



Análisis del mercado de Estados Unidos de América para exportación de piña producida en el estado de Tabasco

Martínez Prats, Germán¹; Morales Hernández, Yuliana² & Tosca Vidal, Carlos Mauricio³

¹Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, División Académica de Ciencia Económico Administrativo Villahermosa, Tabasco, México, germanmtzprats@hotmail.com Av. Universidad S/N Zona de la Cultura, Col. Magisterial, Vhsa, Centro, Tabasco, México, C.P. 86040 Tel (993) 358 1500

²Estudiante de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, División Académica de Ciencia Económico Administrativo Villahermosa, Tabasco, México, delta2911@hotmail.com Av. Universidad S/N Zona de la Cultura, Col. Magisterial, Vhsa, Centro, Tabasco, México, C.P. 86040 Tel (993) 358 1500

³Estudiante de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, División Académica de Ciencia Económico Administrativo Villahermosa, Tabasco, México, toska_vidal@hotmail.com Av. Universidad S/N Zona de la Cultura, Col. Magisterial, Vhsa, Centro, Tabasco, México, C.P. 86040 Tel (993) 358 1500

Información del artículo arbitrado e indexado en Latindex:

Revisión por pares

Fecha de aceptación: Agosto de 2018

Fecha de publicación en línea: Diciembre de 2018

Resumen

La alta competencia en mercado nacional de los productos agropecuarios, ha forzado al productor a la búsqueda de nuevos mercados en los cuales pueda tener una menor competencia (Corchado,2011), o pueda colocar sus productos a un ritmo de crecimiento mayor, es por eso que para poder alcanzar esos objetivos es necesario la búsqueda de oportunidades comerciales en el extranjero y se requiere la realización de un análisis del mercado de Estados Unidos que sirva como base a los posibles exportadores en la realización de sus operaciones de comercio internacional.

Al existir diversos ofertantes de piña fresca ubicados en diferentes zonas ecológicas hace posible que durante todo el año se logre abastecer el mercado internacional, obviamente con volúmenes que varían según los meses, debido a la fluctuación de la oferta mundial.

Palabras claves: piña, importación, exportación, comercio exterior.

Abstract

The high competition in the national market of agricultural products has forced the producer to search for new markets in which it may have less competition (Corchado, 2011), or may place its products at a higher growth rate, that is why To achieve these objectives it is necessary to seek commercial opportunities abroad and it is therefore necessary to carry out an analysis of the United States market that serves as a base for potential exporters in the conduct of their international trade operations.

When there are several suppliers of fresh pineapple located in different ecological zones, it is possible to supply the international market throughout the year, obviously with volumes that vary according to the months, due to the fluctuation of the world supply.

Key words: pineapple, import, export, foreign trade.

1. INTRODUCCIÓN

El objetivo del presente trabajo, es desarrollar un análisis del mercado de Estados Unidos de América y que tenga un fin práctico, apoyando a los productores de piña del estado de Tabasco, de manera que funcione como una referencia para la determinación de una oportunidad real de exportación y evitar situaciones de incertidumbre en el posible exportador, y que conozca de antemano los procesos requeridos para realizar una operación comercial de este tipo.

El presente análisis se aplicaría a un producto en específico de un estado en particular, en este caso el estado de Tabasco, de esta manera se aplicarían la logística de exportación ideales para el producto objeto de este proyecto, considerando factores tales como, infraestructura, condiciones del medio ambiente y condiciones comerciales del estado.

Esto permitiría a los productores del estado, la incursión en otros mercados, de este modo, se evita el exceso de competencia en mercado local, y genera recursos frescos a estas actividades, que han sido tan afectadas en los últimos años por factores comerciales y meteorológicos.

