



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y
NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERO DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL.

TEMA:

ANÁLISIS DEL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA
EMPRESAS EXPORTADORAS DE PITAHAYA DE LA REGIÓN
AMAZÓNICA ECUATORIANA HACIA EL MERCADO EFTA.

AUTORES:

CAJAMARCA VIVAS, JOSELYN ANDREA
MARTÍNEZ GONZÁLEZ, CHRISTIAN MAURICIO

DIRECTOR:

MSC. RIVERA VALLEJO, RAMIRO ABEL
SANGOLQUÍ

2019



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

CERTIFICADO DEL DIRECTOR

Certifico que el trabajo de titulación "ANÁLISIS DEL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA EMPRESAS EXPORTADORAS DE PITAHAYA DE LA REGIÓN AMAZÓNICA ECUATORIANA HACIA EL MERCADO EFTA" fue realizado por los estudiantes Cajamarca Vivas Joselyn Andrea y Martínez González Christian Mauricio, el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustenten públicamente.

Sangolquí, 12 de julio del 2019



MSc. Rivera Vallejo, Ramiro Abel
CC:

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, Cajamarca Vivas Joselyn Andrea y Martínez González Christian Mauricio, declaramos que el contenido, ideas y criterios de trabajo de titulación: “ANÁLISIS DEL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA EMPRESAS EXPORTADORAS DE PITAHAYA DE LA REGIÓN AMAZÓNICA ECUATORIANA HACIA EL MERCADO EFTA”, es de nuestra autoría y responsabilidad cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación es veraz.

Sangolqui, 12 de julio del 2019

Cajamarca Vivas Joselyn Andrea

CC: 1753277571

Martínez González Christian Mauricio

CC: 1717825366



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL

AUTORIZACIÓN

Nosotros, Cajamarca Vivas Joselyn Andrea y Martínez González Christian Mauricio, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE publicar el trabajo de titulación: “ANÁLISIS DEL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA EMPRESAS EXPORTADORAS DE PITAHAYA DE LA REGIÓN AMAZÓNICA ECUATORIANA HACIA EL MERCADO EFTA”, en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra responsabilidad.

Sangolquí, 12 de julio del 2019

Cajamarca Vivas Joselyn Andrea

CC: 1753277571

Martínez González Christian Mauricio

CC: 1717825366

DEDICATORIA

Para mi padre Wilmer Cajamarca, gracias a tu esfuerzo, paciencia, amor y apoyo incondicional logre cumplir un sueño más en mi vida.

Joselyn Andrea Cajamarca Vivas

DEDICATORIA

**“Tengo tu voz, tengo tu tos, oigo tu canto en el mío [...] Tengo una canción para mostrarte,
talvez cuando vaya” Jorge Drexler**

Como siempre y como todo en mi vida, por W.X.M.G.

Christian Mauricio Martínez González

AGRADECIMIENTO

A mi padre, quien es mi motivación día a día y nunca me deja desfallecer.

A mi tía Ruth la cual me cuido como una madre desde pequeña;

A mi tío Rodrigo mi segundo padre quien desde mis 9 años me tomó de la mano y no soltó nunca más;

A mi madre quien a pesar de todo sigue siendo parte de mi vida;

A mis abuelitos Beatriz, Víctor y María Beatriz, quienes siempre me cuidaron y guiaron con su sabiduría;

A mis tíos, primos, a mi hermanita pequeña Emily por alegrar todos mis días con sus locuras;

A Fernanda quien más de ser la esposa de mi padre, es mi amiga y nueva mamá;

A María Alejandra, mi primita a la cual he visto crecer por 10 años, y siempre está a mi lado;

A mi compañero de tesis, gracias por abrirme un espacio en tu vida y apoyarme en los momentos más difíciles.

Joselyn Andrea Cajamarca Vivas

AGRADECIMIENTO

A mis padres, por haberme dado la oportunidad de formarme académicamente, por sus palabras, su comprensión y su amor.

A mi compañera de tesis, por su apoyo incondicional durante toda la carrera, por nunca darse por vencida y ser mi motivación en todo momento desde el principio hasta el fin, y convertir este sueño en realidad.

Christian Mauricio Martínez González

ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICADO DEL DIRECTOR	i
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD	ii
AUTORIZACIÓN	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS	xv
RESUMEN	xvi
ABSTRACT	xvii
CAPÍTULO I	1
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.2. JUSTIFICACIÓN	2
1.3. OBJETIVO GENERAL	4
1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
1.5. DETERMINACIÓN DE VARIABLES	4
1.6. HIPÓTESIS	5
1.7. MARCO TEÓRICO - REFERENCIAL	5
1.7.2. Teoría de la ventaja competitiva de las naciones.	5

1.7.3. Teoría de Johanson & Mattson (Teoría de redes)	7
1.8. MODELOS	8
1.8.1. Modelo Uppsala.	8
1.9. Marco Referencial.....	9
1.10. Marco Conceptual.....	12
1.10.1. Empresa Exportadora.	12
1.10.2. Estrategia Competitiva.	13
1.10.3. Asociación Europea de Libre Comercio (AELC).	13
1.10.4. Estrategia de desarrollo.	13
1.10.5. Negociación internacional.	13
1.10.6. Acuerdo Comercial Regional.	14
1.10.7. Exportación.	14
CAPÍTULO II	15
2. DISEÑO METODOLÓGICO	15
2.1. Enfoque de la Investigación: Mixto	15
2.2. Tipología de investigación.....	16
2.2.1. Por su finalidad: Aplicada.	16
2.2.2. Por las fuentes de información: Mixto.	16
2.2.3. Por las unidades de análisis: In situ.....	17

2.2.4. Por el control de las variables: No Experimental.....	17
2.2.5. Por el alcance: Descriptivo.....	17
2.3. Instrumentos de recolección de información: Varios.....	18
2.4. Procedimiento para la recolección de datos.....	18
CAPÍTULO III	20
3. DESARROLLO DEL PROYECTO	20
3.1. La Pitahaya.....	20
3.1.1. Descripción de la Pitahaya.....	20
3.1.2. Distribución de cultivo.....	21
3.1.3. Sistemas de producción.....	22
3.1.4. Propiedades nutricionales.....	24
3.1.5. Normas de calidad para la comercialización de Pitahaya amarilla.....	25
3.1.6. Clasificación arancelaria de la pitahaya amarilla.....	26
3.1.7. Exportación de Pitahaya.....	27
3.1.8. Países de la AELC.....	32
3.2. LA ASOCIACIÓN EUROPEA DE LIBRE COMERCIO Y ECUADOR	41
3.2.1. Contenido del Acuerdo.....	41
3.3. FORMAS DE INTERNACIONALIZACIÓN O INGRESO A LOS MERCADOS INTERNACIONALES	48

3.3.1. Exportación.	48
3.3.2. Acuerdos de Cooperación Contractuales.	48
3.3.3. Acuerdos de Cooperación Accionariales por medio de Inversión Directa en el Exterior... ..	49
3.4. MEDIDAS GUBERNAMENTALES ECUATORIANAS DE EXPORTACIÓN.....	50
3.4.1. ProEcuador.	52
3.4.2. Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE).	55
3.4.3 Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones	56
3.4.5. Ministerio de Industrias y Productividad.	56
3.4.6. Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG).	57
3.5. DESARROLLO SOSTENIBLE.....	59
3.5.1. Desarrollo sostenible en Ecuador.	64
3.5.2. GLOBAL GAP y el desarrollo sostenible.	66
3.6. LOS PRODUCTORES / EXPORTADORES DE PITAHAYA EN EL AELC	68
3.7. GUÍA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE PITAHAYA.....	72
3.7.1. Proceso de Exportación.	74
3.7.2. El desarrollo sostenible a tomar en cuenta.	77
CAPITULO IV	79
4.1. DISCUSIÓN.....	79
4.2. CONCLUSIONES	81

4.3. RECOMENDACIONES 84

BIBLIOGRAFÍA 86

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Determinación de variables</i>	5
Tabla 2. <i>Sistemas de producción</i>	23
Tabla 3. <i>Contenido Nutricional de Pitahaya</i>	24
Tabla 4. <i>Categorías de la fruta (Pitahaya)</i>	25
Tabla 5. <i>Tabla de calibres</i>	26
Tabla 6. <i>Volumen y precio FOB total exportado desde Enero 2003 a Diciembre 2018</i>	27
Tabla 7. <i>Volumen y precio FOB por país exportado desde Enero 2013 a Diciembre 2018</i>	29
Tabla 8. <i>Volumen y precio FOB por año exportado a Suiza</i>	30
Tabla 9. <i>Precios promedio mensuales (en dolares americanos) desde el 2013 al 2018</i>	32
Tabla 10. <i>Datos económicos de Suiza 2018</i>	33
Tabla 11. <i>Datos económicos de Noruega 2018</i>	34
Tabla 12. <i>Datos económicos de Islandia 2018</i>	34
Tabla 13. <i>Datos económicos de Liechtenstein</i>	35
Tabla 14. <i>Importaciones de la subpartida 0810.90 de Suiza.</i>	36
Tabla 15. <i>Importaciones de la subpartida 0810.90 de Noruega.</i>	38
Tabla 16. <i>Importaciones de la subpartida 0810.90 de Islandia.</i>	39
Tabla 17. <i>Preferencias otorgadas por Suiza - Liechtenstein</i>	43
Tabla 18. <i>Preferencias otorgadas por Noruega</i>	43
Tabla 19. <i>Preferencias otorgadas por Islandia</i>	44
Tabla 20. <i>Calendario de desgravación (%) de Ecuador para miembros de la AELC</i>	45
Tabla 21. <i>Lista de las Reglas Específicas de Origen (REO)</i>	46
Tabla 22. <i>Elementos para el análisis de la información (Internacionalización)</i>	68

Tabla 23. *Documentos de soporte y acompañamiento*74

Tabla 24. *Información ingresada en ECUAPASS*75

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Factores de la ventaja competitiva.....	6
<i>Figura 2.</i> Enfoque Mixto (Cuantitativo-Cualitativo)	15
<i>Figura 3.</i> Pitahaya Amarilla	20
<i>Figura 4.</i> Sistema de cultivo aplicado a la pitahaya	24
<i>Figura 5.</i> Evolución de exportación de Pitahaya.....	28
<i>Figura 6.</i> Evolución de exportación de Pitahaya hacia Suiza 2009-2018.	31
<i>Figura 7.</i> Principal competencia para Ecuador	37
<i>Figura 8.</i> Principales competidores para Ecuador con Noruega	39
<i>Figura 9.</i> Principales competidores para Ecuador con Islandia	40
<i>Figura 10.</i> Semaforización de la Ruta PRO Ecuador.....	54
<i>Figura 11.</i> Pilares del desarrollo sostenible.....	60
<i>Figura 12.</i> Objetivos de Desarrollo Sostenible	62
<i>Figura 13.</i> Global G.A.P.	67
<i>Figura 14.</i> Internacionalización de la pitahaya vinculada al desarrollo sostenible según empresas entrevistadas	71
<i>Figura 15.</i> Flujograma del proceso de exportación.....	76
<i>Figura 16.</i> Pasos del SDG Compass.....	77

RESUMEN

La presente investigación tiene como propósito identificar el proceso necesario de internacionalización al mercado de la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA por sus siglas en inglés) para las empresas productoras exportadoras de pitahaya de la región amazónica, y los beneficios para los exportadores de pitahaya que se amparen bajo el acuerdo con AELC; así como también conocer la aplicación de acciones sostenibles en la Internacionalización, tomando en cuenta al desarrollo sostenible como generador de competitividad en el mercado internacional. Dentro de las empresas seleccionadas como muestra se busca analizar la aplicación e importancia del desarrollo sostenible, así como también sus habilidades, capacidades y recursos que les permitan llegar al mercado AELC; de igual manera se busca conocer la situación actual de las medidas gubernamentales ecuatorianas que facilitan el acceso a mercados internacionales y sus niveles de exportación de la pitahaya hacia el AELC antes de la firma del acuerdo comercial. La metodología a utilizar es de carácter mixto (cuantitativa-cualitativa), por medio de una investigación descriptiva; y para el análisis y evaluación de la información obtenida se utilizara la herramienta de investigación de entrevistas a todos los administradores de las empresas productoras y/o exportadoras de pitahaya de la región amazónica sobre su internacionalización y posible relación con el desarrollo sostenible. La investigación muestra la vinculación del proceso de internacionalización con la sostenibilidad.

PALABRAS CLAVE:

- **ASOCIACIÓN EUROPEA DE LIBRE COMERCIO**
- **DESARROLLO SOSTENIBLE**
- **INTERNACIONALIZACIÓN**

ABSTRACT

The purpose of this research is to identify the correct way of internationalization to the European Free Trade Association (EFTA) for exporting companies of dragon fruit in the Amazon region, and the benefits for exporters of pitahaya that are covered under the agreement with EFTA; as well as knowing the application of sustainable actions in the Internationalization, taking into account the sustainable development as a generator of competitiveness in the international market. Among the companies selected as a sample, the aim is to analyze the application and importance of sustainable development, as well as their skills, capabilities and resources that allow them to reach the AELC market; Likewise, it seeks to know the current situation of the Ecuadorian governmental measures that facilitate access to international markets and their levels of export of pitahaya to the EFTA before the signing of the trade agreement. The methodology to be used is of a mixed nature (quantitative-qualitative), by means of a descriptive investigation; and for the analysis and evaluation of the information obtained; the research tool will be used to interview all the administrators of the companies producing and / or exporting pitahaya from the Amazon region about its internationalization and possible relationship with sustainable development. The research shows the link between the internationalization process and sustainability.

KEY WORDS:

- **EUROPEAN FREE TRADE ASSOCIATION (EFTA)**
- **SUSTAINABLE DEVELOPMENT**
- **INTERNATIONALIZATION**

CAPÍTULO I

1.1. Planteamiento del problema de investigación

Las empresas exportadoras de frutas no tradicionales ecuatorianas cuentan con una baja competitividad en los mercados internacionales en comparación a otros países de Sudamérica, además de no contar con el conocimiento necesario sobre el acuerdo firmado con el EFTA, que de ahora en adelante lo llamaremos AELC por sus siglas en español “Asociación Europea de Libre Comercio”, que tiene como objetivo incrementar el dinamismo exportador por medio de un clima de libre comercio, como la liberación de aranceles a un 99% de productos agrícolas.

La balanza comercial según el boletín del Ministerio de Comercio Exterior (2017) señala que desde el año 2013 al 2017 existe un decrecimiento en las exportaciones desde Ecuador hacia la Asociación Europea de Libre Comercio, con valores FOB de 81 mil millones USD en el 2013, 60 mil millones USD en el 2014, 41 mil millones USD en el 2015, 27 mil millones de dólares USD en el 2016 y 22 mil millones de USD en el 2017; generando así un promedio de los años mencionados de 46,2 mil millones de USD FOB, el análisis de este decrecimiento se presume inicialmente que es debido a la carencia de competitividad de los exportadores ecuatorianos, en cuanto a su agilidad y facilidad de conseguir certificados estrictos para los mercados exigentes como lo es de la AELC.

Existen muchas barreras para la internacionalización de frutas no tradicionales, tales como: elevados aranceles en el país de destino (para el importador), certificaciones requeridas por el mercado, volumen de fruta necesario, inversión alta, fuerte competencia, exigencias en cuanto a calidad y precio, entre otros. Es por ello que la firma del acuerdo de Asociación Económica Inclusiva entre Ecuador y la AELC presenta nuevas oportunidades a las empresas productoras

exportadoras de frutas no tradicionales como la Pitahaya según fuentes como PROECUADOR, que afirman que países como Islandia están interesados en explotar la oferta exportable no tradicional de Ecuador.

1.2. Justificación

Dentro de los últimos años se ha reflejado un saldo negativo en la balanza comercial ecuatoriana. Esto debido a la baja efectividad de la actividad comercial y política manejada por gobiernos anteriores, pues Ecuador desde el año 2007 al 2015 paso por una etapa de proteccionismo que cerró las puertas a inversiones extranjeras, firmas de TLC y demás acuerdos comerciales, limitando la competitividad de la oferta exportable en cuanto a calidad y precios a comparación de países vecinos como Colombia y Perú, que debido a características geográficas y culturales manejan una oferta similar a la Ecuatoriana sin embargo presenta ventajas como el valor de cambio de su moneda y los acuerdos comerciales que tienen estos dos países con el resto del mundo.

Debido a estos acontecimientos el gobierno ecuatoriano toma la iniciativa de firmar un acuerdo comercial con la AELC, conformado por los países de Suiza, Noruega, Liechtenstein e Islandia, donde a pesar de no representar un extenso territorio, este bloque según el Ministerio de Comercio Exterior (2017) cuenta con 14 millones de habitantes con un alto poder adquisitivo.

La firma del acuerdo entre el Ecuador y el AELC presenta grandes oportunidades para las empresas exportadoras de productos no tradicionales como la Pitahaya; comúnmente los principales productos comercializados con los miembros del bloque económico son de origen petrolero, bananero y el sector acuícola; pero con la liberación total de casi el 99% de la oferta exportable ecuatoriana, grandes empresarios del bloque de la AELC están interesados en explotar

en mayor forma productos no comúnmente comercializados como lo son los frutos no tradiciones, productos en los que Ecuador tiene cierto nivel de competencia con Colombia y Perú.

Históricamente la cooperación comercial entre Ecuador y el continente Europeo es prácticamente nueva, por lo que algunas de las empresas exportadoras desconocen del contenido y beneficios que presenta el acuerdo con la AELC; también son puntos a destacar las tendencias de consumo del mercado, pues el consumidor europeo busca productos que colaboren económicamente, social y ambientalmente con la sociedad en la que fue producida. Estos hechos evidencian la necesidad de una investigación, que identifique los beneficios del acuerdo para las empresas exportadoras de pitahaya, y un proceso efectivo para la internacionalización en base a los requerimientos del mercado que son afines al desarrollo sostenible y de esta forma generar mayor competitividad.

