%5B1%5D.pdf

Diario del exportador (2017). *¿Cuáles son las barreras a la exportación?* Recuperado de: https://www.diariodelexportador.com/2014/11/cuales-son-las-barreras-la-exportacion_14.html

Diario del exportador (2017). *¿Qué son los arancele y como se aplican?* Recuperado de: https://www.diariodelexportador.com/2015/06/que-son-los-aranceles-y-como-se-aplican.html

Eumed. (2015). *Factores productivos. 2016*, de Biblioteca virtual Sitio web: http://www.eumed.net/cursecon/3/Factores.htm

García, P. (2016). *Factor financiero*. 2018, de FF Sitio web: http://www.factorfinanciero.com/que-es-el-factor-financiero/

GestioPolis.com Experto. (2003, abril 21). *¿Qué es el tiempo de producción y cómo está compuesto?* Recuperado de https://www.gestiopolis.com/que-es-el-tiempo-de-produccion-y-como-esta-compuesto/

Gobierno Peruano (27 de junio del 2008). *Ley general de aduanas. Ley Nª 1053.* Diario Oficial El Peruano. Recuperado de:

http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/normasadua/gja-03/ctrlCambios/anexos/DLeg.1053.pdf

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. (5a edición). México. Editorial Mc Graw Hill.

Instituto Nicaragüense de Tecnología agropecuaria (2013) *La Apicultura y Factores que influyen en producción, calidad, inocuidad y comercio de la Miel.* Obtenido de: http://www.inta.gob.ni/biblioteca/images/pdf/guias/guia%20de%20apicultura.pdf

La calidad en la producción (s.f) n/a. Recuperado de: https://ocw.upc.edu/sites/all/modules/ocw/estadistiques/download.php?file=11503/2011/1/52854/40698-2785.pdf

Ley N° 26887 (1997). *Ley General de Sociedades. Congreso de la República*. Recuperado de: http://www.lexadin.nl/wlg/legis/nofr/oeur/arch/per/ley_general_sociedades.pdf

Leyva, N. (2016). "*Propuesta de organización a los apicultores de la región de Soledad de Doblado, VER., para la comercialización internacional*" Veracruz, México: Universidad Veracruzana. Recuperado de: http://cdigital.uv.mx/bitstream/123456789/41373/1/LeyvaZapataNeftal%C3%AD.pdf

Malca y Rubio (2014). "*Obstáculos a la actividad exportadora: Encuesta a las empresas exportadoras del Perú*" Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico. Recuperado de: http://srvnetappseg.up.edu.pe/siswebciup/Files/DD1410_Barreras%20para%20la%20exportacion%20-%20Encuesta%20a%20las%20empresas%20exportadoras%20del%20Per%C3%BA%20-%20Malca_Rubio.pdf

Manrique y Piccirillo. (2001). "*Principales problemas de la apicultura venezolana. 2016*", de Antonio José Manrique. PhD. Genética Recuperado de: https://www.apiservices.biz/es/articulos/ordenar-por-popularidad/1211-principales-problemas-de-la-apicultura-venezolana

Martínez, D. (2013). "*Pymes: rutas para la exportación*" Barranquilla, Colombia: Universidad del Norte. Obtenido de

http://site.ebrary.com/lib/elibroindividuales/reader.action?docID=10757975&ppg=6

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2010). *"Guía de requisitos sanitarios y fitosanitarios y fitosanitarios para exportar alimentos a los Estados Unidos"* Recuperado de: http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/req_usa.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR (2013). "*Asociatividad para el comercio exterior"* Lima, Perú: PromPerú. Recuperado de: http://repositorio.promperu.gob.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/176/Guia_12_Asociatividad_Comercio_Exterior_2014_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR (2015). "*Acuerdos comerciales"*. Recuperado de http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=55&Itemid=78

Ministerio de Agricultura y Riego (2015). *"Formas de exportar"*. Obtenido de: http://minagri.gob.pe/portal/comercio-exterior/icomoexportar/introduccion62/677-formas-de-exportacion

Ministerio de agricultura de Chile. (2015). *"Mercado internacional de miel. Chile: ODEPA"* Obtenido de http://static.elmercurio.cl/Documentos/Campo/2015/08/19/20150819162812.pdf

Montenegro, V. (2013). "*Plan asociativo para los apicultores de miel de abeja de la comuna de San Marcos, Parroquia Colonche, Cantón Santa Elena, año 2013"*. Tesis de grado. La Libertad, Ecuador: Universidad Estatal Península de Santa Elena. Recuperado de: http://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/handle/46000/777?show=full