2. MARCO TEÓRICO

La búsqueda de nuevos mercados a productos agropecuarios en el estado de Tabasco, caso específico piña, tras la apertura comercial de México a los mercados internacionales, se ha generado un gran número de opciones para poder incursionar en mercados menos competidos o que ofrezcan beneficios económicos mayores al exportador, muchas veces no se puede llevar a cabo el proceso de exportación, por desconocimiento del productor de los requisitos para poder exportar y esto ha generado que muchas veces esos mercados extranjeros, sean aprovechados por países productores tanto del continente americano, como de países africanos que en estos últimos años han incrementado las exportaciones de este tipo de bienes, principalmente incursionando en los mercados asiáticos y europeos (Hossain, 2016). Como lo informa la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) en sus bases de datos de producción mundial del año 2016, en el cual México aparece como décimo lugar.

La piña es una planta de la familia de las Bromeliáceas que contiene alrededor de 1800 especies en todo el mundo. Muchos de los miembros de esta familia son epifíticos, es decir, viven encima de otras plantas en zonas de clima tropical. La piña, a diferencia de ellas, nace sobre tierra firme (Cach-Pérez, Andrade y Reyes-García, 2014). Muchos miembros de su misma familia los conocen como plantas de jardinería, como la guzmania o la billgergia. La planta de la piña (Ananás comosus), es una planta perenne con una roseta de hojas puntiagudas de hasta 90 cm de longitud. Del centro de la roseta surge un vástago en cuyo extremo se producen las flores que darán lugar a la infrutescencia conocida como piña, que es en realidad una fruta múltiple y es la fruta tropical más procesada en el mundo (Freitas *et al.*, 2015).

Esto considerando que, de acuerdo a cifras oficiales de SAGARPA, las exportaciones de bienes agropecuarios cayeron en un 15 % durante 2016, por lo tanto, de aquí se genera la importación de apoyar en este rubro a los productores locales, eso nos demuestra la importancia de enfocar esfuerzos en este rubro, que en la actualidad

se encuentra desatendido y generando un desaprovechamiento de oportunidades comerciales y de negocios.

La alta competencia en mercado nacional de los productos agropecuarios, ha forzado al productor a la búsqueda nuevos mercados en los cuales pueda tener una menor competencia (Corchado, 2011), o pueda colocar sus productos a un ritmo de crecimiento mayor, es por eso que poder alcanzar esos objetivos es necesario la búsqueda de oportunidades comerciales en el extranjero y es por eso necesaria la creación de una guía que sirva como base a los posibles exportadores en la realización de sus operaciones de comercio internacional.

Al existir diversos ofertantes de piña fresca ubicados en diferentes zonas ecológicas hace posible que durante todo el año se logre abastecer el mercado internacional, obviamente con volúmenes que varían según los meses, debido a la fluctuación de la oferta mundial.

2.1 Situación actual de la producción de piña en tabasco, México y el resto del mundo

En esta sección se describirán algunos datos técnicos de la piña, para conocer el producto y sus características.

Descripción: Nombre científico ananás comosus; fruta tropical de la familia de las bromeliáceas, nativa de América del Sur. Planta herbácea, la cual necesita de un clima tropical para crecer en su estado óptimo, debiendo madurar en el árbol para no volverse ácida; con una roseta basal de hojas rígidas, lanceoladas, con los márgenes dotados de espinas cortas. Su fruto contiene vitamina C, B1, B6, B9 (ácido fólico), E, potasio, magnesio, yodo, cobre, manganeso, ácido cítrico, y enzima bromelina. (SIAP-SAGARPA, 2011).

Varietades: Destacan las variedades cayena lisa y la MD2. De acuerdo al censo realizado por el área de comercialización de la SEDAFOP en Tabasco se siembra la variedad cayena lisa y algunos productores ya iniciaron la reconversión a la variedad MD2.

Usos: Para su consumo, en fresco, y en jugos y mermeladas; del jugo se produce vinagre. Con propiedades medicinales, la enzima bromelina ayuda a metabolizar los alimentos, además de ser diurético, antiséptico, desintoxicante y antiácido. (Fuente, SIAP-SAGARPA, 2011).

2.2 Panorama Estatal

El municipio productor de piña es el municipio de Huimanguillo con 42,106.00 toneladas, representando el 100% de la producción total del Estado. Se exportan 8,050 toneladas anuales de piña MD2. (SIAP-SAGARPA, 2009).