1.3. Objetivo General

- Identificar el proceso de internacionalización de las empresas productoras y/o exportadoras de pitahaya de la región amazónica a la Asociación Europea de Libre Comercio, con énfasis en el desarrollo sostenible.

1.4. Objetivos Específicos

- Analizar las medidas gubernamentales ecuatorianas implementadas para la motivación de la internacionalización de la pitahaya y el volumen de exportación al mercado de la AELC.
- Analizar el contenido del acuerdo de la Asociación Europea de Libre Comercio y sus beneficios para los exportadores ecuatorianos.
- Determinar los factores en común de las empresas productoras y/o exportadoras de pitahaya hacia la AELC durante el periodo 2013-2018, para generar una ventaja competitiva.

1.5. Determinación de Variables

Se determinó que una vez realizado la investigación bibliográfica respectiva, la variable dependiente es la *Internacionalización* y la variable independiente es el acuerdo comercial con la *Asociación Europea de Libre Comercio*, ya que la dependiente requiere de un lugar específico internacional para que sea aceptado como Internacionalización; bajo el contexto del presente trabajo se entiende que la Pitahaya requiere de un mercado potencial para poder Internacionalizarse. (Tabla 1)

Tabla 1.*Determinación de variables*

Independiente	Dependiente	Co variables	Instrumentos
Acuerdo comercial de la Asociación Europea de Libre Comercio	Internacionalización	Flujos de Comercio Cercanía Geográfica Certificaciones Desarrollo Sostenible	Entrevista Fuentes secundarias

1.6. Hipótesis

Las empresas exportadoras de pitahaya de la región amazónica realizan un proceso de internacionalización vinculado al desarrollo sostenible para el mercado de la AELC.

1.7. Marco teórico - referencial**1.7.2. Teoría de la ventaja competitiva de las naciones.**

En el libro *The competitive advantage of nations* de Michael Porter (1990) replantea la teoría sobre la riqueza de las naciones planteada por Adam Smith, en la que indica la existencia de cuatro factores que funcionan en conjunto para así generar una ventaja competitiva. Esta teoría se ve reflejada en el funcionamiento de los clúster, que es según Porter un conjunto de empresas las cuales se encuentran concentradas en una misma zona geográfica las cuales se ven inmersas dentro del mismo giro de negocios y que poseen características comunes y complementarias.

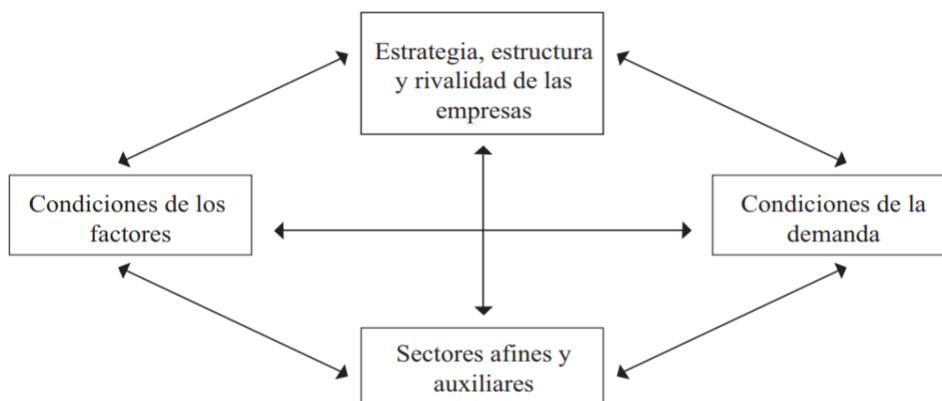


Figura 1. Factores de la ventaja competitiva
Fuente: (Porter, 1990)

Los atributos que debe cumplir una nación según (Porter, 1990) están explicados a continuación.

Condiciones de los factores: se refiere a la situación de la nación respecto a factores básicos y avanzados. Los primeros están relacionados a los recursos naturales, demografía, geografía y el clima. Los factores avanzados son aquellos que generan la ventaja competitiva, tecnología, investigación, comunicación y mano de obra calificada.

Condiciones de demanda: demanda que tiene el bien o servicios en el mercado local.

Sectoros afines y auxiliares: La presencia o ausencia de proveedores o industrias afines, que sean competitivas. Este factor es de suma importancia cuando las empresas tienen a internacionalizarse, ya que permitirá crear alianzas y generar mayor ventaja competitiva.

Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas: La naturaleza de la competencia interna, su creación, organización y modo de gestión.

La teoría de la ventaja competitiva de las naciones puede observarse en el sector primario productor / exportador de pitahaya, pues la mayoría de producción de esta fruta se concentra en la

ciudad de Palora, ubicada en la provincia de Morona Santiago, es así que con el paso del tiempo la economía de esta ciudad se ha basado en la explotación de esta fruta, ya sea en la producción, procesamiento, transporte y oferta de insumos para esta industria de producción y exportación.

1.7.3. Teoría de Johanson & Mattson (Teoría de redes).

El modelo de Johanson & Mattson (1988) trata sobre las redes de negocio que se estructuran al crecer una empresa. Según Trujillo Dávila, Rodríguez Ospina, Guzmán Vázquez, & Becerra Plaza (2006) se “consideran redes de negocio a aquéllas que mantienen las empresas con sus clientes, distribuidores, competidores y gobierno. Argumentan que a medida que las empresas se internacionalizan, el número de actores con los que tienen que interactuar a través de la red aumenta y las relaciones con éstos se estrechan.”

Las redes evolucionan, crean lazos, permiten ganar posiciones de valor dentro de los mercados. La evolución se da en tres formas: relaciones con nuevos socios en mercados internacionales; con el tiempo se generan compromisos entre socios; y por último se crean posiciones dentro de las redes de los nuevos mercados; lo que para la empresas productoras exportadoras de la fruta exótica de la Pitahaya, le conviene crear alianzas estratégicas con entre productores / exportadores para ampliar su oferta exportable; así como también la relación con inversores internacionales son alternativas para el aumentar la competitividad y obtener una oferta atractiva para la AELC.

1.8. Modelos

1.8.1. Modelo Uppsala.

El modelo predice que la empresa incrementará de forma gradual sus recursos comprometidos en un país concreto a medida que vaya adquiriendo experiencia de las actividades que se realizan en dicho mercado (Johanson & Wiedersheim-Paul, 1975). Para que una empresa llegue a la internacionalización, deberá pasar por una serie de etapas que ayudara a que incremente de manera progresiva su participación en mercados internacionales, en base a los conocimientos obtenidos por las interacciones previas con distintos países. Es importante recalcar que entre más inversión y recursos comprometidos, significa que mantiene más implicación en un mercado internacional, permitiéndole así establecerse de manera permanente en esos mercados; además es indispensable el conocimiento de la empresa y la adaptabilidad que tenga cada empresa, ya que el mercado cual sea, es cambiante y dinámico.

Este modelo cuenta con cuatro categorías en su cadena de establecimiento; la primera se refiere a las actividades esporádicas o no regulares de exportación, es el inicio para empezar a obtener información y experiencia en cuanto a las operaciones internacionales, donde puede realizarse incluso de manera indirecta por medio de un intermediario; el segundo es realizar exportaciones a través de representantes independientes, estos pueden ser tanto mayoristas, una comercializadora internacional o importadores; el tercero se basa en el establecimiento de una sucursal comercial en el país extranjero, la empresa debe tomar la decisión de establecer una licencia o franquicia en base a información de contexto externo e interno del país al que va a incursionar.; finalmente el cuarto es el establecimiento de unidades productivas en el país

extranjero, ya que es importante contar con la producción y presencia en el mercado internacional de la organización.

La aplicabilidad de este método ayuda a la investigación gradual acorde a las etapas ya previamente señaladas, permitiendo obtener mayor experiencia y conocimiento en los mercados internacionales, que muchas veces este último ni en sitios oficiales se los puede obtener de manera objetiva y verídica; con el incremento de la experiencia y conocimiento ayuda a que las empresas productoras exportadoras de Pitahaya puedan tener mayor confianza y seguridad al momento de comprometer más recursos en la internacionalización a mercados más exigentes como la AELC.

1.9. Marco Referencial

Ecuador por años ha mantenido relaciones comerciales basadas principalmente en el petróleo y productos históricamente mencionados como el banano, el cacao y el camarón, estas a su vez permitían el crecimiento económico del país, esto desencadenó la existencia de una dependencia, marcando fuertemente la matriz productiva. Según Enríquez (2017) “la alta concentración hacia un solo grupo de productos, se convirtió en una barrera que impide una efectiva consolidación del crecimiento económico sostenido tanto de la economía interna del país, como en la oferta hacia el mercado mundial” (pág. 3).

En los últimos años como respuesta a la diversificación del sistema productivo se determinaron perspectivas favorables para el crecimiento y explotación de productos no tradicionales, esto debido a la creciente demanda internacional (Enriquez P. A., 2017, pág. 3). La Pitahaya es uno de los productos que se encuentran en la oferta exportable no tradicional del Ecuador, esta fruta ha tenido una excelente acogida desde sus primeros años de exportación pues

según Jordán Molina, D., Vásconez Cruz, J. S., Veliz Quinto, C. D., & González, V. H. (2009) para el año 2009 a penas se cubría el 25 % de la demanda total del mercado, siendo Europa el principal comprador.

Dentro del continente americano los productores sobresalientes de Pitahaya son Colombia, Guatemala y Ecuador. A pesar de que Colombia es el pionero y principal exportador de Pitahaya Amarilla, Ecuador ha ganado reconocimiento desde el inicio de sus importaciones de esta fruta en 1999 con Alemania como principal comprador, para el año 2 000 Ecuador contaba con un total de 165,5 hectáreas de pitahaya amarilla cultivadas, en este mismo año Suiza se convirtió en el principal comprador (Jordán Molina, et al., 2009).

El proceso de internacionalización de la Pitahaya para varios productores locales ha sido complejo, pues el gobierno realiza esfuerzos para apoyar al sector sin embargo aún existen problemas para una exportación constante, como por ejemplo la insuficiente producción de Pitahaya debido al poco aprovechamiento de las zonas específicas para cultivar la fruta (Huachi, L., Yugsi, E., Paredes, M. F., Coronel, D., Verdugo, K., & Coba Santamaría, P., 2015); otro aspecto negativo es que la comercialización de la Pitahaya tiene un crecimiento desacelerado debido a que compite con otras frutas exóticas no tradicionales como la maracuyá, el mango, piña y otras con mayor aceptación (Huachi, et al., 2015). En sí la internacionalización es compleja debido a la falta de información sobre el mercado a incursionar o incluso por limitaciones económicas, facilidades en los trámites de exportación, problemas en las negociaciones o efectos transculturales que levantan un muro de incertidumbre y desconfianza para los exportadores.

Cabe destacar también que existen aspectos positivos para el sector como por ejemplo que la presencia de necesidades en cuanto a un volumen atractivo para exportación ocasiono la creación de una asociación de productores y comercializadores de Pitahaya y otros productos denominada

“Palora”, la cual cuenta con 100 socios logrando una producción anual aproximada de 1 000 toneladas (Difilo, 2017). Además ProEcuador está en constante desarrollo de iniciativas e inversión en cuanto a la exportación de los frutos no tradicionales a mercados extranjeros que tienen una alta demanda.

La internacionalización de la pitahaya no ha sido fácil, ha sido la suma de esfuerzos realizados durante varios años, y ante las nuevas oportunidades que presentan los acuerdos comerciales firmados, entre ellos la firma del acuerdo multipartes con la Unión Europea firmado el 11 de noviembre del 2016. El acuerdo que permite el acceso sin aranceles a un mercado de 614 millones de personas, entro en vigencia el 1 de enero del 2017 (Enríquez, 2016). Según Revista Líderes (2017) las importaciones que realiza la Unión Europea a Ecuador tuvieron un crecimiento desde la firma del acuerdo multipartes, a pesar del pequeño tamaño de los montos vendidos, se observan buenas oportunidades de negocio.

Adicional a la Unión Europea las relaciones comerciales de Ecuador se han extendido más llegando a concretarse el Acuerdo Económico Inclusivo entre Ecuador y la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC), integrada por Suiza, Noruega, Islandia y Liechtenstein. Los países que conforman el AELC son mercados con alto poder adquisitivo, y corresponden a una población de 14 millones de habitantes aproximadamente, mercado al cual accederán libre de aranceles cerca del 99% de la oferta exportable del país (Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones, 2018).

La internacionalización de una empresa se puede dar de acuerdo a fases planteadas por el modelo Uppsala, pero cabe destacar que según Jiménez (2007) la internacionalización va más allá de dichas fases centradas en la exportación, sino que se debe considerar las características internas de la empresa, la competitividad, la participación de la alta gerencia (dueños), la

participación gubernamental y los tratados comerciales. Por medio de un análisis cualitativo la presente investigación pretende comprobar en qué fase de internacionalización acorde al modelo y teorías descritas en el marco teórico, se encuentran los exportadores productores de pitahaya de la amazonia ecuatoriana.

El mercado de la AELC objeto de estudio de la presente investigación presenta exigencias de calidad, volumen, ecológicas entre otras, las cuales deben ser tomadas en cuenta por los productores locales de Pitahaya, es por ello que deben asumir estrategias de internacionalización ideales para que su presencia en el mercado sea perdurable.

“Ecuador necesita crear nuevas prácticas de sostenibilidad implementando modelos de gestión para mejorar sus exportaciones para poder competir en el mercado internacional para tener una mayor rentabilidad desarrollando normas que permita mejorar su funcionamiento” (Avelino Ponce & Palacios Muentes, 2017, pág. 21).

1.10. Marco Conceptual

1.10.1. Empresa Exportadora.

De acuerdo a Leandro (2009), las empresas nacionales se convierten en exportadoras cuando abran sus horizontes al mercado internacional por medio de la exportación de productos, bienes o servicios, por otro lado menciona que la primera etapa de la internacionalización es pasiva y se enfoca en mercados extranjeros puntuales y estas empresas enfocan sus actividades principales en el país de origen.

1.10.2. Estrategia Competitiva.

Según Porter, 1985 como citado por Monge (2010) “...La estrategia competitiva implica posicionar a una empresa para maximizar el valor de las capacidades que la distinguen de sus competidores, a la vez el objetivo de cualquier estrategia genérica es “crear valor para los compradores.”; de igual manera otro autor menciona a Porter, 1988 como citado por Hidalgo (2014) “...el objetivo de la estrategia competitiva para una unidad de empresa en un sector industrial es encontrar una posición en dicho sector en la cual pueda defenderse mejor la empresa contra las fuerzas competitivas o pueda inclinarlas a su favor..”.

1.10.3. Asociación Europea de Libre Comercio (AELC).

La AELC además tiene como misión promover el libre comercio y generar una integración económica en beneficio de sus actuales cuatro miembros (Suiza, Noruega, Islandia y Liechtenstein) y socios comerciales; sus miembros cuentan con economías abiertas y destacan por su competitividad y alto poder adquisitivo. (EFTA, s.f.).

1.10.4. Estrategia de desarrollo.

Son medidas a nivel gubernamental y supranacional respecto a los actores internos del país, que buscan el crecimiento de un sector, comunidad o población a través del establecimiento de políticas que consideren aspectos ecológicos, culturales, étnicos y éticos.

1.10.5. Negociación internacional.

Negociación internacional según Global Marketing Strategies (2015) es un proceso en el que intervienen dos partes enfrentadas que pertenecen a distintos países que mediante el intercambio de posiciones buscan conseguir distintos intereses y llegar a una situación que permita crear,

mantener y desarrollar una relación. En una negociación internacional es el acuerdo de precios, garantías, lugar y plazo de entrega, entre otros aspectos, sin embargo también se negociación la forma de colaboración.

1.10.6. Acuerdo Comercial Regional.

Según la (Organización Mundial del Comercio, 2019) un acuerdo comercial regional es cualquier acuerdo entre dos o más partes no pertenecientes a la misma región. Dichos acuerdos tiene el objetivo de generar sinergia entre las partes, eliminando barreras o restricciones, para de esta manera beneficiarse mutuamente del intercambio comercial.

1.10.7. Exportación.

“Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente” (SENAE, s.f.).

CAPÍTULO II

2. DISEÑO METODOLÓGICO

2.1. Enfoque de la Investigación: Mixto

La investigación mixta surge de la combinación del enfoque cualitativo y el enfoque cuantitativo. Este enfoque de investigación mixta para Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2006) “es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio para responder a un planteamiento de problema” (pág. 755).

Debido a la naturaleza de la presente investigación el enfoque a realizar es de carácter mixto; es decir que las variables serán medidas de manera cuantitativa por medio de estadísticas recopiladas de base de datos del Banco Central del Ecuador, Organización de las Naciones Unidas (ONU) y Trade Map, y, de manera cualitativa por las comparaciones conceptuales de las teorías y modelos de internacionalización de autores, aspectos sobre el desarrollo sostenible, entre otras fuentes bibliográficas de información.

A continuación en la figura 2 se detalla las métricas y modelos destinados para la variable dependiente e independiente de la investigación.

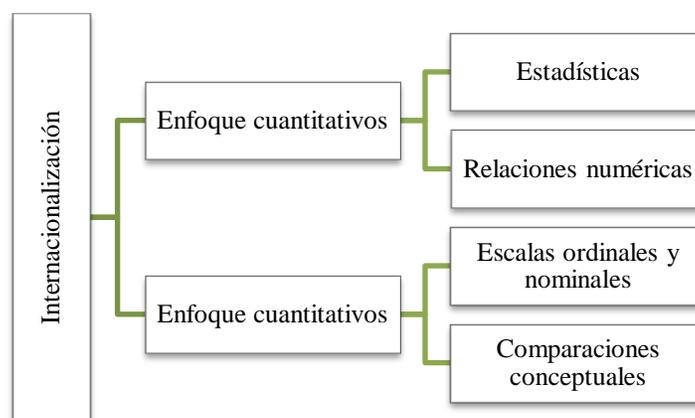


Figura 2. Enfoque Mixto (Cuantitativo-Cualitativo)

2.2. Tipología de investigación

2.2.1. Por su finalidad: Aplicada.

Según Murillo (citado por Vargas Cordero, 2009) la investigación aplicada parte del conocimiento obtenido de la investigación básica para la generación de nuevo conocimientos, que deberán ser aplicados de forma inmediata. Este tipo de investigación busca a través de la situación actual y conocimientos previos obtenidos de fuentes secundarias, generar una posible solución para un sector o grupo de personas determinado.