Musayón, L. y Núñez, R. (2014). "*Propuesta de fortalecimiento asociativo para pequeños para productores apícolas caso: Asociación del sector Cascajal Olmos, Lambayeque. Chiclayo"* Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Recuperado de: http://tesis.usat.edu.pe/handle/usat/96

Oficina Comercial de Chile (2010) "*Estudio De Mercado Miel - Canadá"* Recuperado de:

http://chilealimentos.com/medios/Servicios/noticiero/EstudioMercadoCoyuntura2010/chocolates_caramelos_otros/miel_abejas_canada_prochile.pdf

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, (FAO). (2017). "*El futuro de la alimentación y la agricultura tendencias y desafíos*" Estados Unidos: FAO. Obtenido de: http://www.fao.org/3/a-i6881s.pdf

Ortiz, P.; y Padilla, J. (2015). "*Nivel de financiamiento y rentabilidad económica de las asociaciones productivas de la parroquia Yangana del Cantón Loja. Estudio de Caso en la asociación de productores apícolas, año 2014".* Tesis de maestría. Loja, Ecuador: Universidad Nacional de Loja. Recuperado de: https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/11077

Pereira, J (2013). "Que es El know How". Recuperado de: http://www.mercadeo.com/blog/2013/01/ ¿que-es-el-know-how/

Oficina Comercial de Pro Chile en Estados Unidos (2012). *"Estudio de mercado miel en Estados Unidos"*. Recuperado de: https://docplayer.es/4198125-Estudio-de-mercado-miel-en-estados-unidos.html

Pro Chile- Ministerio de Relaciones Exteriores (2016). "El Mercado de Miel en Estados Unidos". Recuperado de: https://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2012/10/FMP_EEUU_Miel_2016.pdf

PROMPERÚ (2011). "*Elaboración del plan del plan de negocio de exportación (PLANEX). Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ)."* Recuperado de: http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=3367A38B-75FA-419A-B7F7-1D01AFA8A0FB.PDF

PROMPERÚ (2011). "*Aprendiendo a exportar paso a paso. Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo" (PROMPERÚ*). Recuperado de: http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=6244D6E3-A105-4B52-896F-431D184F093E.PDF

Real Academia Española (2016). *Miel*. Recuperado de: https://dle.rae.es/srv/fetch?id=PDHHVmo

Redacción Perú 21. (2016). *"Anímese a incursionar en el rubro de la apicultura con estos consejos"*. Recuperado de: https://peru21.pe/emprendimiento/animese-incursionar-rubro-apicultura-consejos-228734

Saavedra, M. (2016). *Drawback sube a 4%: ¿Qué efectos tendrá esta medida? El Comercio.* Recuperado de: http://elcomercio.pe/economia/peru/drawback-sube-4-que-efectos-tendra-esta-medida-noticia-1939237

SENASA (2017) "*Debemos asentarnos bien en la producción de miel de calidad para luego mirar el mercado exterior".* Recuperado de: https://www.senasa.gob.pe/senasacontigo/senasa-debemos-asentarnos-bien-en-la-produccion-de-miel-de-calidad-para-luego-mirar-el-mercado-exterior/

Sistema integrado de información de comercio Exterior- SIICEX (2015). *"Guía de requisitos de acceso de alimentos a los Estados Unidos".* Recuperado de : http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/1025163015radB52B3.pdf

Superintendencia Nacional de Administración Aduanera y Tributaria -SUNAT, (2016), *"Definición de exportación*" Recuperado de: http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/

Univérsitas Nueva Civilización. (2015). Diccionario de economía comprensiva y economía solidaria. 2016, de Univérsitas Nueva Civilización Sitio web. Recuperado de : http://www.uvirtual.net/es/node/407

TRADE MAP (2016). *Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas*. Recuperado de: http://www.trademap.org/Index.aspx