Tabla 1. Producción de piña

Municipio	Superficie sembrada (Ha)	Superficie cosechada (Ha)	Producción (Ton)	Producción (%)	Rendimiento (Ton/Ha)	PMR (\$/Ton)	Valor Producción (miles de pesos)
Huimanguillo	1,283.00	1,283.00	42,106.00	100.00	32.82	3,198.07	134,658.00
Estatad	1,283.00	1,283.00	42,106.00	100.00	32.82	3,198.07	134,658.00

Fuente: SIAP-SAGARPA, 2011

1. El rendimiento por hectárea (ton/ha) de Tabasco en el 2009, fue de 32.82. (Fuente, SIAP-SAGARPA, 2011).
2. El rendimiento por hectárea (ton/ha) de Veracruz (estado con mayor producción) para el 2009 fue de 44.73. (Fuente, SIAP-SAGARPA, 2011).
3. El rendimiento por hectárea (ton/ha) de México para el 2009 fue de 42.06. (Fuente, SIAP-SAGARPA, 2011).
4. El rendimiento por hectárea (ton/ha) de Brasil para el 2010 fue de 40. (Fuente, FAOSTAT, 2011).

Tabla 2. Variedades Producidas en el Estado

Cayena Lisa	MD2 (Golden Ripe. Extra Sweet. Maya Gold)	Diferencias MD2 respecto a la Cayena Lisa
1.- Su ciclo de producción es uno de los más largos.	1.- Híbrido desarrollado en Hawái a partir de cayena lisa.	1.-Mayor resistencia al oscurecimiento interno.
2.- Baja Producción de vástagos e hijastros.	2.- Peso promedio de 1.3 a 2.5 Kg.	2.- Menor ácido ascórbico total.
3.- Vulnerables a plagas y enfermedades.	3.- Color naranja-amarillo intenso.	3.-Mayor susceptibilidad a la pudrición.
4.- Alto contenido de azúcar. 13 a 19° Brix.	4.-Alto contenido de azúcar	
5.- Pulpa color amarillo pálido.	5.- Fruto dulce, compacto y fibroso.	
6.- Jugo amarillo traslucido, pero con alto contenido de azúcar.		

Fuente: SIAP-SAGARPA, 2011

2.3 Panorama Nacional

El estado más importante en producción de piña es Veracruz, que con 517,578.00 toneladas, representa el 69% del total nacional; seguido de Oaxaca y Tabasco, con 157,537.60 y 42,106.00 toneladas, representando el 21 % y 6 % del total. (SIAP-SAGARPA, 2011).

2.4 Panorama Internacional

El principal país productor de piñas tropicales (según definición FAO) es Brasil, seguido de Tailandia y Filipinas, con 2,491,974, 2,278,566 y 2,209,336 toneladas respectivamente.

México ocupa el noveno lugar, con 685,805 toneladas, teniendo como principal destino a Estados Unidos, quien es el mayor importador de piña. (FAOSTAT, 2011). (Datos 2011 sólo para algunos países).

2.5 El mercado de los Estados Unidos de Norteamérica

Las importaciones de piña en el estado fresco en los Estados Unidos se clasifican de acuerdo a la fracción arancelaria T.S.U.S.A. de importación de los siguientes grupos

1. 148.90.00 sin empaque
2. 148.93.00 en cajas de madera
3. 148.96.00 otros empaques

La importación de piña en estado fresco en los Estados Unidos está sujeta a la aprobación de las autoridades del departamento de agricultura. El importador debe llenar la forma 587 para solicitar el permiso de importación.

Asimismo, al llegar el producto a la frontera, se efectúa inspección fitosanitaria por la Food and Drug Administration para determinar si el producto no está contaminado con pesticidas no autorizados.