El presente estudio se enmarca por su finalidad como una investigación aplicada, ya que está sustentada en teorías de soporte, estudios previos y recopilación de datos relevantes, para posteriormente identificar el proceso de internacionalización de pitahaya amarilla de la región amazónica a la AELC, enfatizando las acciones sostenibles en beneficio de los productores y/o exportadores de pitahaya.

2.2.2. Por las fuentes de información: Mixto.

Según las fuentes de información, las investigaciones pueden ser documentales, de campo o ambas. El presente estudio requiere de fuentes documentales, pues se analizará el Acuerdo de Asociación Económico Inclusivo entre la República del Ecuador los Estados AELC, el Acuerdo de París, el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (COPCI), textos, artículos científicos, datos estadísticos de fuentes oficiales, entre otros documentos; y, también se utilizarán datos provenientes de fuentes de campo como las entrevistas a los productores / exportadores de pitahaya amarilla de la región amazónica del Ecuador.

2.2.3. Por las unidades de análisis: In situ.

La investigación por unidades de análisis puede ser de laboratorio si se necesita de la recreación del fenómeno a estudiar, o de campo (In situ) si la información necesaria para el desarrollo de la investigación se encuentra directamente, es decir en el lugar de los acontecimientos y no requiere de la recreación del fenómeno a estudiar.

La recopilación de información se realizara en el lugar (In situ) a través de entrevistas que se realizaran en las fincas de los productores/exportadores de la región del oriente ecuatoriano, que previamente lograron llegar al mercado de la AELC con la pitahaya.

2.2.4. Por el control de las variables: No Experimental.

Al ser un fenómeno que ya ha sucedido, no requiere de la modificación del entorno natural ni de la realización de ningún experimento. La información para el desarrollo del estudio se recopilara en diferentes bases de datos provenientes BCE, Trade Map, ONU, OCDE y fuentes bibliográficas como el Acuerdo de Ecuador con la AELC, y relacionadas al desarrollo sostenible, para su análisis dentro del proceso de internacionalización actual de los productores y/o exportadores de pitahaya de la región amazónica del Ecuador.

2.2.5. Por el alcance: Descriptivo.

Según (Ortiz García, 2006) nos dice que el alcance descriptivo de una investigación: “Se trata de especificar el conjunto de propiedades, características y rasgos del fenómeno analizado, según se considere su importancia” (pág. 134). “Busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencia de un grupo o población” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 92). Los estudios

descriptivos son utilizados para analizar y describir la situación u objeto de estudio, así como también mostrar sus características y propiedades.

La presente investigación tiene un alcance de tipo descriptivo, busca a través de las bases de datos, bibliográficas y fuentes primarias; *identificar y detallar* la situación actual de los exportadores de pitahaya del oriente con el mercado de la AELC, además analizar si el desarrollo sostenible genera mayor atractivo para los mercados internacionales europeos.

2.3. Instrumentos de recolección de información: Varios

La información a utilizar para el presente estudio se la obtendrá a través del análisis *bibliográfico* de teorías relacionadas al comercio exterior, libros y artículos relacionados a internacionalización de pitahaya y el desarrollo sostenible, análisis del Acuerdo de Paris y el Tratado de libre comercio firmado entre Ecuador y la AELC, y, bases de datos obtenidas del BCE, ONU, Trade Map y OCDE.

También se utilizara la *entrevista*, que consta en el Anexo I, para obtener información de aquellas empresas productoras / exportadoras de la región amazónica con experiencia en exportación de pitahaya amarilla a los mercados miembros de la AELC. Según el Banco Central del Ecuador en el periodo 2013-2018 solo 6 empresas (pitahaya) han llegado a estos mercados, estas son: F.L.P. Latinoamerican Perishables del Ecuador S.A.; Agrícola Pitacava Cia. Ltda.; MM&Company exportaciones S.A.; Organpit Cia Ltda.; López Gómez Damian Gustavo; y, Suárez Bango Gómez Germán Antonio.

2.4. Procedimiento para la recolección de datos

La recolección de datos para el estudio se lo realizara documentalmente, a través de bases de datos y en campo. La información documental será extraída de documentos, tesis, revistas, libros

y documentos relacionados a la internacionalización a la AELC y el desarrollo sostenible, entre estos documentos primaran el Acuerdo de Asociación Económico Inclusivo entre la República del Ecuador y los Estados de la AELC, y la Certificación Global G.A.P.

Se utilizara bases de datos provenientes del BCE, Trade Map y la ONU, que permitan conocer los volúmenes de exportación a nivel país y global de la pitahaya, y conocer la situación comercial actual del país. Finalmente el estudio necesita de información de primera mano obtenida de los productores / exportadores de pitahaya amarilla que han exportado a la AELC, por lo que para este fin, se realizara la entrevista planteada con preguntas abiertas y cerradas con una escala de linkert (Anexo I).

CAPÍTULO III

3. DESARROLLO DEL PROYECTO

3.1. La Pitahaya

3.1.1. Descripción de la Pitahaya.

En el continente americano existen alrededor de 2 000 especies de la familia Cactaceae, pudiéndose encontrar desde el nivel del mar hasta los 5 100 msnm en Perú, dentro de esta familia se encuentra la cactácea conocida como pitahaya (Jiménez Sierra, 2011). En Ecuador se puede encontrar dos tipos, el primero presenta color amarillo en su exterior y pulpa de color blanco por ello es conocida como pitahaya amarilla (*Selenicereus megalanthus* Haw.) y la pitahaya rosada o roja (*Hylocereus undatus* Britton y Rose) por su característico color rojizo en su exterior, algunas variaciones de este segundo tipo pueden presentar incluso su pulpa de dicho color (Vásquez Castillo, W., Aguilar, K., Vilaplana, R., Viteri, P., Viera, W., & Chamorro Valencia, S., 2016).

La pitahaya puede llegar a medir dos metros; parte de sus características es la necesidad de un ambiente cálido húmedo, su reacción positiva a la luz del sol y su fácil adaptabilidad ya que puede crecer sobre árboles, roca, piedra, troncos y muros. Crece en zonas entre los 500 y 1 900 metros sobre el nivel del mar, en una humedad relativa de 70% - 80% en temperaturas entre 18 y 25 Centígrados. (Vásquez Castillo, et al., 2016). Otra característica principal de la pitahaya amarilla es su dulzor que según Andrés Ocampo (2017) su grado Brix es de 24.



Figura 3. Pitahaya Amarilla
Fuente: (Pitacava, 2018)

Según el El Telégrafo (2015) la inversión para una hectárea de cultivo puede llegar alrededor de 32 000 dólares, obteniendo una producción de aproximadamente 10 toneladas anuales por hectárea. La producción de fruta por hectárea puede variar dependiendo de la cantidad de plantas, las practicas empleadas y la exposición al sol que tenga la fruta y la planta, es por este último factor y condiciones climatológicas que en el Ecuador existen tres épocas de producción, dos de ellas altamente productivas y una de baja producción. Como se ha mencionado anteriormente la carga de fruta en cada planta dependerá de factores climatológicos y practicas empleadas en el cultivo, es por ello que según El Comercio (2012) por cada periodo de cosecha se puede obtener 4 000 kilogramos.

Según entrevistas realizadas a varios agricultores de Palora, los ciclos productivos se dividen en tres y estos varían cada año debido a factores climáticos, sin embargo usualmente en los meses de Diciembre, Enero y Febrero que presentan una elevada producción; el segundo ciclo se encuentra en los meses de marzo, abril y mayo con una producción media; y, el tercer ciclo se encuentra en el mes de agosto y septiembre que presentan una producción media. Se debe destacar que si existe fruta en los meses no mencionados ya que luego de una gran producción y cosecha aun quedan frutas por madurar pero en pequeñas cantidades por lo que en esos meses la oferta es muy limitada y los precios son muy altos.

3.1.2. Distribución de cultivo.

En Ecuador se cultivan dos tipos de pitahaya, amarilla y roja. “La pitahaya (*Hylocereus undatus* Britton & Rose) es originaria de regiones tropicales de América y se distribuye desde México hasta Centro América” (Centurión Yah, Solís Pereira, Saucedo Veloz, Báez Sañudo, & Saurj Duch, 2008) “La pitahaya amarilla (*Selenicereus megalanthus* Haw.) es una cactácea

silvestre, nativa de la región andina que se encuentra distribuida geográficamente en Bolivia, Perú, Ecuador, Colombia y Venezuela” (Morillo Coronado, Tovar León, & Morillo Coronado, 2017, pág. 18) .

En Ecuador la producción de Pitahaya, se especializa en la variedad amarilla, y esta se concentra en Palora, ciudad de la provincia de Morona Santiago, sin embargo debido a la creciente demanda de la fruta, el cultivo se ha visto atractivo para los agricultores ecuatorianos, es por ello que el cultivo se ha extendido a las provincias de Napo, Orellana, Pastaza, Sucumbíos y Zamora Chinchipe, Guayas, Los Ríos, Manabí, Santa Elena, Bolívar, Imbabura, Pichincha y Cañar.

Según el Ministerio de Agricultura y Ganadería (citado por El Comercio, 2018) las hectáreas (ha.) sembradas de pitahaya amarilla en la ciudad de Palora para el año 2018 son de 385 ha. y a nivel país cuentan con un total de 755 ha. sembradas. Por otro lado por cada hectárea se tiene un estimado de 10 toneladas de pitahaya por año.

3.1.3. Sistemas de producción.

Para la siembra de pitahaya se usan tutores cuya finalidad es guiar la dirección (crecimiento) de la planta, según OIRSA (2000) se pueden usar tutores muertos como la madera y postes de cementos; y, también es posible el uso de tutores vivos que son fragmentos (postes) de árboles que pueden enraizar. La selección entre un tutor u otro depende mucho del criterio de cada agricultor, el uso y los beneficios que preste al cultivo, pues tutores muertos como postes de cementos tienen un alto coste sin embargo soportan gran cantidad de peso y tienen larga vida útil, mientras que los tutores vivos necesitan de mantenimiento y control aunque también su vida útil puede ser muy larga.

Los sistemas de producción usados para pitahaya según OIRSA (2000) son:

Tabla 2.

Sistemas de producción

Sistemas	Plantas por hectárea
Sistema Tradicional (Espaldera)	1 090
Sistema de Emparrado (Parrilla)	1 250
Sistema de Espaldera en T	1 090

Sistema de producción en Ecuador para pitahaya Amarilla

En Ecuador es común observar en muchas plantaciones de pitahaya una variación del sistema de espaldera en T que menciona OIRSA. La aplicación del sistema se lo hace a través de la siembra de hileras de pitahaya, dejando un espacio de 1.5 a 2 metros entre planta y un espacio de 2 metros entre hilera (camino); cada planta de pitahaya es tutorada con un poste de madera de aproximadamente 2 metros de alto; la estructura, que permite acomodar sus vainas al igual que el sistema de espaldera en T, se arma utilizando dos postes de cemento por cada planta que deberán ir a los costados de la misma, dejando un metro entre cada poste, aproximadamente; y , la parte superior de los postes (por hilera) quedan unidas por un alambre galvanizado.

Este sistema permite al agricultor acomodar las vainas de la planta como si se tratase de un sistema en T, y además al estar soportado por dos postes de cemento, permite el manejo de una gran carga si riesgos a fracturas de la estructura como se puede observar en la figura 4.



Figura 4. Sistema de cultivo aplicado a la pitahaya

3.1.4. Propiedades nutricionales.

La pitahaya amarilla tiene varias cualidades medicinales entre ellas las más conocidas es el mejorar el funcionamiento del sistema digestivo pues esta fruta tiene un efecto laxativo, también se lo recomienda a personas con problemas que presentan gastritis, diabetes y problemas endocrinos. Además la pitahaya contiene vitamina B2, B3 y C. La vitamina C es fundamental para la formación de dientes, huesos, colágenos y glóbulos rojos. Además facilita y favorece la absorción de hierro en las células. Según Morton (1987) por cada 100 gramos de la pitahaya el contenido nutricional es:

Tabla 3.

Contenido Nutricional de Pitahaya

Contenido	Valor alimenticio
Agua	85.4 gr.
Carbohidratos	13.2 gr.
Grasas	0.1 gr.
Proteínas	0.4 gr.
Fibra	0.5 gr.
Cenizas	0.4 mg.

CONTINÚA 

Calorías	50 calorías
Calcio	10 mg
Fósforo	16 mg
Hierro	0.3 mg
Tiamina	0.03 mg
Riboflavina	0.04 mg
Niacina	0.2 mg
Ácido ascórbico	4 mg

Fuente: (Morton, 1987)

3.1.5. Normas de calidad para la comercialización de Pitahaya amarilla.

Las disposiciones de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, FAO por sus siglas en inglés (Food and Agriculture Organization), para la comercialización de pitahaya indica que estas deben estar completas, sanas, limpias; libres de plagas, humedad que no se considere normal, rajaduras en sus exterior, libres de olores o sabores extraños y libre de espinas; y, mantener un pedúnculo de 15 a 25 milímetros. Otro parámetro a considerar en la exportación es el grado de permisibilidad existente para la fruta, el cual según la FAO (2011) está dado por categorías:

Tabla 4.

Categorías de la fruta (Pitahaya)

Categorías	Descripción
Extra	Frutas de calidad muy superior sin defectos superficiales, salvo que estos sean muy leves.
I	Frutas con defectos leves en su forma, en el caso de un defecto en la corteza esta debe ser leve y no debe exceder de 1 cm ² de la superficie total.
II	Frutas con defectos de forma y defectos de corteza que no superen los 2 cm ² de la superficie de la pitahaya.

Fuente: (FAO, 2011)

Para referirse a al tamaño, peso o cantidad según empaque los productores usan “calibres”, también es común utilizar números para referirse al calibre de la fruta esto viene dado según la cantidad de frutas por empaque.

Tabla 5.

Tabla de calibres

Numero de frutas	Código de Calibre	Peso por unidad (en gramos)
16	A	110 – 150
14	B	151 - 200
12	C	201 - 260
9	D	261 - 360
8	E	> 361

Nota. El número de frutas depende del empaque, 2.5 kg o 3.5 kg.

Fuente: (FAO, 2011).

Según las entrevistas realizadas los agricultores encargados de las fincas en calibre de fruta que más se exporta en base a su experiencia es entre el B y C; ya que mencionan que el mercado estadounidense y europeo prefieren una fruta para consumo personal.(Tabla 5)

3.1.6. Clasificación arancelaria de la pitahaya amarilla.

La pitahaya al tratarse de un producto del reino vegetal según el sistema armonizado de designación y codificación de mercancías o también conocido como Sistema Armonizado (SA) de la Organización Mundial de Aduanas (OMA) se encuentra dentro de la partida 0810, donde también se encuentran varias frutas exóticas como la uvilla, frutas de la pasión como la maracuyá y la granadilla, entre otras. Esta fruta según el Sistema Armonizado tiene como subpartida la 0810.90.

La NANDINA es la nomenclatura arancelaria de la Comunidad Andina (CAN), es decir todos los países dentro de ese bloque utilizaran la misma subpartida para su clasificación a nivel

NANDINA, siendo para este caso la 0810.90.40, por último la clasificación nacional se extiende dos dígitos más la es la usada para realizar las operaciones de comercio exterior con la SENA, dando lugar a la subpartida nacional 0810.90.4000.

3.1.7. Exportación de Pitahaya.

Según datos del Banco Central del Ecuador las exportaciones de pitahaya están registradas desde el año 2003 año en el cual se exporto 360 kg por un valor de 680 dólares, para años posteriores las exportaciones tuvieron crecimientos considerables como para el año 2005 año en el cual hubo un crecimiento de 15 138% de las exportaciones de pitahaya con respecto al año anterior, ese año se exporto 19.81 toneladas por un valor de 18 470 dólares.

El crecimiento de las exportaciones de pitahaya hacia el mundo mantuvieron un comportamiento favorable con pequeños crecimientos hasta llegar al año 2014, año en el cual se concreta los requisitos fitosanitarios para el ingreso de pitahaya hacia Estados Unidos, a partir de ese año hasta el 2018 se pueden observar grandes cambios en los volúmenes de exportación como se observa en la Tabla 6.

Tabla 6.

*Volumen y precio FOB total exportado desde Enero 2003 a Diciembre 2018
(Miles de dólares)*

AÑO	FOB	TM	TASA %
2003	0.68	0.36	-
2004	0.11	0.13	-64%
2005	18.47	19.81	15 138%
2006	66.72	75.76	282%
2007	111.14	18.64	-75%
2008	119.26	30.98	66%
2009	129.29	31.75	2%
2010	193.44	41.06	29%
2011	318.80	71.96	75%

CONTINÚA 

2012	437.53	73.20	2%
2013	753.59	97.68	33%
2014	1 240.10	124.21	27%
2015	3 267.43	345.43	178%
2016	6 952.43	871.02	152%
2017	11 907.39	1 811.29	108%
2018	35 369.93	5 534.51	206%
Total	60 886.31	9 147.78	

Fuente: (BCE, 2019). **Adaptado por:** Autores

El Figura 5 se muestra el crecimiento acelerado que ha tenido las exportaciones de pitahaya durante los últimos cuatro años, exportándose en el año 2015 un volumen de 345.43 ton., para el 2016 se registra un volumen de 871.02 ton. mostrando un crecimiento de 152% con respecto al año anterior, para el 2017 las exportaciones crecieron un 108% respecto al 2016, y por último el año 2018 tuvo un crecimiento significativo de 206% respecto al 2017. La pitahaya ecuatoriana mantuvo un crecimiento acelerado y constante, se pasó de exportar 680 dólares FOB en el 2003 a exportar 35 millones de dólares FOB en el 2018.