ANEXOS

Anexo 1
Matriz de consistencia

OBJETIVOS	PROBLEMA	HIPÓETESIS	VARIABLE	DIMENSION	INDICADOR
Objetivo general **Identificar los factores internos que limitan la exportación de miel de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la PECA – Bagua, 2016.** Objetivos específicos **Determinar, si el factor asociatividad limita la exportación de miel de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la PECA – Bagua, 2016.** **Determinar, si el factor productivo limita la exportación de miel de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la PECA – Bagua, 2016** **Determinar, si el factor**	General: ¿Cuáles son los factores internos de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la PECA – Bagua (2016), que limitan la exportación de miel de abeja? Específicos: ¿Cómo influye el factor asociativo en la exportación de miel de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la PECA – Bagua, 2016? ¿Cómo influyen el factor productivo en la exportación de miel de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la PECA – Bagua, 2016?	H0 = Los factores internos de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la PECA – Bagua no limitan significativamente la exportación de miel. Hi = Los factores internos de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la PECA – Bagua limitan significativamente la exportación de miel.	Factores internos Exportación de miel	Asociatividad Producción Económico Comercial	Confianza Participación Información Capacidad de producción Costos de producción Calidad de producción Tiempo de producción Conocimiento o Know How Ingresos Capital de trabajo Inversión Capacidad de exportación Cantidad de mercados

económico limita la exportación de miel de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la PECA – Bagua, 2016.. **Diagnosticar las exigencias de exportación de miel de abeja para el mercado de Estados Unidos.**	¿Cómo influyen el factor económico en la exportación de miel de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la PECA – Bagua, 2016?		Incoterms	Precio FOB

DISEÑO	**POBLACION**	**MUESTRA**
Descriptivo Explicativo **M------O1**	La población está constituida por todos los apicultores de la Asociación de Apicultores el Dulce Amazónico de la Peca, es decir, los 25 apicultores.	Para la variable factores internos, la población fue igual a la muestra, el cual estuvo conformada por todos los apicultores de la asociación El Dulce Amazónico de la Peca, que son 25 en número y para la variable exportación de miel, se utilizó el acervo documentario sobre los indicadores de exportación para la miel.

Anexo 2
Encuesta dirigida a productores

Localidad:

Fecha: ____/_____/ 2017 Nº: _____

Sexo: ( ) Masculino ( ) Femenino Edad: _____

Dimensión Asociatividad

Por favor marque con una (x) el número que se adecúe a su percepción, conforme a:

1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo

3: Indeciso 4: De acuerdo

5: Totalmente de acuerdo

Indicador	**Ítems**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Confianza	¿Considera que la presidente de la asociación es digna de confianza?					
	¿Todos los socios son coherentes entre lo que dicen y hacen?					
	¿Existe una comunicación asertiva entre los asociados y la presidenta?					
	¿La presidenta les comprende y guía?					
	¿Se cumple con todo lo acordado y en el tiempo establecido?					
Participación	¿Existe en la asociación distribución de funciones?					
	¿Asiste a todas las actividades y reuniones de la asociación?					
	¿Se le da incentivos por sus participaciones?					
	¿Siente que toman en cuenta sus opiniones u apreciaciones?					
	¿Existe actitud positiva frente a las sugerencias para mejorar conflictos o la gestión en sí misma?					

Información	¿Se les brinda información clara sobre lo que tienen que realizar?					
	¿Antes de tomar una decisión se les informa al detalle en reuniones con todos los socios presentes?					
	¿Existe retroalimentación de la información para verificar la comprensión de lo informado?					
	¿Registran la información a modo de evidencia para información histórica?					
	¿Analizan cada documento u ofrecimiento antes de tomar una decisión?					

Dimensión Producción

Por favor, responda cada uno de los siguientes requerimientos:

Indicador	Requerimiento	Respuesta
Capacidad de producción	Número de colmenas	
	Rendimiento de miel por colmena en kilogramos	
	Capacidad de producción de miel de abeja al año	
	Costo de la cosecha de miel de abeja por colmena	
Costos de producción	Número de cajas/colmena	
	Costo por caja	
	Tiempo de vida de la caja	
	Número de trabajadores/cosecha	
	Salario promedio/ trabajador	
	Numero de ceras utilizadas por colmena	
	Costo de la cera/colmena	
	¿Qué maquinaria utiliza para su cosecha?	
	¿La maquinaria que utiliza es propia o alquilada?	
	¿Cuánto es el costo de alquiler de la maquinaria que utiliza?	
Calidad de Producción	¿Qué tipo de abejas utilizan para su producción?	
	¿Usan químicos en la producción de la miel?	

	¿Ha presentado alguna plaga su apiario?	
	Realiza alguna medida preventiva para evitar la presencia de plagas	
Tiempo en la producción	¿En qué mes se inician las cosechas de miel de abeja?	
	Numero de cosechas al año	
Conocimiento o know How	Años de experiencia en la actividad apícola	

Detalle qué otros insumos utilizan en la producción de miel de abeja y considere el costo de dichos insumos:

Otros insumos	Costo
1.	
2.	
3.	