La producción de piña en los estados Unidos es limitada, cultivándose principalmente en Hawái debido a las características climatológicas de este grupo de listas del Océano Pacífico, ya que en la zona continental de los estados Unidos no se cuenta con climas propios para el cultivo de la piña, dedicándose principalmente al cultivo de granos, los cuales cuenta con una serie de subsidios gubernamentales que permiten lograr grandes volúmenes de producción a bajos costos. Como podemos observar más adelante en las cifras de importación, México fue el principal país proveedor de piña hasta 2002, ya que a partir de ese año decreció notablemente su participación.

Desde abril de 2003 la piña en estado fresco procedente de México fue detenida en la frontera por la Food and Drug Administration, por estar contaminada con Carboryl, pesticida no autorizado en el cultivo de este producto.

Con fecha 18 de julio de 2003 la Food and Drug Administration notificó a todos los puertos de entrada que la piña en estado fresco de México requería de certificado de análisis para su importación. Debido a esto las importaciones se redujeron considerablemente.

A continuación se presenta una serie de tablas, con las importaciones de piña del 2000 al 2002 y del 2003 a abril del 2004.

Tabla 3. Importación de piña a granel en E.U.A

País	2006		2007		2008		2009		2010	
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor
México	38,450	4,876	28,595	4,085	21,067	2,292	28,142	1,193	12,755	826
Otros	---	---	8	4	81	66	62	15	438	134
Total	38,450	4,876	28,603	4,089	21,148	2,358	28,204	1,208	13,193	960

Fuente: Bancomext, 2011

Tabla 4. Importación de piña en cajas de madera en E.U.A

País	2006		2007		2008		2009		2010	
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor
Guatemala									66	16
Honduras							617	150	109	22
Costa Rica					437	235			40	9
Rep. Dom.							266	137	352	75
Otros	5	11	235	95	161	66	51	27	41	25
Total	5	11	235	95	598	301	934	314	598	147

Fuente: Bancomext, 2011

Tabla 5. Importación de piña en otros empaques en E.U.A

País	2006		2007		2008		2009		2010	
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor
México	3,838	659	1,524	260	---	---	598	103	1.3	765
Honduras	26,104	6,547	28,812	6,298	29,860	7,373	28,420	7,333	26,474	4,879
Costa Rica	520	136	1,005	589	21,509	625	3,701	1,494	7,679	2,472
Rep. Dom.	---	---	2,298	682	5,498	1,892	5,667	1,863	3,800	865
Chile	---	---	---	---	---	---	490	119	---	---
Otros	40	12	340	192	477	123	330	151	593	165
Total	30,502	7,354	33,979	8,651	37,335	10,103	39,206	11,063	38,547	8,361

Fuente: Bancomext, 2011

3. MÉTODO

Con base en la información mostrada por Hernández, Fernández y Baptista (2014) la investigación es de tipo descriptivo debido a que busca especificar las características y propiedades de la exportación de la piña, y se tiene como fin conocer si la variable del análisis del

mercado puede contribuir a que se cumpla con el desarrollo de la guía de exportación para que los productores de piña del estado de Tabasco conozcan las herramientas necesarias que les facilite entrar en el ámbito de la exportación. Esta investigación es un intento de resumir la relación de identidad necesaria para construir una teoría que sea efectiva como guía para la acción y producción científica, que esté estrechamente ligada a la ciencia para la transformación y eso lo aplicaríamos como un producto final que es la Guía y un caso práctico que permitiría demostrar la factibilidad de la investigación en una realidad aplicada a un proceso de exportación, y se llevaría a cabo de la siguiente manera:

1. Insatisfacción con el actual estado de cosas.
2. Identificación de un área problemática;
3. Identificación de un problema específico a ser resuelto mediante la acción;
4. Ejecución de la acción Evaluación de los efectos de la acción

La utilidad de la investigación es lograr conocer si el mercado de la piña en los Estados Unidos de América es realmente viable para que los productores del estado de Tabasco incursionen en él apoyándose con el desarrollo de una guía de exportación, la cual les facilitaría la incorporación. el resultado que se puede llegar a obtener es positivo o negativo, si es positivo significaría que el análisis del mercado es viable para los productores de piña y si es negativo significaría que el mercado de los estados unidos no es viable para los productores de piña del estado de Tabasco

El diseño que se aplicó es el no experimental, longitudinal. En base al autor Hernández, Fernández y Baptista (2014) el diseño no experimental se define como “la investigación que se realizará sin manipular deliberadamente las variables. En este diseño se observan los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos” (p.152). y es longitudinal por el análisis de la producción de piña se realiza a través de la recolección de información de cinco años, los cuales son de 2006 a 2010.