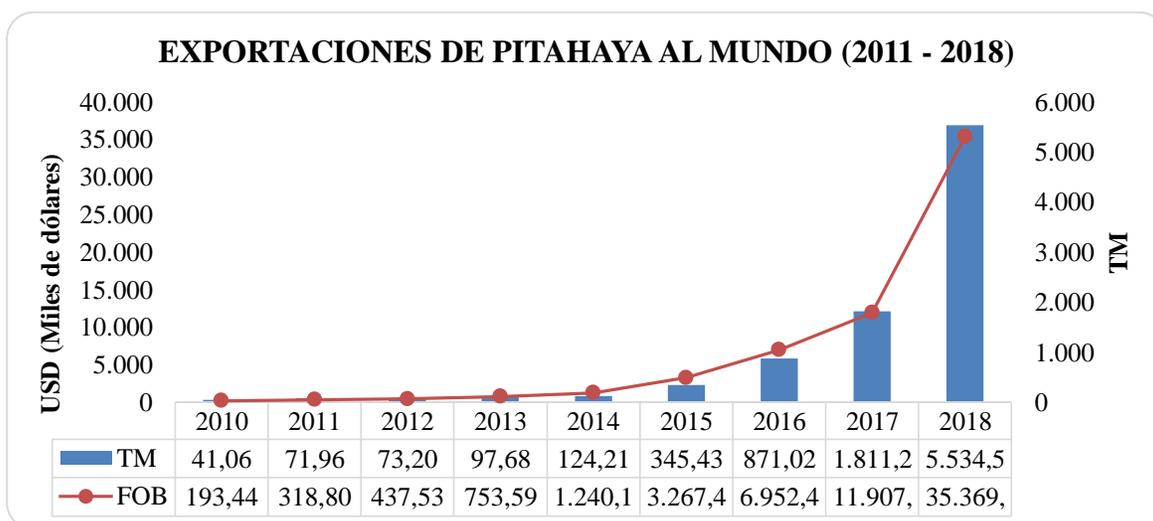


Figura 5. Evolución de exportación de Pitahaya

Fuente: (BCE, 2019)

Durante el periodo 2013 – 2018, dos han sido los compradores de pitahaya más importantes para Ecuador, Hong Kong al cual Ecuador durante este periodo exportó 33 255 611.26 dólares FOB lo que representa el 55,90% del total exportado y Estados Unidos que represento el 18,94% del total exportado. Las exportaciones hacia el resto del mundo representan el 25,16% del total exportado durante este periodo.

Tabla 7.

Volumen y precio FOB por país exportado desde Enero 2013 a Diciembre 2018

	País Destino	Kg	FOB
1	HONG KONG	4 534 760.40	33 255 611.26
2	ESTADOS UNIDOS	2 214 997.16	11 268 815.35
3	CANADÁ	567 603.57	3 867 540.79
4	SINGAPUR	540 455.65	4 567 633.33
5	FRANCIA	311 771.60	1 881 744.43
6	PAÍSES BAJOS (HOLANDA)	209 398.77	1 609 678.65
7	ESPAÑA	153 120.95	915 024.37
8	MALASIA	76 524.26	695 474.18
9	INDONESIA	62 203.83	613 366.79
10	EMIRATOS ÁRABES UNIDOS	53 180.85	383 827.13
11	ITALIA	13 570.08	61 907.14
12	BÉLGICA	10 411.05	66 674.39
13	REINO UNIDO	8 017.50	73 183.00
14	ALEMANIA	7 312.21	66 230.85
15	URUGUAY	5 360.00	32 756.51
16	SUIZA	4 261.50	34 850.46
17	FILIPINAS	3 435.00	39 227.50
18	RUSIA	2 687.45	22 012.60
19	CHINA	1 935.00	12 914.65
20	PORTUGAL	1 400.00	9 400.00
21	CAMBOYA	1 125.00	10 350.00
22	RUMANIA	255.00	60.00
23	AZERBAIYÁN	135.55	1 219.91
24	POLONIA	100.29	989.86

CONTINÚA 

25	QATAR	50.00	344.00
26	TAIWÁN	30.00	2.00
27	ISLANDIA	20.00	20.00
28	ARABIA SAUDITA	11.60	15.00
	Total	8 784 134.26	59 490 874.14

Fuente: (BCE, 2019)

A Islandia se realizó un envío pequeño que según Fresh Plaza (2018) se envió alrededor de 50 piezas (20 kilogramos) de pitahaya amarilla como muestra comercial para una gran cadena de supermercados, que según el Banco Central esta exportación ha sido realizada por Damian López. Suiza se ubica en 16vo lugar entre los compradores de pitahaya ecuatoriana, recibió 34 850.46 dólares FOB durante el periodo 2013-2018 como se observa en la Tabla 7.

Según datos estadísticos del Banco Central las exportaciones de pitahaya hacia Suiza empezaron desde el año 2009, sin embargo es a partir del año 2012 que las exportaciones son constantes hacia este mercado como lo muestra la Tabla 8.

Tabla 8.

Volumen y precio FOB por año exportado a Suiza

Año	Kg Peso Neto	FOB
2009	720.00	2 650.00
2010	0.00	0.00
2011	0.00	0.00
2012	840.00	5 080.00
2013	1 620.00	13 333.40
2014	400.00	4 376.00
2015	331.50	2 888.80
2016	500.00	3 182.26
2017	300.00	2 400.00
2018	1 110.00	8 670.00
Total	5 821.50	42 580.46

Fuente: (BCE, 2019)

En la Figura 6 se observa la variación de las exportaciones de pitahaya hacia el mercado Suizo. El 2013 es el año con mayor volumen exportado, el valor fue de \$ 13 333.40 dólares FOB, para los años siguientes este valor disminuyó y para el 2018 las exportaciones vuelven a crecer llegando a ser un valor de \$ 8 670.00 dólares FOB.

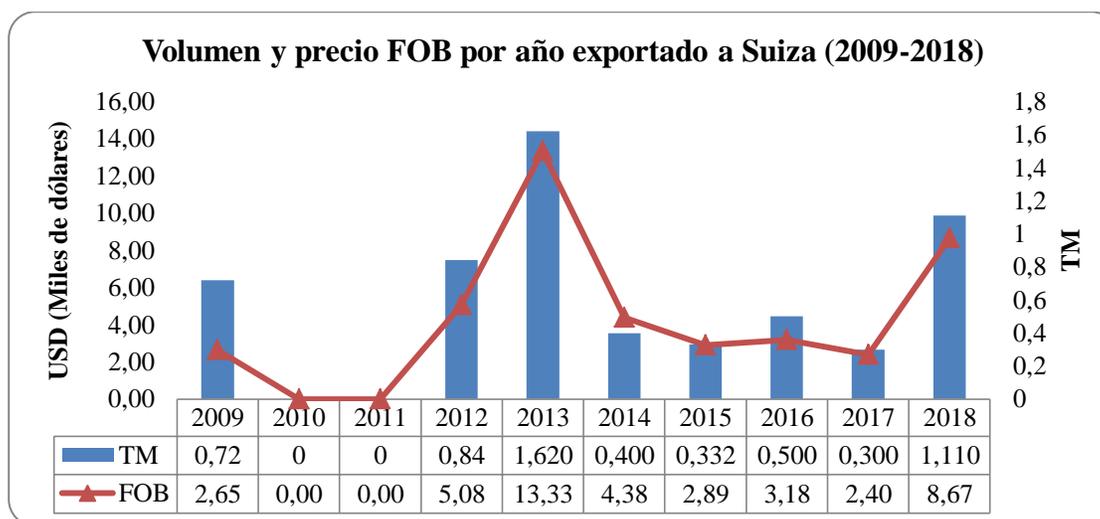


Figura 6. Evolución de exportación de Pitahaya hacia Suiza 2009-2018.

Fuente: (BCE, 2019)

Precios de pitahaya

En la Tabla 9 se muestra el precio mensual por kilogramo registrado por el MAG, se puede observar que históricamente el precio más alto registrado es de 6.88 USD por kilogramo mientras que el precio histórico más bajo es de 0.63 USD por kilogramo, estos cambios se repiten a lo largo del tiempo. Al analizar los datos provistos por el MAG y realizar un promedio de todos los datos obtenemos un valor de 2.84 USD.

Tabla 9.*Precios promedio mensuales (en dolares americanos) desde el 2013 al 2018*

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agost	Sep	Oct	Nov	Dic	Prom
2013	4.00	1.20				3.50		3.00		2.63	0.63	1.68	2.38
2014	2.88		3.50	2.54	3.50	3.25	4.00	3.25	3.00	2.20	2.25	2.50	2.99
2015	3.17	1.88	1.25	2.12	3.13	2.02	3.50	3.97	3.75		3.05	2.27	2.74
2016	2.27	0.84	1.43	2.50	2.06	0.93	1.33	2.00	2.27	1.86	1.93	1.88	1.77
2017	1.00	0.77	1.10	0.95	1.00	1.25	3.83	3.69	3.50	3.50	4.11	4.50	2.43
2018	3.50	3.50	4.97	5.50	5.50	2.82	4.50	5.81	4.55	4.38	6.88	2.88	4.57
Promedio	2.80	1.64	2.45	2.72	3.04	2.29	3.43	3.62	3.41	2.91	3.14	2.62	2.84

Nota: Precios mensuales, por cada kilo de pitahaya, recopilados por el MAG, así como también se muestran los precios promedio anuales y mensuales en base a los datos disponibles.

Fuente: (SIPA – MAG, 2018).

Los precios del kilogramo de pitahaya son muy inestables, esto debido a que en el año se tiene tres épocas de cosecha de las cuales dos tienen una gran producción y una época de muy baja producción elevándose excesivamente el precio en esta última temporada, sin embargo tras el análisis de los históricos de precios, se observa que el precio promedio manejado oscila entre los tres dólares.

3.1.8. Países de la AELC.

3.1.8.3. Suiza.

Al estar situado en el centro de Europa, no tiene acceso al mar pero cuenta con puertos secos, ferroviarias y aeropuertos para cuestiones importación y exportación. En este país se manejan cuatro idiomas oficiales, el 63,7% de la población habla Alemán, el 20% Francés, el 6.5% Italiano, el 0.5 % Romance y el 8.9% de la población hablan otros idiomas no oficiales (Central Intelligence Agency, s.f.). La moneda oficial de suiza es el Franco suizo (CHF).

Según la página oficial de la AELC el extensión geográfica de Suiza son 41 285Km², para diciembre de 2017 la población fueron 8 489 130 habitantes (EFTA, s.f.). “Suiza es un líder mundial de productos farmacéuticos, biotecnología, maquinaria, banca y seguros” (EFTA).

Tabla 10.

Datos económicos de Suiza 2018

Indicador	Dólares Americanos (USD)
PIB Nominal (millones)	587 159
PIB Per cápita	68 972
Importaciones (millones)	265 581
Exportaciones (millones)	339 008

Fuente: (OCDE, 2018)

3.1.8.2. Noruega.

La capital de Noruega es Oslo, este país geográficamente está situado en una zona montañosa. Al ser un país que tiene solo el 3.3 % de tierras productivas, se enfoca en la industrialización y explotación de productos no agrícolas; los productos provenientes del mar y el petróleo tiene una gran importancia para su alimentación y la economía local. Este país se caracteriza según la AELC por la “exploración y producción de petróleo y gas, y la pesca, así como a importantes sectores de servicios como el transporte marítimo y los servicios relacionados con la energía” (EFTA, s.f.)

Tiene una población de 5 302 778 millones de habitantes (1 de enero del 2018), con una superficie de 385 199 km², además su idioma oficial es el Noruego y su moneda es la Corona Noruega. (The Norwegian Directorate of Integration and Diversity, 2018)

Tabla 11.*Datos económicos de Noruega 2018*

Indicador	Dólares americanos (USD)
PIB Nominal (millones)	338 823
PIB Per cápita	63 760
Importaciones (millones)	99 664
Exportaciones (millones)	120 575

Fuente: (OCDE, 2018)**3.1.8.3. Islandia.**

Islandia es una isla de origen volcánico, ubicada en el Norte del continente Europeo entre el mar de Groenlandia y el Océano Atlántico. Su ubicación geográfica provoca condiciones climáticas que hacen difícil la actividad agrícola, es por ello que solo el 1.3% de la superficie es cultivado y destinado al abastecimiento de la población (Oficina Económica y Comercial de España en Oslo, 2013).

La capital de Islandia es Reikiavik; la moneda oficial es la Corona islandesa, el idioma oficial es el islandés, sin embargo es común que las personas también hablen inglés. A pesar de su la pequeña densidad poblacional de 341 284 habitantes según World Group Flagship (2019), es un país que ha progresado notablemente llegando a ubicarse en sexto lugar en el ranking de índice de desarrollo humano del informe del PNUD (2018).

Tabla 12.*Datos económicos de Islandia 2018*

Indicador	Dólares americanos (USD)
PIB Nominal (millones)	20 368
PIB Per cápita	57 763
Importaciones (millones)	9 547
Exportaciones (millones)	10 007

Fuente: (OCDE, 2018)

3.8.1.4. *Liechtenstein.*

Liechtenstein está ubicado entre Suiza y Austria, es uno de los países más pequeños del mundo, y debido a su ubicación no cuenta con salida al mar, por lo que su comercio se limita a realizarse vía aérea y terrestre. Su capital es Vaduz, el idioma oficial de este país es el alemán y cuenta con una superficie de 160 km², su población es de 38 201 habitantes (junio 2018). (Dirección General de Comunicación e información Diplomática, 2019)

Las principales exportaciones de Liechtenstein son: metales, maquinarias y aparatos eléctricos, automóviles. Instrumentos de precisión, relojería y joyería, productos de la industria farma – química; en cuanto a las importaciones están centradas en las antes mencionadas para la exportación con la excepción de los productos de la industria farma-química y adicional piedras naturales. Según National Geographic (2010) este país cuenta con más empresas que habitantes; es por ello que al ser pocos habitantes y al tener un alto poder adquisitivo, cuenta con el PIB per cápita más alto de la AELC.

Tabla 13.
Datos económicos de Liechtenstein

Indicador	Francos Suizos (Euros)	Dólares Americanos (USD Junio 2019)
PIB Nominal 2017 (millones)	5 717	6 421.62
PIB Per cápita 2017	148 200	166 465.65
Importaciones 2018 (millones)	1 741.0	1 955.58
Exportaciones 2018 (millones)	3 165.0	3 555.09

Fuente: (Datos macro, 2019)

3.1.9.1 Importaciones de la subpartida 0810.90 de la AELC.

La subpartida 0810.90 a nivel del Sistema Armonizado comprende a las frutas no tradicionales como tamarindos frescos, uvilla, zapotillos, maracuyá, pitahaya, entre otros. Es importante recalcar que bajo el arancel de importaciones de Ecuador la pitahaya tiene una subpartida específica, mientras que para los países del AELC únicamente manejan una subpartida general para las frutas no tradicionales por lo que dificulta el obtener un valor exacto de la importación de pitahaya.

Importaciones de Suiza - Liechtenstein

Para el mercado Suizo y para el mercado de Liechtenstein (representado por Suiza), se obtuvo los siguientes valores de importación que se detallan en la Tabla 14, como el principal exportador en el 2018 está España con un valor de \$ 4 780 miles de dólares, otro dato a destacar es la competencia por parte de Colombia y Perú que generan montos de \$ 3 555 miles de dólares y \$ 1 485 miles de dólares respectivamente, mientras que Ecuador bajo condiciones similares únicamente alcanza valores de \$ 75 mil dólares (Tabla 14).

Tabla 14.
Importaciones de la subpartida 0810.90 de Suiza.
(Miles de dólares)

Exportadores	2014	2015	2016	2017	2018
España	1711	2147	3489	4486	4780
Colombia	1966	1688	2277	2528	3555
Viet Nam	3848	4428	4831	4392	2933
Egipto	460	1068	1784	1994	2373
Perú	397	472	634	1285	1485
India	145	200	625	567	1413
Tailandia	1676	1667	1396	1267	1337
Madagascar	1886	1553	1266	1215	1017
Turquía	1100	767	1256	1115	1010
Italia	720	685	900	839	982

CONTINÚA 

Sudáfrica	378	698	854	1261	554
Israel	1096	849	1004	457	487
Malasia	710	662	551	408	368
Irán	9	7	5	39	202
Francia	162	189	202	173	144
Grecia	4	52	55	92	135
Chile	118	218	355	226	128
Mauricio	135	156	119	46	92
Sri Lanka	124	75	76	80	81
Ecuador	78	105	120	148	75
Otros	439	361	385	369	582

Fuente: (Trade Map, 2018)

Además los valores desde el 2014 al 2018 han tenido un crecimiento positivo para el principal proveedor de frutas no tradicionales que es España, así como también para Colombia y Perú, al contrario Ecuador ha tenido un decrecimiento gradual del 2013 al 2017 y para el año 2018 decreció casi a la mitad, denotando la pérdida de mercado con Suiza (incluido Liechtenstein).

(Figura 7)

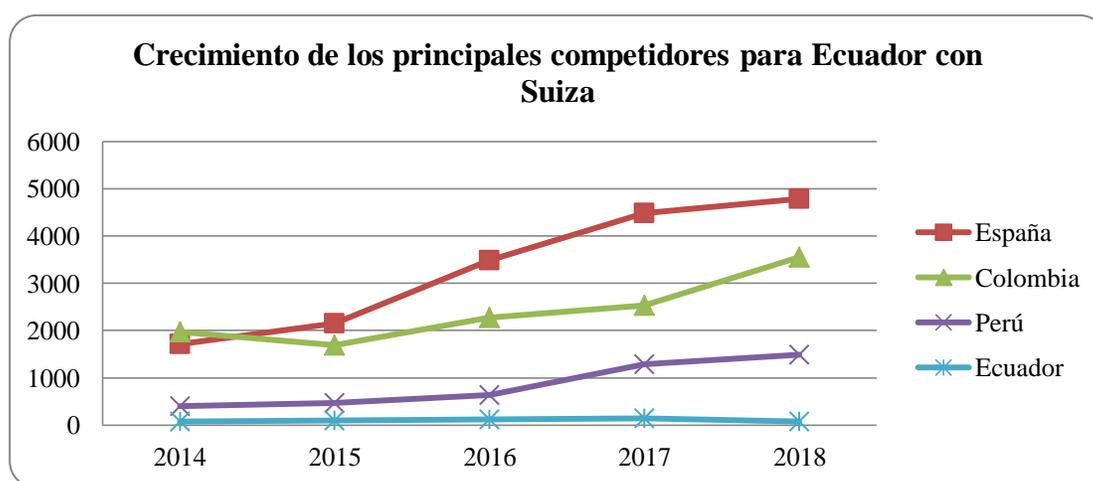


Figura 7. Principal competencia para Ecuador

Fuente: (Trade Map, 2018)

Importaciones de Noruega

Las importaciones del país Noruega al igual que Suiza en el año 2018, tiene a España como principal proveedor con un valor de \$ 2 416 miles de dólares; para Colombia montos de \$ 1 176 miles de dólares y para Perú montos de \$ 806 mil dólares, mientras que Ecuador únicamente logro valores de 21 mil dólares (Tabla 15).