Dimensión Económica

Indicador	Ítem	Promedio
Ingresos	¿Cuál es su precio de venta por kilo de miel?	
	¿Cuál es su margen de ganancia por cada kilo de miel vendida?	
Capital de trabajo	¿Alguna vez ha solicitado un crédito para invertir en la producción de miel?	
	¿Qué porcentaje de sus utilidad obtenido por la venta de la miel reinvierte para la producción?	

Anexo 3
Instrumento para la variable exportación

Exportación de miel		**Descripción**	**Evaluación**	**Brecha**
Dimensión	**Indicador**			
Comercial	Capacidad de exportación			
	Cantidad de mercados (demanda)			
Incoterm	Precio FOB (internacional)			-

Anexo 4
Análisis sociodemográfico

Tabla 51
Sexo de los socios

Etiqueta	Porcentaje	Cantidad
Femenino	16%	4
Masculino	84%	21
Total	100%	25

Fuente: Encuesta aplicada.

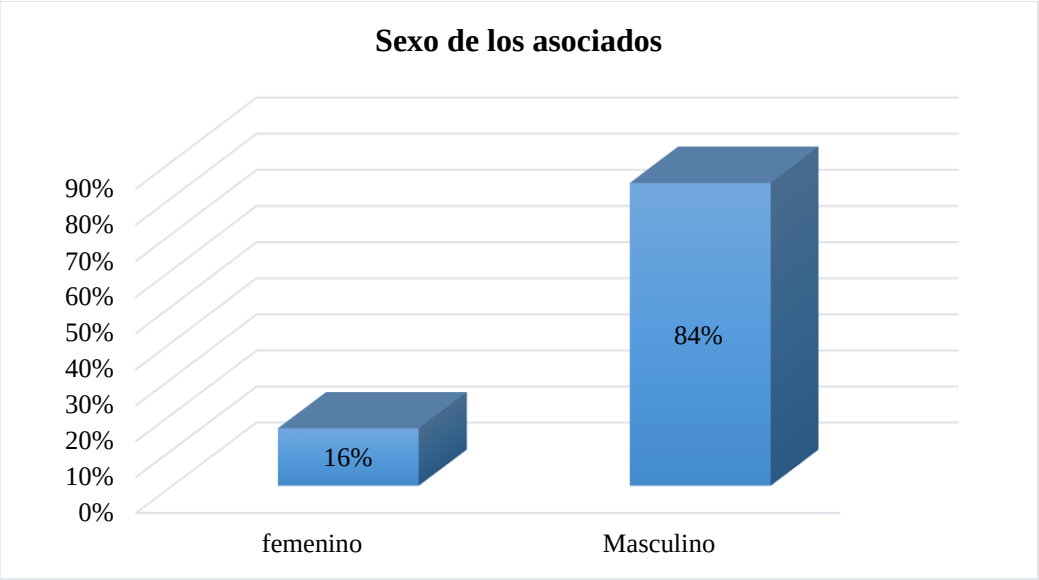

Figura 33. Sexo de los asociados

Interpretación:

De los resultados presentados en la tabla 51 y la figura 33 se pudo determinar que el 16% de los 25 asociados son del sexo femenino, mientras que el 84% del total de integrantes de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la PECA, pertenecen al género masculino.

Tabla 52
Lugar de procedencia de los socios.

Lugar	Porcentaje	Cantidad
La Peca	40%	10
Cas. Chiriaco	4%	1
Cas. Lalo	8%	2
Cas. Humbate	8%	2
CP. Chonza alta	28%	7
Cas Yacupe	12%	3
	100%	25

Fuente: Encuesta aplicada.