La investigación tiene un enfoque cualitativo ya que “la investigación cualitativa no es tarea que se asocie a un momento dado en el desarrollo del estudio. Más bien, resulta el fruto de todo el trabajo de investigación. En ocasiones el problema de investigación se define, en toda su extensión, sólo tras haber completado uno o varios ciclos de preguntas, respuestas y análisis de esas respuestas. Al investigador cualitativo le pedimos que ofrezca, no una explicación parcial a un problema –como el modo que presenta un determinado conjunto de variables condición la forma en que se nos muestra otro conjunto de variables– sino una comprensión global del mismo” (Rodríguez, 1996, p.101).

El enfoque cualitativo, por lo común, se utiliza primero para descubrir y refinar preguntas de investigación. A veces, pero no necesariamente, se prueban hipótesis. Con frecuencia se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones.

Las investigaciones cualitativas son guiadas por áreas o temas significativos de investigación (al igual que las cuantitativas), sin embargo, en lugar de que la claridad sobre la(s) preguntas de investigación e hipótesis preceda (como en la mayoría de los estudios cuantitativos) a la recolección y el análisis de los datos, los estudios

cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes; y, después, para refinarlas y responderlas (o probar hipótesis). El proceso se mueve dinámicamente entre los “hechos” y su interpretación en ambos sentidos.

4. RESULTADOS

GUÍA PARA EXPORTACIÓN DE PIÑA

4.1 Selección del mercado meta

Es de suma importancia la debida selección del mercado meta, ya que de esto dependerá el éxito o fracaso del proyecto de exportación, por lo tanto, es requerido un estudio previo del mismo, por lo que lo ideal es la realización de un estudio hacia el enfoque de consumo o de piña y productos similares.

Los puntos a considerar en el estudio son los siguientes:

1. Datos demográficos
2. Conocimiento del producto
3. Productos similares o sustitutos
4. Frecuencia de consumo
5. Presentación en la que se consume
6. Lugar de consumo o compra
7. Precio de venta

A su vez se recomienda obtener información del país meta, buscando información en las diversas páginas web de las cámaras de comercio, y organismos de apoyo al comercio exterior.

4.2 Regulaciones arancelarias y no arancelarias

De acuerdo con el documento Planeación Agrícola Nacional 2017-2030 emitido por la SAGARPA y referente a la piña mexicana los países a los que México exporta este producto son: Estados Unidos y Canadá a través del TLCAN; Países Bajos, Alemania, España, Reino Unido, Italia, Bélgica y Francia a través del TLCUEM; y Japón a través del TLCJM. Los países del TLCAN y TLCUEM aplican aranceles del 0 % a México en este producto, sin embargo Japón tiene un arancel del 12.1 %.

Por la parte de las barreras no arancelarias, se requiere verificar que tipos de permisos se requieren para exportar e importar la piña, tales como permisos sanitarios, documentos de origen, certificados de libre venta entre otros.

4.3 Logística de exportación

La piña es empacada en contenedores de madera especialmente diseñados para acomodar un número fijo de cajas. Generalmente la fruta de lujo es empacada en cajas de cartón con 4, 6 u 8 piezas mientras que en las de otra categoría son empacadas 10, 12, 15 o 20 piezas por cajas. Los diseños de los contenedores varían considerablemente estando la fruta colocada vertical u horizontalmente. El diseño está encaminado a reducir la fricción durante el viaje y a economizar en los volúmenes de embarque.

El costo de flete marino de las piñas es calculado de acuerdo al volumen. Si se decide el volumen puede bajar ya sea reduciendo las coronas durante su crecimiento en el campo, donde el cuidado a tomar será evitar que se quemen con el sol, o bien quitarlas parcialmente después de cosecharlas. La práctica más reciente es podar la corona utilizando una cuchara cuchillo; para reemplazar la porción podada se utiliza una funda plástica.