Tabla 15.
Importaciones subpartida 0810.90 de Noruega.
(Miles de dólares)

Exportadores	2014	2015	2016	2017	2018
España	1781	1685	1995	2237	2416
Suecia	2102	1349	1618	1529	1904
Colombia	915	949	1188	1183	1176
Turquía	583	538	615	774	889
Perú	252	335	386	449	806
Tailandia	750	669	555	593	727
India	171	36	237	484	559
Israel	584	416	592	411	328
Viet Nam	207	253	184	327	258
Camboya	266	258	193	193	188
Rusia,	154	151	153	0	168
Sudáfrica	263	211	191	348	135
Chile	158	195	113	167	95
Malasia	123	88	68	40	28
Egipto	10	42	61	12	22
Ecuador	16	7	10	14	21
Otros	365	223	231	383	260
TOTALES	8789	7553	8412	9163	9979

Fuente: (Trade Map, 2018)

Ecuador al igual que su principal competencia España, Colombia y Perú, en el periodo del 2014 al 2018 han tenido un crecimiento positivo como lo muestra la Figura 8, a pesar de que el monto de Ecuador es un crecimiento mínimo, significa una amplitud del mercado.

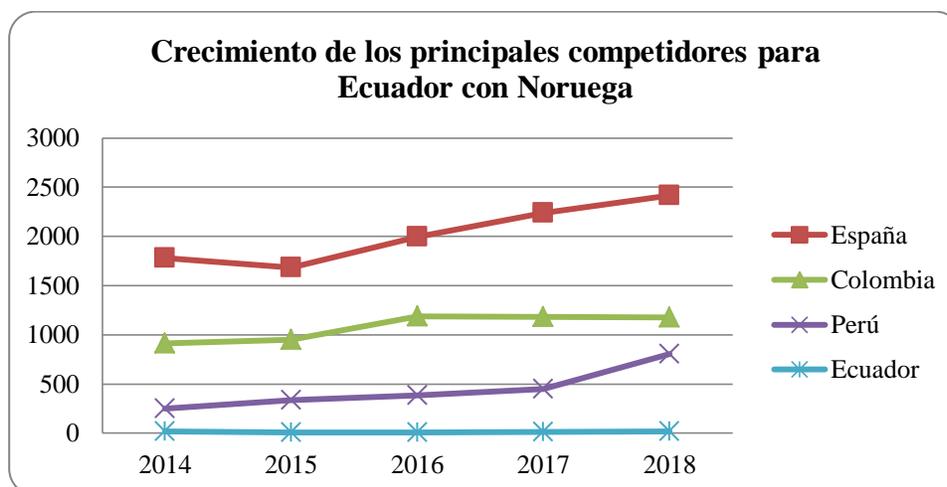


Figura 8. Principales competidores para Ecuador con Noruega
Fuente: (Trade Map, 2018)

Importaciones de Islandia

Finalmente Islandia cuenta con importaciones al 2018 por parte de Colombia como principal proveedor con montos de \$ 67 mil dólares y a Perú con montos de \$ 61 mil dólares; mientras que Ecuador cuenta con un monto de mil dólares. (Tabla 16)

Tabla 16.

Importaciones de la subpartida 0810.90 de Islandia.

Exportadores	2014	2015	2016	2017	2018
Colombia	35	40	54	57	67
Tailandia	4	7	6	31	64
Perú	21	24	25	59	61
Países Bajos	2	3	3	6	54
Viet Nam	28	33	39	28	41
Estados Unidos	25	85	21	17	39
Sudáfrica	9	13	20	11	32
España	15	23	28	653	29

CONTINÚA 

Israel	30	14	14	8	24
Irlanda	1	5	8	13	22
Turquía	14	9	19	25	14
India	0	6	1	17	13
Malasia	8	12	9	9	10
Egipto	2	7	7	17	6
Ecuador	1	0	0	1	1
Otros	16	18	21	39	33
TOTALES	224	334	286	994	512

Fuente: (Trade Map, 2018)

En el caso de Islandia, Colombia es su principal proveedor, seguido de Tailandia de acuerdo esta subpartida, tuvieron un crecimiento positivo al igual que Perú, por el contrario Ecuador se mantuvo en sus volúmenes de exportación. (Figura 9)

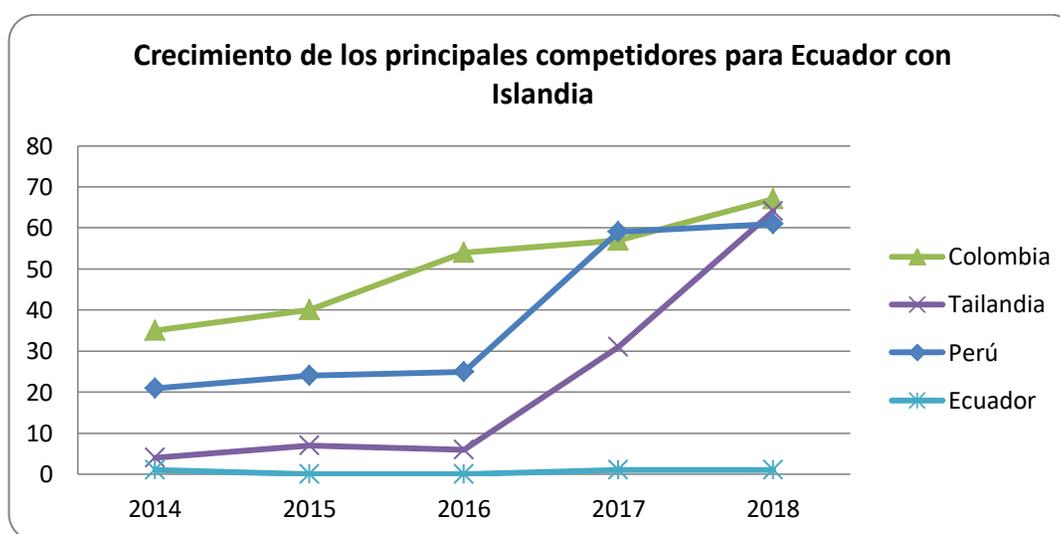


Figura 9. Principales competidores para Ecuador con Islandia

Fuente: (Trade Map, 2018)

El análisis de las importaciones para los países miembros de la AELC, es que a nivel global España e Islandia son la competencia principal para Ecuador, y a nivel regional la principal competencia es Colombia y Perú, ya que a medida que pasan los años, estos siguen aumentando sus volúmenes de exportación, y Ecuador únicamente aumentó sus volúmenes de exportación

con el mercado Noruego en valores mínimos; mientras que con los otros países se mantuvo o tuvo decrecimientos en sus exportaciones.

3.2. La Asociación Europea de Libre Comercio y Ecuador

Los países miembros de la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC) son Suiza, Noruega, Liechtenstein e Islandia. “Los cuatros países que componen la AELC son mercados de gran relevancia económica y política en el continente europeo. Según declaraciones del Ministro Campana, cerca del 99% de las exportaciones del Ecuador accederán libres de aranceles a los países de la AELC, una comunidad de aproximadamente 14 millones de habitantes con alto poder adquisitivo” (Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones, 2018). El acuerdo de libre comercio firmado con este bloque económico se realizó el 25 de Junio de 2018.

3.2.1. Contenido del Acuerdo.

El acuerdo firmado por Ecuador y AELC el 25 de junio de 2018 denominado “Acuerdo de Asociación Económico Inclusivo entre la República del Ecuador y los Estados de la Asociación Europea de Libre Comercio” está conformado por 12 capítulos, 18 anexos, 18 apéndices y el record de entendimiento que contiene rasgos breves del acuerdo, así como también el registro de las rondas de negociación. El acuerdo hace énfasis en los siguientes puntos: comercio de bienes y servicios, establecimiento del acuerdo, protección de la propiedad intelectual, contratación pública, competencia, comercio y desarrollo sostenible, cooperación, facilitación de comercio, medidas sanitarias y fitosanitarias, obstáculos técnicos al comercio, inversión, comercio y desarrollo sostenible, disposiciones institucionales, y solución de controversias.

Una de las particularidades del acuerdo es la participación de Liechtenstein, ya que según el Artículo 1.3 del presente acuerdo menciona que “Suiza representara a Liechtenstein en los

asuntos cubiertos en virtud del mismo” (EFTA, 2018); haciendo referencia a que Suiza personalizara los intereses de Liechtenstein. Otra particularidad del acuerdo se encuentra en el Artículo 1.2, inciso 2 que menciona que no se aplicara el acuerdo sobre el archipiélago de Svalbard que pertenece a Noruega, con excepción del comercio de mercancías (EFTA, 2018).

Por materia del presente estudio se analizará los puntos referentes al comercio de bienes, normas de origen, tributación y sistema de franjas de precios y desarrollo sostenible.

3.2.1.1. Comercio de bienes.

Las concesiones arancelarias otorgadas por la AELC para los productos agrícolas básicos y procesados provenientes de Ecuador se realizaron de manera bilateral con cada miembro del bloque, mientras que las concesiones arancelarias para los productos industriales, pescado y otros productos marinos provenientes de Ecuador, se negociaron con todo el bloque económico. Estas negociaciones realizadas con los países miembros del AELC tuvieron como resultado la aprobación de preferencias inmediatas (liberación arancelaria) y parciales (reducción de volúmenes limitados y aranceles específicos). A continuación se analiza las preferencias otorgadas a Ecuador por parte de Suiza – Liechtenstein, Noruega e Islandia y viceversa.

Preferencias arancelarias otorgadas

El resultado de las negociaciones con Suiza fue la liberación total de 697 subpartidas y la liberación parcial de 376 subpartidas que según la revista de la Cámara de Comercio de Guayaquil (Cámara de Industrias de Guayaquil, 2018) durante el periodo 2014 – 2016 representaron el 93.96% y 2.05% de las exportaciones realizadas a este país, respectivamente. Existe también la exclusión de preferencias para 1 342 subpartidas las cuales pertenecen al 56% de la totalidad de subpartidas arancelarias existentes y que según Cámara de Industrias de

Guayaquil (2018) represento durante el periodo 2014 – 2016 el 0.10% de exportaciones hacia Suiza.

Tabla 17.
Preferencias otorgadas por Suiza - Liechtenstein

Tipo de preferencia	No. Subpartidas	% Subpartidas	Importaciones desde Ecuador (2014-2016) Miles USD	% Importaciones desde Ecuador
Inmediato	697	28.86%	68 815	93.96%
Parcial	376	15.57%	1 499	2.05%
Exclusión	1 342	55.57%	75	0.10%
Total	2 415	100.00%	73 240	100.00%

Fuente: (Cámara de Industrias de Guayaquil, 2018)

Las concesiones otorgadas por parte de Noruega a Ecuador fueron la liberación arancelaria total y parcial de 715 y 205 subpartidas, respectivamente. Según la revista de la Cámara de Comercio de Guayaquil (Cámara de Industrias de Guayaquil, 2018) durante el periodo 2014 – 2016 representaron el 97.48% y 0.89% de las exportaciones realizadas a este país, respectivamente.

Tabla 18.
Preferencias otorgadas por Noruega

Tipo de preferencia	No. Subpartidas	% Subpartidas	Importaciones desde Ecuador (2014-2016) Miles USD	% Importaciones desde Ecuador
Inmediato	715	51.55%	32 286	97.48%
Parcial	205	14.78%	296	0.89%
Exclusión	467	33.67%	0	0.00%
Total	1 387	100.00%	33 122	100.00%

Fuente: (Cámara de Industrias de Guayaquil, 2018)

Por último, Islandia es el país con el que menor comercio se tiene de los cuatro países del bloque, esto debido a la baja densidad poblacional del país, sin embargo ha concedido

preferencias a mayor número de subpartidas como se puede observar en la Tabla 19. Según la revista de la Cámara de Comercio de Guayaquil (Cámara de Industrias de Guayaquil, 2018) Islandia concede la liberación arancelaria total de 1 467 subpartidas que representan el 99.8% de las actuales exportaciones de Ecuador hacia este país; la liberación parcial de 67 subpartidas y la exclusión de preferencias para 366 subpartidas.

Tabla 19.
Preferencias otorgadas por Islandia

Tipo de preferencia	No. Subpartidas	% Subpartidas	Importaciones desde Ecuador (2014-2016) Miles USD	% Importaciones desde Ecuador
Inmediato	1 467	77.21%	4 629	99.78%
Parcial	67	3.53%	0	0.00%
Exclusión	366	19.26%	11	0.24%
Total	1 900	100.00%	4 639	100.00%

Fuente: (Cámara de Industrias de Guayaquil, 2018)

Por otra parte, a Ecuador se le concederá el uso de un calendario de desgravación según la categorización mostrada en la Tabla 20. Para las mercancías como autos, frutas, lubricantes, etc los cuales dentro de la categoría “A” se concederá la eliminación total de los derechos a partir suscripción del acuerdo; para las mercancías de la categoría B, la desgravación es progresiva durante un periodo de cinco años; para las mercancías de las categorías B – 7, C, C – 12, D y D – 17 se concede la liberación total de derechos arancelarios tras un periodo de desgravación progresiva; para las categorías F1, F2, F3, F4 y F5 no se eliminaran totalmente los derechos arancelarios, sino se les otorgara las preferencias arancelarias mostradas en la Tabla 20; y, para las mercancías ubicadas bajo la categoría L se le concederá la entrada libre de aranceles hasta una cuota anual de 140 toneladas.

La firma de este acuerdo según el ministro Campana permite que cerca del 99% de las exportaciones del Ecuador accedan libres de aranceles a los países del EFTA, una comunidad de aproximadamente 14 millones de habitantes con alto poder adquisitivo. (Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones, 2018).

Tabla 20.

Calendario de desgravación (%) de Ecuador para miembros provenientes de la AELC

Categoría	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
A	100 A partir de la suscripción del acuerdo																
B	20	40	60	80	100												
B - 7	14	29	43	57	71	86	100										
C	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100							
C - 12	8	17	25	33	42	50	58	67	75	83	92	100					
D	7	13	20	27	33	40	47	53	60	67	73	80	87	93	100		
D - 17	6	12	18	24	29	35	41	47	53	59	65	71	76	82	88	94	100
F1	10																
F2	20																
F3	25																
F4	30																
F5	30				50			70									
L	No se aplica derechos arancelarios a una cuota anual de 140 toneladas																
E	No existen preferencias																

Fuente: (Acuerdo de inclusión económica entre los estados miembros de la AELC y Ecuador - Anexo VII, 2018).

3.2.1.2. Normas de Origen.

Las normas de origen que rigen al presente acuerdo se basan en el Sistema Armonizado del 2012 para su respectiva clasificación, el (EFTA, 2018) especifican que:

“para las mercancías agrícolas y hortícolas (capítulos 6 a 14 del SA) que se cultivan en el territorio de una Parte deberán ser tratadas como originarias en el territorio de esa Parte aun cuando se cultiven a partir de semillas, bulbos, tubérculos, rizomas, esquejes, injertos, retoños, yemas u otras partes vivas de plantas de un país no Parte.”

En otras palabras, la pitahaya al pertenecer al capítulo 8, y al ser cultivada en el territorio ecuatoriano hasta su cosecha, se la considera como originaria del país exportador. La fruta puede sufrir operaciones mínimas como el congelamiento, descongelamiento, operaciones de conservación durante el transporte y almacenamiento, lavado, limpieza, eliminación de polvo, colocación e impresión de marcas, etiquetas u otros. Por otra parte los materiales que sirvan para el embalaje o como contenedores para su envío no se afecta su denominación de originario. A continuación se adjunta la lista de las normas de origen en la Tabla 21 que aplica para la pitahaya.

Tabla 21.

Lista de las Reglas Específicas de Origen (REO)

SA Código	Descripción del producto	Proceso o transformación, llevada a cabo en los materiales no originarios, lo que confiere el carácter de originario
Capítulo 8	Frutas y nueces comestibles; cáscara de cítricos o melones	Fabricación en la que todos los materiales del capítulo 8 utilizados sean totalmente obtenidos

Fuente: (European Free Trade Association, 2019)

Los requerimientos generales para que el exportador se beneficie del trato preferencial es primero contar con un certificado de “Circulación de Mercancías EUR. 1” con su respectiva solicitud, el cual se lo adjunta en el Anexo II ; y también el exportador deberá obtener una Declaración de Origen que considera a uno o más paquetes de productos originarios del Ecuador pero que no exceda el valor de 6 000 Euros. Además estos documentos deben ser conservados por al menos tres años a partir de su emisión por cuestiones de seguimientos. (EFTA, 2018)

3.2.3.3. Tributación.

Por otra parte en el artículo 1.7 del presente acuerdo (2018) hace mención sobre la tributación, la misma que no influye o afecta los derechos y obligaciones de tributación de cada

uno de los países que firmaron el tratado; de igual manera las medidas tributarias no incluirán los aranceles de importación o derechos de importación, ni en los derechos de exportación.