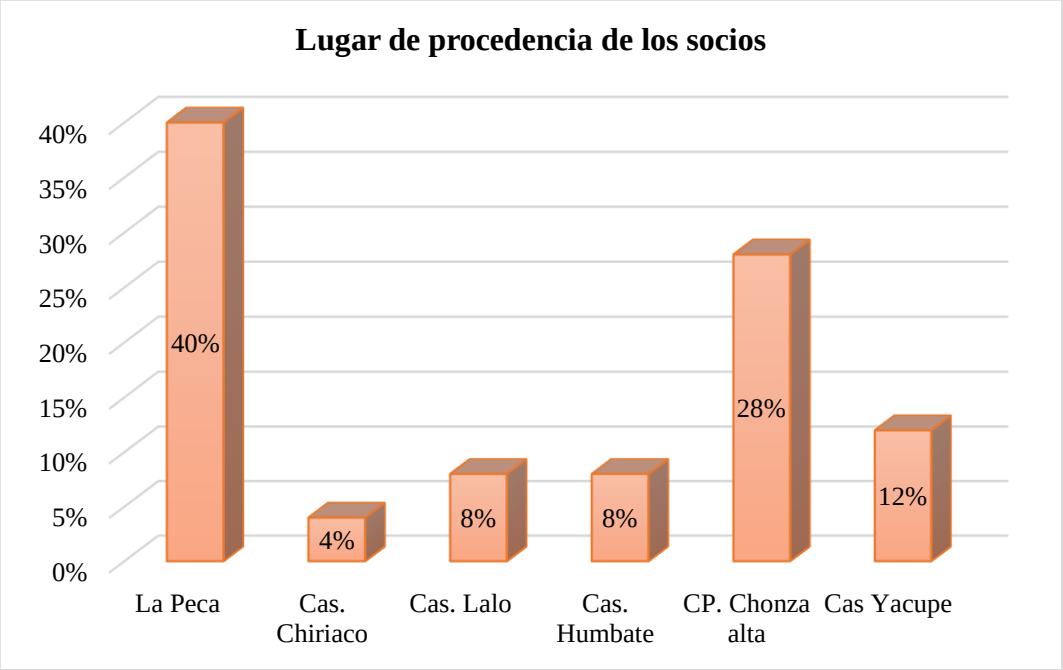

Figura 34. Lugar de procedencia de los socios

Interpretación:

Según lo presentado en la tabla 52 y figura 34 se pudo determinar que el 4% de los integrantes de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la PECA, provienen al caserío Ciriaco, mientras que la mayor parte de los socios, el 40% pertenecen a La Peca.

Tabla 53
Edad de los Integrantes de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la PECA

Edad	Porcentaje	Cantidad
20-30	16%	4
31-40	20%	5
41-mas	64%	16
Total	100%	25

Fuente: Encuesta aplicada.

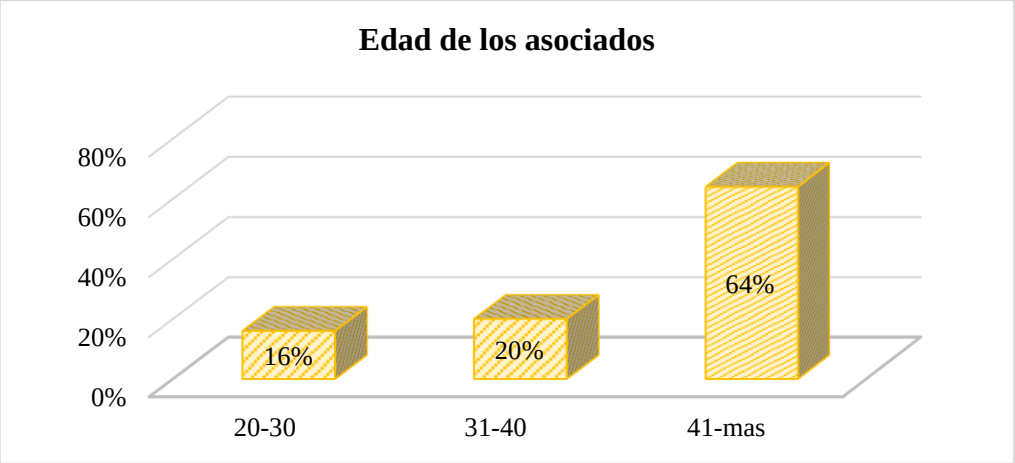

Figura 35. Edad de los Integrantes de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la PECA

Interpretación:

Según lo presentado en la tabla 53 y figura 35 del total de integrantes de la Asociación de Apicultores El Dulce Amazónico de la PECA, el 16% presentan edades comprendidas entre los 20 a 30 años mientras que el 64% presentan edades superiores a los 41 años.

Anexo 5
Registro fotográfico de la investigación

Figura 36. Visita a la comunidad campesina La Peca-Bagua-Amazonas

Figura 37. Asociación de apicultores "El dulce Amazónico de la Peca"

Figura 38. Indumentaria usada para el ingreso a colmenas

Figura 39. Visita guiada a las colmenas de un apicultor

Figura 40. Entrevista a la señorita Luz Vásquez Suarez -Presidenta de la asociación

Figura 41. Las investigadoras junto a la presidenta de la asociación

Figura 42. Conversatorio con los apicultores de la asociación

Figura 43. Entrevista a los apicultores de la asociación

Figura 44. Foto final de entrevista a los apicultores de la asociación