La transportación aérea suministra productos superiores con precios más altos, ya que por su rapidez permite seleccionar piñas más maduras con mayor contenido de azúcar, así como el mercado de frutas más fresca. La piña transportada por avión normalmente llega con coronas más largas.

La transportación marítima y la transportación aérea proveen de piña a los sectores populares y de lujo del mercado respectivamente. De cualquier forma, el mercado recientemente es limitado en tamaño y parece ser que está declinando.

4.4 Trámites aduanales

Para llevar a cabo el trámite de exportación se requiere contratar los servicios de un agente aduanal, y llevar a cabo la inscripción en el padrón de exportadores del SAT, y durante el proceso de exportación hacer llegar al agente aduanal los siguientes documentos:

1. Factura comercial
2. Guía de embarque
3. Guía de empaque
4. Certificado sanitario
5. Pago de contribuciones al comercio exterior
6. Datos del importador
7. De esta manera queda completo el trámite de exportación.

5. CONCLUSIONES

Como parte final de este proyecto, se determinó después de haber hecho un análisis del mercado de la piña a nivel mundial, en el cual se tomaron en cuenta productores, consumidores, demanda, y todas las consideraciones que se fueron analizando en este trabajo, la conclusión a la cual se llega es que existe un mercado muy grande para la piña de Tabasco en el extranjero, y por situaciones de precio, tiempo, infraestructura se determinó que el mercado de los Estados Unidos de América es el adecuado para exportar este producto.

Dentro de las recomendaciones se puede considerar que los productores estén en estrecho contacto con las autoridades sanitarias y agrícolas de nuestro país para estar siempre con información reciente de las restricciones que se pueden presentar para la entrada de la piña mexicana a Estados Unidos, esto sería dentro del ámbito técnico y de producción. Con lo que respecta a la parte comercial se sugiere que los productores establezcan mecanismos de cooperación tanto con la Secretaría de Economía, ProMéxico y Bancomext ya que existen diversos programas de apoyo a los exportadores mexicanos los cuales se mencionan a continuación:

Secretaría de Economía:

- Industria Manufacturera, Maquiladora y de Servicios de Exportación (IMMEX)

- Devolución de Impuestos de Importación a los Exportadores (Drawback)
- Empresas de Comercio Exterior (ESEX)
- Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX)
- Industria Manufacturera Maquiladora y de Servicios de Exportación (IMMEX)
- Programa de Devolución de Impuestos de Importación a los Exportadores (DRAWBACK)
- Programas de Promoción Sectorial (PROSEC)
- Sistema Integral de Información de Comercio Exterior (SICEX)

ProMéxico:

- Asesoría en empaque y embalaje
- Asesoría legal internacional
- Asesoría para la formación de consorcios de exportaciones (REDEX)
- Asesoría técnica en procesos productivos
- Centros de distribución
- Certificaciones internacionales
- Consultoría para registro de marca internacional (IMPI)

Bancomext:

- Crédito PyMEX (PyME exportadoras e importadoras)
- Financiamiento de inventarios de comercio exterior
- Fondos de inversión de capital de riesgo
- Factoraje internacional de exportación

Por último, es necesario que los productores estén en contacto con la Secretaría de Desarrollo Económico Estatal, debido a que cuentan con instrumentos de apoyo en materia de fomento a las exportaciones de productos agrícolas, uno de los programas con los que se cuenta en el estado es EXPOR-TAB, ya que ante la reducción de las actividades del sector petrolero el sector agropecuario ha pasado a ser uno de los principales empleadores en el Estado de Tabasco y por lo tanto un generador de ingresos.