3.2.3.4. Sistema de Franjas de Precios.

Hay que tomar en consideración de igual manera el Sistema Andino de Franjas de Precio mencionado en el artículo 2.9 del presente acuerdo que va acorde a la Decisión 371 de la CAN (Comunidad Andina); donde especifican que se manejarán con precios piso (lo más bajo) y precios techos (lo más alto); con el fin de estabilizar los costos de importación. Si el precio de la mercadería o fruta a importar está por debajo del precio piso, el arancel de ad - valorem se aumentará; mientras que si el precio está sobre el techo de la franja de precios, el ad - valorem se reducirá al 0%. De esta manera generan una estabilidad en el precio internacional sin afectar a ninguna de las partes. (EFTA, 2018)

3.2.3.5. Comercio y desarrollo sostenible.

Dentro del contenido del acuerdo se encuentra el capítulo 8 el cual trata sobre los compromisos que adquirirán las partes en cuanto al desarrollo sostenible, principalmente el reconocer que el desarrollo económico, social y ambiental son variables interdependientes y son los componentes del desarrollo sostenible.

En materia medioambiental el acuerdo no permite la derogación o cambio de regulaciones medioambientales que tengan el fin de promover el comercio o inversión de la otra parte, otro de los aspectos importantes acordados es el comercio de bienes y servicios orgánicos, así como también tecnologías ambientales, bienes de eficiencia energética, energía renovable y etiquetado ecológico; además de fomentar esquemas como el comercio justo.

3.3. Formas de Internacionalización o ingreso a los Mercados internacionales

A causa de la globalización, la internacionalización es necesaria para el crecimiento de una empresa o asociaciones de exportadores; donde el acceso a mercados internacionales se puede manifestar por medio de la exportación; acuerdos de Cooperación Contractuales; acuerdos de cooperación accionariales por medio de inversión directa en el exterior. (Peris Ortiz, Rueda Armengot, & Benito Osorio, 2013):

3.3.1. Exportación.

- *Exportación Directa:* debido a una experiencia previa el exportador, empresa o asociación realiza el contacto directo con los intermediarios o compradores finales extranjeros; es decir que estará encargado de toda la logística, forma de pago, negociación internacional y entre otros aspectos relevantes.
- *Exportación Indirecta (Brokers):* el exportador, empresa o asociación logra tener acceso a mercados internacionales por medio de intermediarios independientes; es decir personas que llevaran a cabo el proceso logístico, tramites de comercio exterior, formas de pago y otros aspectos.

3.3.2. Acuerdos de Cooperación Contractuales.

- *Licencia:* este tipo de acuerdo se da entre dos entidades de diferentes países, donde una de estas a cambio de un pago acordado le otorga a la otra, parte de su propiedad intangible como ejemplo: patentes, proceso productivo (know how), su marca, entre otros.
- *Franquicia:* consiste en el contrato entre un franquiciador (origen) y un franquiciado (destino); donde el primero otorga a la entidad que solicita la franquicia, un modelo de gestión empresarial que incluye el uso de su marca, el know how, asistencia técnica y

experiencia, entre otros. El franquiciado siempre estará bajo supervisión y tutela del franquiciador para evitar que incumpla los requerimientos y estándares exigibles por el franquiciador.

3.3.3. Acuerdos de Cooperación Accionariales por medio de Inversión Directa en el Exterior.

- **Empresas conjuntas o Joint Ventures:** consiste en la asociación de empresas de distintos países, con el fin de consolidar una nueva empresa mediante el apoyo mutuo; es decir que una de estas puede aportar el capital y la otra los activos, conocimientos, entre otros. El fin de este acuerdo contractual es el de compartir riesgos y costos necesarios al ingresar a un nuevo mercado internacional.
- **Filiales propias:** es la presencia directa de una empresa en cualquier mercado internacional para producir y manejar su giro de negocio bajo sus propios medios acorde a la legislación del país en el que va a incursionar. A este acuerdo accionariales también se lo conoce como inversión extranjera directa ya que el inversionista es la empresa que se hace cargo de toda la gestión para la apertura de una nueva empresa o la adquisición de una establecida.

La relación de los métodos de internacionalización antes mencionados, recae en que una empresa exportadora puede llegar a mercados internacionales ya sea por medio de una exportación directa, indirecta (Brokers) o incluso por la obtención de licencias que les permitan mejorar su proceso productivo bajo una nueva marca; es decir que transformen la materia prima (Pitahaya) en algún producto procesado, dándole así un valor agregado. En el caso de que sea ya una empresa exportadora industrializada, podría internacionalizarse por medio del otorgamiento

de franquicias, pero en la presente investigación únicamente se considera las empresas exportadoras del fruto de la Pitahaya como materia prima.

Finalmente en cuanto a una Joint Ventures, es importante destacar que ciertos exportadores pueden asociarse para generar una mayor oferta exportable de pitahaya para poder abastecer la demanda internacional y, a su vez reducir el riesgo y costos de internacionalización, como por ejemplo el costo de un centro de acopio que es indispensable o la obtención de certificados como el Global Gap. De igual manera la creación de una Subsidiaria o filial en otro país es una buena opción si el exportador de Pitahaya cuenta con una inversión suficiente para la apertura de una nueva empresa bajo los lineamientos del país extranjero a incursionar, aquí podría ampliar su cartera de productos o complementar a la existente.

3.4. Medidas gubernamentales ecuatorianas de exportación

Las medidas gubernamentales tienen como fin normar, promover, incrementar la competitividad y generar divisas por medio del comercio exterior. De la misma manera el estado está a cargo de diseñar políticas que impulsen la internacionalización de la economía nacional promoviendo un crecimiento y desarrollo sostenible; por medio de mecanismos, incentivos, acuerdos comerciales y medidas que prevengan y protejan a la producción nacional de prácticas desleales de comercio. Y además gestionar acuerdos comerciales para el beneficio de las preferencias arancelarias que ayudan a generar una mayor competitividad en los exportadores. (LEXI, 1997)

Como antecedentes a la ley vigente en materia de comercio exterior se tiene que en 1927 se expide la Ley Orgánica de Aduanas la cual fue derogada por el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) el 29 de diciembre 2010 bajo el Registro Oficial

Suplemento 351; dicho código entro en vigencia al mismo tiempo que el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) que sustituyo a la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE). Al implementarse la nueva entidad pública y el código antes mencionado se reforman ciertos aspectos en materia de comercio exterior alineados a las solicitudes de la Organización Mundial Aduanera. (Ortiz, 2014)

Según el (Asamblea Nacional del Ecuador, 2018) en el artículo 5 sobre el rol del estado menciona que: “El Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado.”

El rol que desempeña el Comercio Exterior y las Inversiones está directamente regulado por el estado, por medio de códigos o leyes que buscan controlar y promocionar tanto las exportaciones como las importaciones. Actualmente el estado se enfoca en el fomento de las exportaciones con un valor agregado, ya que son una fuente de ingresos debido a la recaudación fiscal en cuanto a tributos del comercio exterior y por el ingreso de divisas; los cuales benefician el financiamiento de obras públicas y entre otros.

En cuanto al COPCI, los incentivos y estímulos para el desarrollo económico que más destacan son las deducciones y exoneración del anticipo al impuesto a la renta, apertura del capital social de las empresas con sus empleados, facilidades de pago en los tributos aduaneros, exoneración en el impuesto a la salida de divisas. Además dentro del Libro V, Título II, Cap. VII, Sección II se explican los Regímenes de Exportación y aplicación en el respectivo reglamento. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2018)

Para la presente investigación la exportación definitiva menciona en el art. 154 del COPCI, es la que se aplicara para los exportadores de pitahaya hacia el mercado AELC, debido a que no habrá devoluciones de la fruta al ser un producto perecible.

De la misma manera es importante menciona el Decreto 733 del Reglamento de aplicación del libro IV del COPCI en materia de política comercial, menciona en su Título IV del Fomento y la promoción a las exportaciones en el art. 141 al 144, sobre la importancia de la diversificación de los productos a través del mejoramiento de cadenas productivas, desarrollo sostenible, equidad e integración de los países; por medio de planes de exportación creados con el respaldo de una asistencia financiera o programas de crédito en instituciones públicas administradas bajo la Corporación Financiera Nacional (CFN). (Correa, 2012)

Una vez planteado las políticas y artículos relacionados a la exportación, se detalla a continuación las entidades públicas y sus programas, proyectos y acciones respecto al fomento de las exportaciones.

3.4.1. ProEcuador.

Es la entidad a cargo de la promoción de exportaciones e inversiones de productos tradicionales y no tradicionales a los mercados internacionales; por medio de sus programas de promoción y asesorías como los siguientes:

- **Inteligencia Comercial:** entrega de información prospectiva y actualizada de los mercados internacionales y los productos potenciales para la oferta exportable.
- **Asesoría al emprendedor y exportador:** facilitación de información gratuita sobre el acceso a mercados internacionales y herramientas útiles para la exportación.

- **Formación y capacitación técnica:** ayuda a los exportadores con información y generación de habilidades en cuanto al comercio exterior por medio de seminarios y talleres técnicos.
- **Programas y proyectos:** por medio de asesorías técnicas aportan la mejora de la oferta exportable de las Mipymes.
- **Fomento y promoción de comercio justo y sustentable:** es un programa focalizado en los actores de la Economía Popular y Solidaria
- **Directorio y registro de exportadores:** detalla información de los exportadores actuales por fruta y provincia.
- **Mapa Logístico:** mediante un mapamundi, detalla el costo de los contenedores tipo seco o reffer, días de viaje y rutas.

Actualmente PRO ECUADOR a través de los años ha ido estandarizando sus programas y herramientas de promoción, donde unifica a las asesorías y capacitaciones por medio del programa de “Ruta PRO ECUADOR”, que está dirigida para los exportadores, por medio de una metodología de semaforización que cataloga los servicios por cada tipo de usuario. El color rojo está destinado para los emprendedores, el color amarillo para empresas a un nivel potencial de exportación y el color verde para empresas exportadoras.



Figura 10. SemafORIZACIÓN de la Ruta PRO Ecuador
Fuente: ProEcuador, 2019

Dentro del color rojo se tiene asesoría y capacitaciones introductorias, así como también guías informativas y facilitación de la herramienta exporta fácil. En el color amarillo se realiza un test al potencial exportador, se realizan capacitaciones y asesorías más especializadas acorde a su oferta exportable; es decir un apoyo en la adaptación del Producto acorde al mercado objetivo. Y finalmente en color verde es para el desarrollo de contactos de negocios, eventos de promoción comercial y asesorías especializadas.

Además existe una plataforma virtual de comercio electrónico B2B (Business to Business), denominado “e-ECUADOR”, que permite da apertura de la oferta exportable ecuatoriana a todo el mundo. Básicamente consiste en una negociación en línea directa entre el comprador y vendedor (productor o exportador); y constas de los siguientes tres pasos:

- **Primero:** el Importador ingresa la información para enviar su oferta en línea al exportador.
- **Segundo:** el exportador enviará la cotización aceptando o modificando; la negociación contará con el chat en línea con traducción automática.
- **Tercero:** se pueden repetir los pasos anteriores hasta que se llegue a un acuerdo y se emita la orden de compra al exportador

La información que la plataforma otorga información como las certificaciones que tiene el producto, precios promedios, cantidad mínima y solicita el Incoterm, precio deseado por kilogramo y cantidades.

3.4.2. Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE).

Es la empresa pública encargada de controlar las operaciones de comercio exterior en el país, que tiene como objetivo minimizar los tiempos de los procesos operativos para exportar o importar y fomentar sobre todo las exportaciones.. Sus servicios en cuanto a exportación son los siguientes (SENAE, s.f.):

- ***Procedimientos para Operadores Económico Autorizados (OCE's):*** información, manuales y guías en cuanto a declaraciones aduaneras, aforos, regímenes de exportación, Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE), etc.
- ***Capacitaciones:*** servicio gratuito dirigido para los OCE's y para los ciudadanos.
- ***Servicio al ciudadano:*** información para la obtención del Registro de Exportador y para el Proceso de Exportación.
- ***Bases de datos:*** de consolidadoras/ desconsolidadoras y de agentes de aduanas
- ***ECUAPASS:*** plataforma virtual para consulta de aranceles, envío de declaraciones, y documentos necesarios dentro del procedimiento de exportación o importación; gestionado a través del SENAE con el objetivo de simplificar procesos, y fomentar el ahorro de papel.

Esta entidad está directamente relacionada en el proceso de exportación de pitahaya, que en la guía propuesta para el mercado EFTA, se detallara de manera más específica sus procesos.

3.4.3 Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones

Es la entidad rectora de políticas referentes al comercio exterior, fomentando sobre todo la exportación para el cambio de la matriz productiva por medio de una promoción comercial, negociaciones para establecer acuerdos comerciales bilaterales o multilaterales, e impulsando las inversiones. Las herramientas de apoyo que benefician a los exportadores son las siguientes (Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones, 2018):

- Enlaces de interés para el Comercio Exterior
- Estadísticas de Comercio Exterior
- Barreras Comerciales
- Acuerdos Comerciales Vigentes
- Informes relaciones comerciales
- Catálogo Ecuador Certificado (productos orgánicos)

Este ministerio esta enlazado con ProEcuador con la finalidad de impulsar las exportaciones a través de sus herramientas de información y consultorías; además busca tener un mayor control en cuanto a las importaciones.

3.4.5. Ministerio de Industrias y Productividad.

La relación de comercio exterior con este ministerio es debido a que es el encargado de emitir documentos previos como autorizaciones de importación o exportación, certificados de origen, emisiones de registros de exportadores, y emisiones de registros de actividad productiva. Todos estos trámites se los realiza por medio de su plataforma gubernamental, donde los requisitos se encuentran en página oficial.

Es importante destacar que este ministerio al igual que todos los antes mencionados, buscan el fomento de las exportaciones, ofreciendo asistencia técnica para buenas prácticas de manufactura, sellos de calidad, e implementación de certificaciones; además cuenta también con una enlace web para la plataforma *“Exporta Fácil”*; el cual permite a las Mipymes exportar productos de hasta 5 000 dólares (FOB) y hasta 30 kilos, mediante 3 pasos: registro, realización de la Declaración Aduanera Simplificada y entrega del paquete a Correos del Ecuador.

3.4.6. Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG).

Este ente público controla y fomenta el correcto desarrollo de la agricultura y ganadería nacional y por ser exportada. En el caso de las exportaciones es indispensable el uso de ciertas herramientas que ofrece, y de permisos fitosanitarios u otros acorde al destino internacional, que únicamente este ente puede otorgar. A continuación se presentan los proyectos que benefician a los agricultores:

3.4.6.1. Proyecto Nacional de Innovación Tecnológica Participativa y Productividad

Agrícola.

Este proyecto tiene la finalidad mejorar y reactivar la producción nacional de ciertos productos, en distintas 24 provincias del Ecuador, por medio de tres componentes que son: la innovación tecnológica agropecuaria; la asistencia técnica y capacitación; y, la infraestructura y equipamiento agroproductivos. Los beneficiarios del proyecto son los pequeños productores dueños desde 0 a 10 hectáreas; de tal manera que mejore sus procesos agroproductivos y su competitividad.

Esta herramienta aporta la oportunidad de generar productos agrícolas de calidad y evitar fallas antes del sembrado hasta la cosecha de la misma; lo que aporta una mayor oferta para los exportadores de pitahaya u otros cultivos.

3.4.6.2. Proyecto Agroseguro.

Creado para la protección permanente de las actividades agrícolas y ganaderas; es decir que en caso de cualquier siniestro climático, plagas y enfermedades incontrolables; los agricultores pequeños o medianos podrán recuperar su inversión en dichos cultivos. Este seguro de agricultura esta subsidiado en un 60% de su costo por el Estado y el 40% restante más impuestos por el agricultor.

Para poder acceder a este seguro el agricultor debe estar registrado en el MAG, cultivar alguno de los productos de la lista del proyecto, realizar la solicitud incluyendo un croquis y presentar la cedula de identidad, cabe destacar que el los metros cultivados por asegurar deben ser mínimo 500 metros cuadrados; y si los lotes de terreno cuentan con 200 metros de separación, se debe realizar do solicitudes; además este seguro únicamente cubre el cultivo principal en caso de tener dos o más dentro del terreno y se los debe mencionar en la solicitud.

En el caso del cultivo de Pitahaya, no aplica este tipo de seguro, ya que no se encuentra este fruto dentro de la lista del proyecto Agroseguro; por lo tanto esta medida de fomento en la presente investigación no es válida, únicamente es informativo para cualquier tipo de agricultor que cultive: arroz, frejol, maíz suave o duro, banano, plátano, papa, soya, trigo, cebada, café, cacao, haba, quinua, caña de azúcar y tomate de árbol. Pero a futuro se espera que tanto la demanda como la oferta de Pitahaya se incrementen, y así lo incluyan dentro del proyecto.

3.4.6.3. Agenda de Transformación Productiva Amazónica Reconversión Agroproductiva Sostenible en la Amazonia Ecuatoriana.

Al ser la Amazonía ecuatoriana el bosque tropical más extenso del mundo, el aplicar un sistema agropecuario, también causa una afectación tanto en la esfera ambiental, económica, social y cultural; es por eso que el estado busca implementar políticas y actores que ayuden al cumplimiento de la misma; que tiene como objetivo el “reconvertir las actividades de producción agropecuarias de la Amazonia en sistemas agroproductivos sostenibles bajo las perspectivas económica, social, ambiental y cultural, mediante la implementación de la planificación integral de “la finca”, para así liberar áreas de pastos que serán destinadas a la diversificación de cultivos y a la reforestación”. (MAG, 2018).