REFERENCIAS

- Acerenza M. A. (2002). *Marketing Internacional: un enfoque metodológico hacia la exportación*. México, Trillas.
- Álvarez T. L. y Peraza T. H. R. (2004). *Guía práctica en la formación de una empresa comercializadora*. México: GASCA SICCO.
- Cach-Pérez, M. J., Andrade, J. L., & Reyes-García, C. (2014). La susceptibilidad de las bromeliáceas epífitas al cambio climático. *Botanical Sciences*, 92(2), 157-168. <https://doi.org/10.17129/botsci.55>
- Colaiácovo J. L., Assefha A. A. y Guadagna G. J.C. (1993). *Proyectos de exportación & Estrategias de Marketing Internacional. Textos y casos sobre agroindustria y servicios*, Buenos Aires, Argentina: Macchi Grupo Editorial.
- Corchado M. del C. (2008). *Formas de Integración Económica: Globalización y Regionalización*. México: Limusa.
- Czinkota, M. (2008). *Marketing Internacional*. México: Cengage Learning Editores.
- Fernández V. R. (2007). *Manual para elaborar un plan de mercadotecnia*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Freitas, A., Moldão-Martins, M., Costa, H. S., Albuquerque, T. G., Valente, A., & Sanches-Silva, A. (2015). Effect of UV-C radiation on bioactive compounds of pineapple (*Ananas comosus* L. Merr.) by-products. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 95(1), 44-52. <https://doi.org/10.1002/jsfa.6751>
- Hernández, S.R., Fernández, C.C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Hossain, F. (2016). World pineapple production: An overview. *African Journal of Food, Agriculture, Nutrition and Development*, 16(4), 11443-11456. <https://doi.org/10.18697/ajfand.76.15620>
- Kotler P. & Keller K. L. (2006). *Dirección de marketing*. México: Ed. Pearson Educación.
- Lamb C. Jr., Hair J. Jr. Y Mc Daniel C. (2002). *Marketing*. EUA, México: Thomson Internacional.
- Lee, H. S. (2009). *Marketing internacional: teoría y 50 casos*. México: CENGAGE Learning.
- Ledesma C. A. y Domínguez M. (2004). *Consortios de exportación: El despegue regional*. Argentina: Osmar D. Buyatti Librería Editorial.
- Lerma K. A. (2004). *Comercio y mercadotecnia internacional*. México: Ed. Thomson.
- Lerma K. A. (2000). *Comercio internacional: Método para la formulación de estudios de competitividad internacional*. México: Ediciones Contables, Administrativas y Fiscales, S.A. de C.V.
- Majaro S. (1992). *International marketing: a strategic approach to world markets*. Londres, Inglaterra: Academic Division of Unwin Hyman Ltd.
- Minervini Incola. (2002). *La ingeniería de la exportación: Herramientas para actuar con éxito en los mercados internacionales*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores.
- Morales T. C. y Moreno J. A. (2007). *Manual de exportación: Elabore usted mismo su plan de negocios*. México, Tax Editores.
- Moreno J. M. (1995). *Marketing internacional; contenido, políticas y estrategias exitosas*. Argentina: Macchi Grupo Editor, S.A.
- Rodríguez V. J. (1990). *Administración de pequeñas y medianas empresas exportadoras*. México: ECAFSA Thomson Learning.
- Tugores, Q. (1994). *Economía internacional e integración económica*. España: Mc Graw Hill.
- Yip George S. (1992). *Globalización: Estrategias para obtener una ventaja competitiva internacional*. México: Grupo Editorial Norma.

Documentos técnicos:

- Guía Mercadotecnia Internacional, SECOFI-bancomext, volumen 6, Centro de Servicios al Comercio Exterior. Mercadotecnia Internacional. Centro de Servicios al Comercio Exterior (SECOFI-BANCOMEXT). Serie documentos técnicos, volumen 6.
- Mercadotecnia Internacional: Texto y ejercicios. Bancomext, 2001, 2ª edición, México.
- Plan de Negocio para Proyectos de Exportación (PLANEX): Texto y ejercicios, primera edición, México, 2003. Guía Básica del Exportador, Bancomext, 2011, 8ª Edición, México.
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (2017). *Piña Mexicana. Planeación Agrícola Nacional 2017-2030*. SAGARPA primera edición 2017. México.