Para ello se llevará a cabo en 300.400 hectáreas de las provincias de Zamora Chinchipe, Napo, Sucumbíos, Orellana, Pastaza y Morona Santiago; donde la última corresponde a la provincia en la cual más fincas de Pitahaya se concentran. Los componentes para la agenda son por ejemplo el desarrollo agroproductivo sostenible a través de asesorías, créditos, incentivos, sistemas de información, uso adecuado de la tierra y el fortalecimiento de los encadenamientos productivos que faciliten el comercio equitativo e impulsen una competitividad sistémica. (MAG, 2018)

3.5. Desarrollo Sostenible

Una premisa del desarrollo sostenible surge en la conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano, llevada a cabo en el año 1972 en Estocolmo; en cual plantearon la importancia del equilibrio entre el desarrollo con la protección del medio ambiente, formando así el concepto de “Ecodesarrollo” (Naciones Unidas, 1973); pero el concepto se estableció de manera más clara

y firme, a través del “Informe de Brundtland” o denominado como “Nuestro futuro Común” publicado por la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo (CMMAD), el cual alude:

“Está en manos de la humanidad asegurar que el desarrollo sea sostenible, es decir, asegurar que satisfaga las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias” (Brundtland, 1986)

Este informe hace hincapié sobre las limitaciones que el medio ambiente tiene, el uso de la tecnología, la economía y la sociedad; pilares del desarrollo sostenible que tiene como objetivo que las personas mejoren su calidad de vida, pero sin atentar con las generaciones futuras; sin embargo, cumplir con un equilibrio de estos pilares, es poco creíble en un corto tiempo, ya requeriría de una colaboración absoluta y equitativa las naciones en todo ámbito ligado a los pilares.

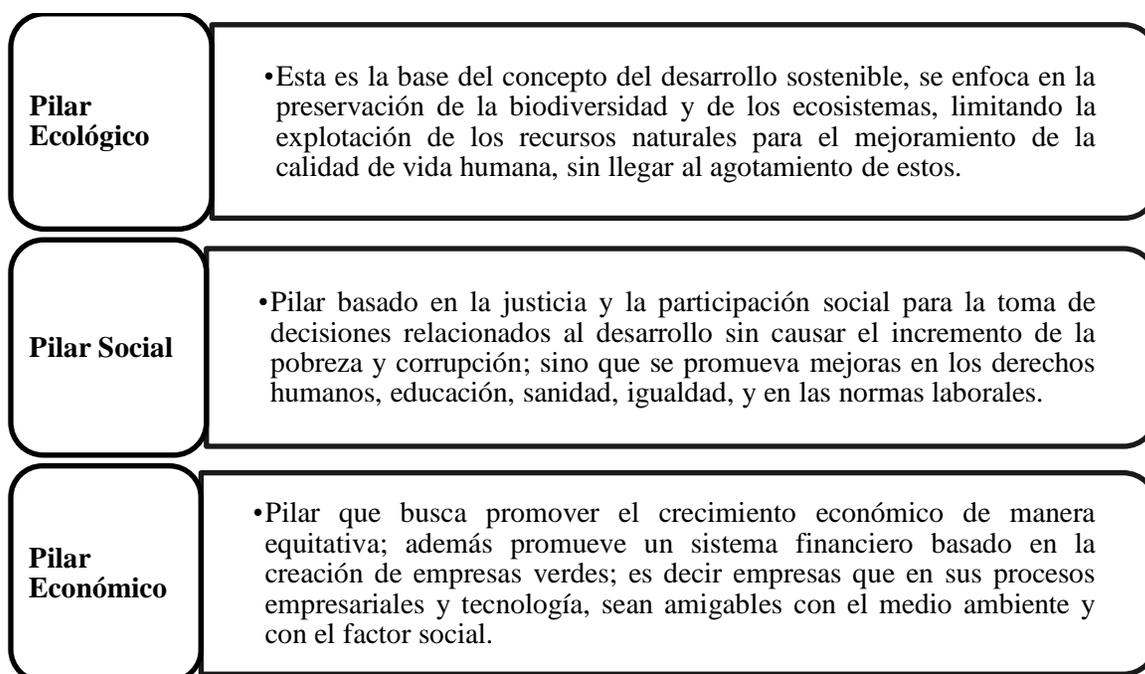


Figura 11. Pilares del desarrollo sostenible

Estas son las bases que dieron lugar al desarrollo de los objetivos de desarrollo sostenible planteados en el Acuerdo de París.

3.5.1. Acuerdo de París y los ODS de la ONU.

El 11 de diciembre de 1997, los países industrializados como Estados Unidos, UE, Argentina, Canadá, entre otros; los cuales pactaron reducir las emisiones de CO₂ en al menos un 5% durante el periodo del 2008 al 2012, creando así el Protocolo de Kyoto. Posteriormente en la COP 18 (Conferencia de las Partes de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el cambio climático), se revalidó el segundo periodo del Protocolo de Kyoto durante el periodo del 2013 al 2020; pero a causa de los pocos resultados y débil compromiso de los involucrados, se formó el **“Acuerdo de París”** en el año 2015 a través de la COP 21, donde entró en vigencia oficialmente en Noviembre del 2016; este acuerdo busca reducir las emisiones de CO₂ y mantener la temperatura media mundial por debajo de los 2° C, evitando así el calentamiento global (Organización de las Naciones Unidas, s.f.); además se busca que en este acuerdo si exista un mayor compromiso de los involucrados en comparación al Protocolo de Kyoto, de igual manera gestionar el apoyo a los países menos desarrollados para que puedan implementar soluciones y tecnología que evite el calentamiento global.

A causa de las cumbres y conferencias de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), en el año 2000 se aprobó la Declaración del Milenio que creaba alianzas entre todos los países miembros en cuando a temas sobre la extrema pobreza y sobre el establecimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) que tenían como fecha de vencimiento el 2015, por lo que en septiembre de ese año en la Cumbre sobre Desarrollo Sostenible, se acuerda la nueva Agenda de Desarrollo 2030 y se crean los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), lo cuales

están compuestos por 17 Objetivos con 169 metas; la finalidad de los mismos coincide con los ODM en cuanto a la erradicación de la pobreza pero se incluye el promover el bienestar de todos a través de un desarrollo que evite el agotamiento de los recursos naturales y que no afecte al medio ambiente (Organización de las Naciones Unidas, 2015).

A continuación se nombran los 17 ODS según (Organización de las Naciones Unidas, 2015):



Figura 12. Objetivos de Desarrollo Sostenible
Fuente: (ONU, 2019)

Para el contexto de comercio exterior y sobre todo para la internacionalización, según la (OMC, 2017), los ODS aplicables son los siguientes:

Objetivo 1- Fin de la pobreza: el comercio exterior aporta a este objetivo por medio del fomento de políticas comerciales y a través de una mayor productividad y posibilidades para los consumidores y exportadores con la apertura de mercados y control de precios.

Objetivo 2- Hambre Cero: apoyo a través de la Decisión sobre la Competencia de las Exportaciones de 2015 de la OMC, que pretende la eliminación de las subvenciones en materia agrícola.

Objetivo 3- Salud y Bienestar: por medio de la enmienda realizada al Acuerdo sobre los Derechos de Propiedad Intelectual (ADPI), los países en vías de desarrollo podrán adquirir de una manera más efectiva y segura los medicamentos.

Objetivo 5 - Igualdad de Género: debido a la creciente generación de empleo en actividades de comercio exterior, el rol que desempeñan las mujeres en este ámbito ha ido incrementando con los años.

Objetivo 8 - Trabajo Decente y Crecimiento Económico: el comercio genera ingresos para el estado, lo que desencadena un crecimiento económico, con mira a que este sea inclusivo y vele por los derechos humanos de los trabajadores.

Objetivo 9 – Industria, Innovación e Infraestructura: la apertura a mercados internacionales genera un crecimiento en las economías de los países y a través de su dinamismo permite que aumente la competencia y sean más equitativo; además facilita la transferencia de tecnología que está latente debido a la globalización.

Objetivo 10 – Reducción de las desigualdades: las normas de la OMC en cuanto a la Nación más Favorecida, ofrece un trato especial y diferenciado a los países menos desarrollados por lo que considerando sus reticencias, se les otorga mayor flexibilidad en temas de comercio exterior.

Objetivo 14 – Vida Submarina: la eliminación de las subvenciones que favorezca a la pesca ilegal, la sobrepesca y pesca no declarada, apoyara a que el comercio sea más equitativo y menos invasivo con la vida submarina.

Objetivo 17 – Alianzas para lograr los objetivos: este objetivo esta relaciona directamente con el comercio exterior como medio para la promoción de relaciones multilaterales universal creadas en base a normas, sistemas abiertos sin discriminaciones y equitativos. Utilizando como estrategias para los países en vías de desarrollo como por ejemplo el cambio de la balanza comercial negativa a una positiva, fomentando las exportaciones; y también dando una doble oportunidad o participación en las exportaciones. Y en general incentivar a todos los países el aplicar mercados libres y otorgar facilidades para la exportación.

3.5.1. Desarrollo sostenible en Ecuador.

Bajo el contexto Nacional, el presidente Lenin Moreno implanto el proyecto “Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida”; que se enfoca puntualmente en misiones relacionadas a la Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU. Este plan cuenta con 3 ejes principales que a su vez cuentan con 3 objetivos individuales que según la Secretaría Técnica Plan Toda una Vida (2017) son los siguientes: derechos durante toda la vida, Economía al Servicio de la Sociedad y Más sociedad - mejor Estado.

Como parte de la investigación se logró obtener hallazgos importantes en cuanto a estadísticas del Ecuador en materia de desarrollo sostenible, acorde al índice SDG Dashboard –Index; donde 0 es la peor situación y 100 la mejor situación; este índice se calcula en base datos del Banco Mundial y con un promedio de 231 indicadores, estableciendo así un ranking de 193 países. Ecuador cuenta con un puntaje de 70.8 denotando así que se acerca al cumplimiento de los 17 ODS según (CEMDES, 2019). Por otro lado Noruega tiene un puntaje de 81.2; Islandia un 79.7, Suiza tiene un 80.1 y Liechtenstein por falta de datos suficientes no se encuentra en el ranking mundial; esta información demuestra que los miembros del AELC en su mayoría tienen mayor

avance en el cumplimiento de los en comparación a Ecuador, denotando así su compromiso e interés con los ODS.

El trasfondo de esto es principalmente que los países miembros del AELC se preocupan por cumplir con los ODS impuestos por la ONU, lo que quiere decir que la posibilidad del consumo de productos bajo certificación alineadas al desarrollo sostenible podrían ser alta, generando una ventaja comparativa de estos productos en referencia a otros comunes y es ahí donde los exportadores de pitahaya deben incursionar para seguir creciendo.

Es importante destacar al Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible del Ecuador (CEMDES), el cual es una institución no gubernamental derivada de la red mundial World Business Council for Sustainable Development (WBCSD); estas entidades tiene como principal objetivo el fomentar una sostenibilidad corporativa o empresarial, donde se compartan conocimientos, buenas practicas, proyectos e iniciativas que promuevan la realización de los ODS de la ONU dentro y fuera de sus empresas.

En otras palabras se podría decir que el aplicar estrategias o medidas referentes al desarrollo sostenible en una empresa, genera una oportunidad de negocio, al ser una necesidad actual y un nicho de mercado que día a día sigue creciendo; que además podría generar mayores ingresos debido a la creciente demanda de productos con marcas que apoyen al medio ambiente, fomenten la igualdad de género, ayude a erradicar la pobreza o trabajo infantil, o a su vez que en su cadena productiva cuenta con materia prima orgánica; las tendencias de consumo a medida que el tiempo avanza, estas también lo hacen y los consumidores son más conscientes de problemáticas globales, por lo cual buscan apoyar de una u otra manera dicho cambio.

En el caso de la presente investigación, los exportadores de pitahaya deben ver como una oportunidad en auge al desarrollo sostenible al momento de internacionalizarse en mercados

internacionales como la AELC, que cuenta con consumidores con preferencias diferentes y alineadas a un consumo responsable.

3.5.2. GLOBAL GAP y el desarrollo sostenible.

En sus inicios apareció como iniciativa de un grupo de minoristas llamado “Euro Retailer Produce Working Group” (EUREP) y de varios supermercados, en respuesta a la preocupación de la inocuidad alimentaria, el impacto ambiental, la salud, la seguridad, el bienestar de los trabajadores y animales. Estos grupos resolvieron crear un método de certificación independiente, para ello estandarizaron normas y procedimientos de Buenas Prácticas Agrícolas, GAP por sus siglas en inglés “Good Agricultural Practice”.

El sistema tuvo éxito y las normas EUREGAP permitieron a los productores satisfacer criterios importantes para el consumidor europeo. Es por ello que esta certificación llegó a tener un alcance global y en 2007 EurepGAP pasó a ser GLOBALG.A.P.

Este certificado es el conjunto de normas agrícolas dedicadas a las buenas prácticas de agricultura (BPA), donde los alimentos bajo esta certificación acreditan un nivel de seguridad y calidad aceptables, una producción sustentable a favor del medio ambiente y además el bienestar de sus trabajadores bajo normas de seguridad y salud. Los productores o exportadores pueden certificarse bajo las normas Global Gap y están bajo un monitoreo constante. (Global G.A.P., s.f.)

Para los países europeos esta certificación se ha hecho indispensable, a pesar que en la página oficial de Agrocalidad no se encuentre como un requisito de exportación.

Según GLOBAL GAP su certificación Gap está vinculada directamente con los objetivos 3, 6, 7,8, 12,14, 15 y 17 de desarrollo sostenible de la ONU; que impulsan el uso de prácticas de

producción segura y sostenible. La certificación tiene una duración de un año y posterior a eso se realiza un nuevo control integro para renovar su certificado.

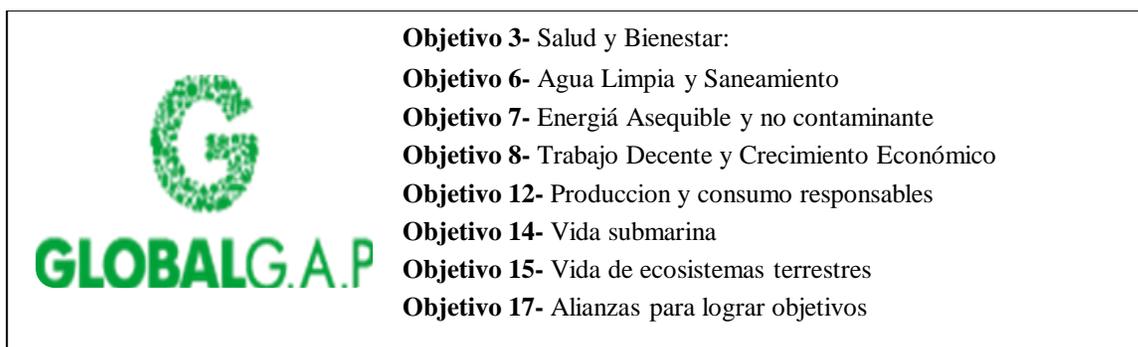


Figura 13. Global G.A.P.
Fuente: (Global G.A.P., s.f.)

Por fines del presente estudio se toma al cumplimiento de GLOBAL GAP como parámetro de sostenibilidad, para ello se analiza si durante el periodo 2013-2018 las empresas objeto de estudio mantuvieron o no dicha certificación, como resultado se obtuvo que todas ellas mantuvieron y renovaron la certificación anualmente.

3.6. Los productores / exportadores de Pitahaya en el AELC

Para el cumplimiento del objetivo general planteado, el proceso de internacionalización se lo analiza al igual que Jiménez (2007), utilizando una categorización de variables que permitieron el desarrollo de la entrevista a través de los siguientes elementos:

Tabla 22.

Elementos para el análisis de la información (Internacionalización)

Elementos	Variables
Características internas de la empresa	Proveedores, MOC, Ventas, localización geográfica, canales de distribución,
Competitividad	Precio, calidad, producto, marca
Participación de la alta gerencia	Oportunidades de mercado internacionales
Participación gubernamental	Apoyo financiero, capacitaciones, desregulación eco. y simplificación administrativa.
Tratados comerciales	Flujos de comercio
	Influencia de los tratados comerciales

Fuente: (Jiménez Sierra, 2011)

Una vez aplicada la entrevista del ANEXO I se obtuvo el punto de vista de las empresas ante los elementos mencionados.

- Tres de cuatro empresas consideran que la ubicación geográfica es un factor importante para el aprovisionamiento, la explotación de los recursos naturales y la movilización de la fruta. Por ello se encuentran satisfechos a su ubicación ya que la misma les permite la producción de pitahaya.
- Para tres de las cuatro empresas los proveedores son considerados importantes para el proceso de internacionalización pues de ellos depende la calidad de la fruta, es por ello

que en el caso de los comercializadores buscan encontrar proveedores de calidad e invertir en ellos; por otra parte consideran que es importante tener control de la producción y por ende del precio, por lo que recomiendan la implementación de un cultivo propio.

- La satisfacción de sus clientes es fundamental porque de ellos depende la continuidad de negocios con los mismos, al tener clientes de la Unión Europea y la AELC cumplen con la certificación GLOBAL GAP que es un requisito indispensable para el ingreso a estos bloques económicos.
- A través de las preguntas planteadas se determinó que las empresas estudiadas consideran el precio un factor importante en el momento de internacionalizar, pues en los mercados meta se compete con países muy competitivos en cuanto a precio.
- La calidad para tres de las cuatro empresas analizadas es un elemento determinante para el ingreso a los mercados de la AELC, por lo que buscan mantener excelentes parámetros de sus fincas o proveedores a través de la aplicación de los protocolos que establece la certificación GLOBAL GAP.
- Para las empresas analizadas la participación gubernamental es importante pues a la mayoría entidades como ProEcuador y sus servicios de acercamiento a Ferias Internacionales les ha permitido obtener clientes; también es importante el acceso a créditos productivos como los otorgados por la CFN o BAN ECUADOR.
- Por último los tratados comerciales les brindan mayores oportunidades, pues facilitan la apertura de nuevos mercados. Para el caso de las empresas analizadas, los tratados o

las relaciones bilaterales les brindan oportunidades como fue la apertura del Estados Unidos en los últimos años.

Como se puede observar la internacionalización de los productores exportadores de pitahaya hacia el AELC, desde el punto de vista de las empresas estudiadas debe contemplarse desde el momento el cultivo como principal componente pues del tratamiento que se dé al mismo, determinara la cantidad de fruta con calidad de exportación y concentración de químicos permitidos en la AELC u otros mercados, es por ello que como punto de partida para la internacionalización de la pitahaya las empresas analizadas coinciden en la aplicación correcta y fiel de los protocolos de la certificación GLOBAL GAP. También coinciden que en la internacionalización también interviene los esfuerzos para conseguir clientes y adaptarse a sus requerimientos, pues una de las formas en que las cuatro empresas coinciden es el acercamiento directo, las cuatro recomiendan el uso de las herramientas que provee PROECUADOR (Plataforma B2B y ferias) y una de ellas recomienda el uso de un agente representante de ventas en los mercados meta. Y por último la optimización de recursos en todo el proceso a través de proveedores de calidad y la adquisición de un seguro para las primeras exportaciones.

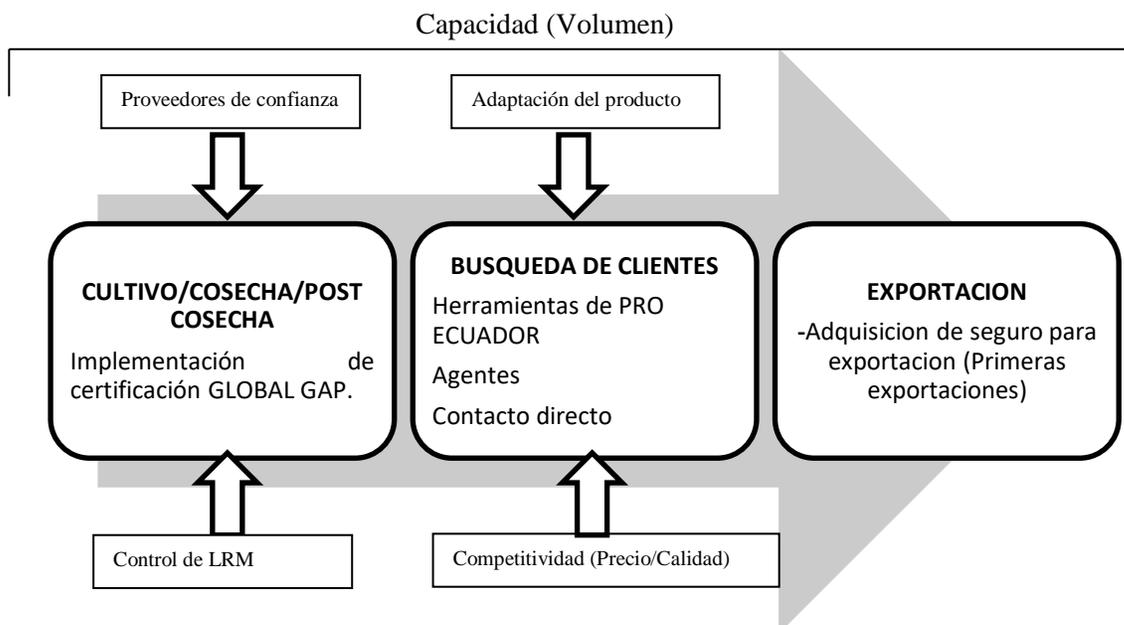


Figura 14. Internacionalización de la pitahaya vinculada al desarrollo sostenible según empresas entrevistadas

Como se mencionó en capítulos anteriores la Certificación GLOBAL GAP está directamente vinculada a los objetivos de desarrollo sostenible, garantizando la sostenibilidad de la empresa, el proceso indicado en la Figura 14 parte principalmente de la aplicación de la certificación, y, debido a que las empresas analizadas cumplen con el mismo se comprueba la hipótesis planteada: “Las empresas exportadoras de pitahaya de la región amazónica realizan un proceso de internacionalización vinculado al desarrollo sostenible para el mercado de la AELC.

3.7. Guía para la internacionalización de pitahaya

Para la internacionalización de Pitahaya es necesario verificar los requisitos que solicita el país de destino, esto se lo realiza en el portal de Agrocalidad, también de los requisitos particulares del cliente, para el caso de la AELC y EUROPA es necesario que el producto este certificado por Global GAP.

Registro en ECUAPASS.

Es el sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por el cual los Operadores de Comercio Exterior (OCE) interactúan con el SENA E y todas las entidades públicas involucradas para gestionar y tramitar las operaciones de comercio exterior.

Para realizar los trámites necesarios para la exportación es preciso el registro de los OCE en el portal ECUAPASS con su respectiva firma electrónica, procesos que se detallan a continuación.

1. Ingresar al portal ECUAPASS
2. Dentro de la página de inicio de ECUAPASS ingresar en “Solicitud de Uso”
3. Seleccione la opción “Solicitud de uso (Representante)”.
4. Ingrese el número de RUC de la empresa y a continuación clic en consultar. Automáticamente aparecerá el nombre/razón social de la empresa.
5. Ingrese la información del representante legal solicitada
6. Clic en el icono de búsqueda de la opción “Identificación única de certificado digital”.
7. En el cuadro emergente, seleccionar el icono TOKEN y el modelo.
8. Ingresar la contraseña del TOKEN, a continuación clic en “Aceptar” y “Confirmar”

Obtención de firma electrónica (TOKEN).

Muchos de los trámites de comercio exterior necesitan ser validados a través de una firma, y ya que los trámites se realizan a través del sistema informático ECUAPASS, es necesario realizar esta validación a través de una firma electrónica, dicha firma es información almacenada en un dispositivo criptográfico llamado token.

En Ecuador la obtención de la firma electrónica se la puede hacer a través del Banco Central y Security Data.

Banco Central del Ecuador

La obtención del token a través del Banco Central no tiene costo. Para ello se debe ingresar a www.eci.bce.ec donde se encuentra la “solicitud de certificado digital de firma electrónica”, y los requisitos para persona natural y/o jurídica.

Security Data

Para su obtención es necesario ingresar a www.securitydata.net.ec, esta opción tiene costo. Esta empresa presenta varias opciones para su obtención entre ellas: cita previa, cita express, video conferencia, visita a domicilio. La forma más rápida de obtener el token es a través de la cita express, la cual requiere acercarse a las oficinas y entregar la información requerida y cancelar el valor que asigna esta entidad.

Registro en AGROCALIDAD

El registro en Agrocalidad se lo realiza a través de la web, además Agrocalidad cuenta con manuales de usuario para el registro en el sistema guía, se puede acceder a través del siguiente enlace:

<http://www.agrocalidad.gob.ec/documentos/MANUAL-DE-PROCEDIMIENTOS-PARA-EL-REGISTRO-DE-OPERADORES-DE-AGROCALIDAD-final-min.pdf>

3.7.1. Proceso de Exportación.

Una vez registrados obtenido el Token, registrado en ECUAPASS y el Sistema Guía de Agrocalidad (Verificados sitios de producción) ya está listo para la exportación. Se debe considerar que toda exportación estará acompañada de los respectivos documentos previos y documentos de soporte (Tabla 23).

- Documentos de acompañamiento: según el Reglamento al título de la facilitación aduanera para el comercio, del libro V del COPCI, sección II, artículo 72, son aquellos denominados de control previo que deben ser tramitados y aprobados antes del embarque de la mercancía, mismos que deben presentarse física o electrónicamente junto a la declaración aduanera (COPCI).
- Documentos de soporte: Según el Reglamento al título de la facilitación aduanera para el comercio, del libro V del COPCI, sección II, artículo 73, son aquellos que constituyen la base de la información de la declaración aduanera, estos deben ser originales en físico o electrónico (COPCI).

Tabla 23.

Documentos de soporte y acompañamiento

Documentos de Acompañamiento	Documentos de soporte
	Factura comercial
Certificado Fitosanitario	Documento de transporte
	Certificado de Origen y circulación EUR 1.
	Packing list

Fuente: (Asamblea Nacional del Ecuador, 2018)

Una vez entendido e identificado todo lo necesario, el exportador deberá:

- Solicitar 48 horas antes una inspección por parte de Agrocalidad.
- Realizar la solicitud de certificado fitosanitario de exportación a través del sistema ECUAPASS y cargar el reporte de inspección fitosanitaria.
- Realizar la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema ECUAPASS, misma que deberá contener los datos de la Tabla 24.

Tabla 24.

Información ingresada en ECUAPASS

Información contenida en la DAE	Documentos digitales que acompañan a la DAE
Datos del exportador	Factura comercial original
Descripción de la mercancía por ítem	Autorizaciones previas (Documentos de acompañamiento cuando amerite)
Datos del consignante	Certificado de origen (Certificado de Soporte cuando amerite)
Cantidades	
Peso y datos relativos de la mercancía	Certificado de circulación de mercancías EUR. 1

Fuente: (Siatigroup, s.f.)

- La SENAE acepta o rechaza la DAE, en caso de ser aceptada la carga será ingresada a Zona Primaria del distrito señalado en la DAE en la cual se embarcara, en este lugar será ingresada a un deposito temporal que lo registrara y almacenara previo a su exportación.
- El exportador será notificado el canal de aforo (documental, físico o automático) asignado por la SENAE, una vez

Una vez realizado el aforo se cierra la DAE y se autoriza la salida de la carga, y podrá ser embarcada. Para envíos de pitahaya hacia la AELC el exportador debe cuidar el cumplimiento de los protocolos que exigen sus certificaciones, es recomendable que la fruta haya sido analizada

químicamente por laboratorios de confianza de los clientes. A continuación se muestra el proceso de exportación definitiva (Régimen 40) en la figura 15.

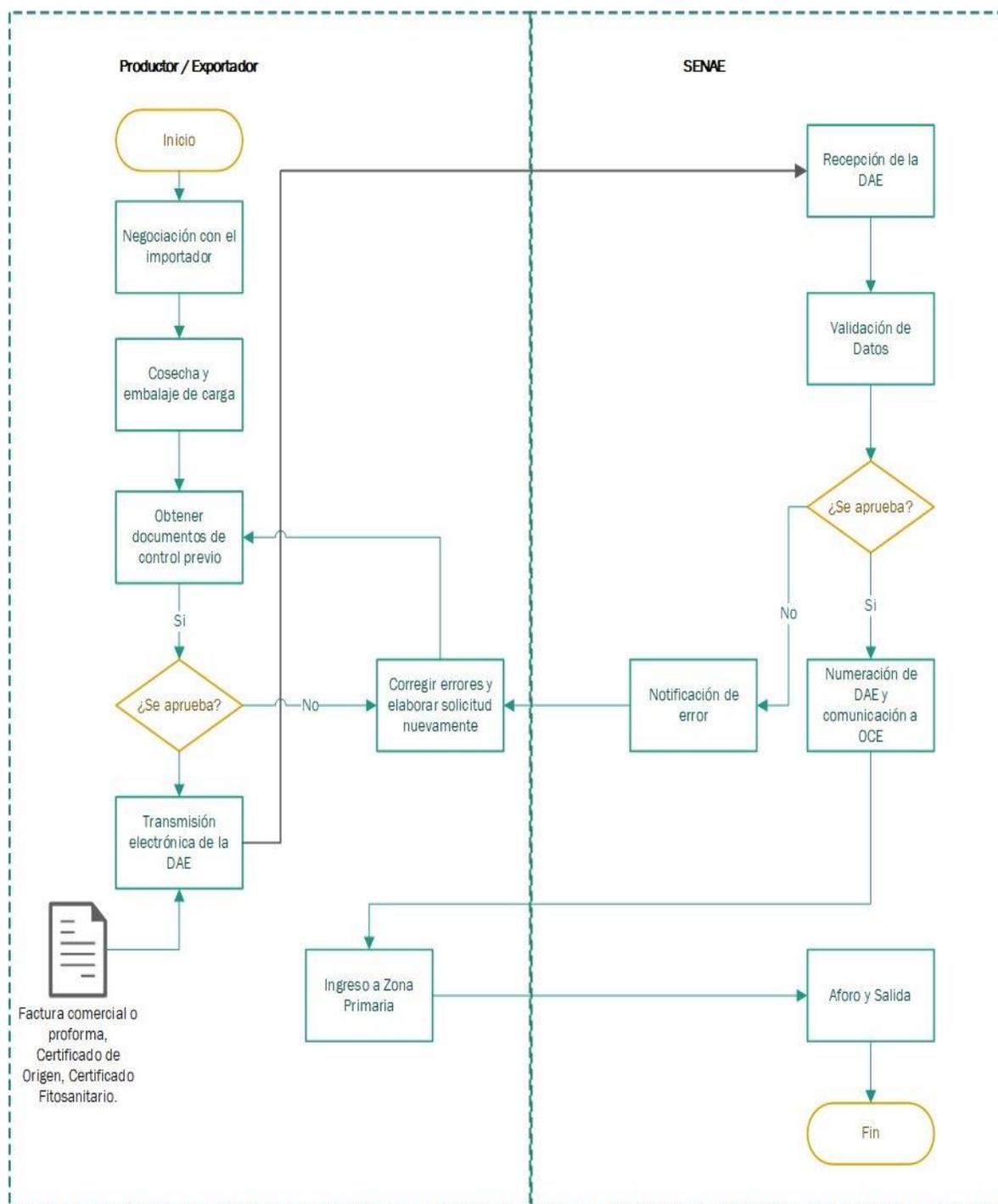


Figura 15. Flujograma del proceso de exportación

3.7.2. El desarrollo sostenible a tomar en cuenta.

A través del presente estudio identificamos que muchas de las certificaciones requeridas por el mercado Europeo están muy ligadas al cumplimiento de los ODS, también encontramos la ventaja que genera trabajar de manera sostenible, pues beneficia en imagen y economía de la empresa.

Es posible aplicar estrategias empresariales que lleven a la empresa a la sostenibilidad, para ello una herramienta útil es el “SDG COMPASS”, que es una guía que permite entender, gestionar y medir la contribución a los ODS, para ello se proponen 5 pasos.



Figura 16. Pasos del SDG Compass
Fuente: (Pacto Mundial – Red Española, 2019)

1. Entender los ODS: la empresa debe conocer los ODS para así entender las oportunidades, responsabilidades colectivas e individuales que presentan
2. Priorizar: este paso busca identificar cuáles son los procesos y/o productos contribuyen a los ODS, priorizarlos e implementar indicadores para medir el desempeño.

3. Establecer objetivos: alinear a la estrategia de negocios los ODS aplicables para mejorar el desempeño de la empresa.
4. Integrar: involucrarse con el entorno realizando alianzas para la consecución de los objetivos.
5. Informar y comunicar: compartir con los grupos de interés las prioridades y logros conseguidos a través de los ODS.

Al tomar en cuenta los parámetros mencionados en esta guía, las empresas productoras y/o exportadoras podrían llegar a ser más competitivas tanto en el mercado nacional como en el mercado internacional, pues permite mejorar la imagen de la empresa, mejorar rendimientos económicos y al utilizar procesos sostenibles desde el cultivo hasta el llegar al destino la empresa cumple con muchos de los parámetros que solicitan varias de las certificaciones solicitadas y valoradas en el mercado, por lo que se le hará más fácil acceder a ellas en menor tiempo y generar mayores ingresos.

CAPITULO IV

4.1. Discusión

Las formas de internacionalización de un producto o empresa son múltiples, entre ellas llevar la presencia de la empresa al mercado internacional, crear alianzas estrategias (joint ventures), invertir capitales, entre muchas otras posibilidades; sin embargo esto depende del giro del negocio. Para el caso de los productores de pitahaya amarilla de la región amazónica, la única manera de dar a conocer el fruto de su labor es la exportación, que en muchos de los casos su internacionalización no es directa, sino que intervienen intermediarios (bróker o exportador), que les permiten lograr su cometido.

En la región Amazónica del Ecuador los productores cultivan y cosechan su tierra con el fin de que su producto llegue a un mercado internacional donde los réditos económicos son mayores, por ello en sus prácticas utilizan técnicas y procesos que les permitan cumplir con los requisitos del exterior, pero como se lo menciono anteriormente en la mayoría de los casos no les es posible hacerlo directamente, es ahí donde empresas conecedoras de los negocios internacionales aparecen e intervienen para ser ellos lo que exporten directamente a los grandes mayoristas del mundo; y también es ahí donde se concentran las mayores ganancias, en la transacción internacional, más no en la compra venta de pitahaya entre el agricultor y el intermediario.

Se ha podido apreciar que estas empresas, algunas productoras o exportadoras otras netamente exportadoras, utilizan estrategias para conseguir su cometido, entre ellas el uso de Ferias internacionales (PROECUADOR) y el uso de agentes de ventas localizados en los mercados meta, estas personas son los encargados de estrechar los lazos entre el mercado y el exportador.

Tras complejos esfuerzos ciertos productores y/o exportadores lograron llegar al mercado de la AELC, el cual exige certificaciones como Global G.A.P. y un análisis químico de la fruta exportable realizado en un laboratorio internacional que analice de 320 a 600 moléculas de LRM y bajo la ISO 17025; los LRM que permite el mercado Europeo es máximo de 250 moléculas pero con controles mensuales o bimensuales. Para contrastar la información, se obtuvo que en el mercado estadounidense permite 6 moléculas de pesticidas, además realizan controles de estos una o dos veces por año; denotando así que existe una mayor exigencia en el mercado estadounidense en relación al europeo, sin embargo cada país podría tener sus propios LRMs exigentes.

Fuera de los requisitos necesarios para una exportación; la inversión necesaria para cumplir dichos estándares es alta y además requiere de un centro de acopio certificado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), para seleccionar la fruta con el calibre idóneo, limpiarla, procesarla, etiquetarla y empaclarla acorde a las especificaciones del mercado de la AELC.

La AELC (Suiza, Noruega, Islandia y Liechtenstein) es un bloque económico conformado por países con un alto poder adquisitivo que a su vez cuenta con altas exigencias en su consumo en cuantos factores ambientales, sociales y económicos; es ahí que se adhiere al desarrollo sostenible con sus tres pilares. Alcanzar este mercado exigente es la labor que los productores y/o exportadores realizaron por medio de las especificaciones antes mencionadas e incluso algunas adicionales como Fair Trade, RainForest, Sellos Orgánicos u otras, pero mas no lo consideran un elemento fundamental para su negocio, sin embargo las acciones muestran que algunas de las empresas perdieron estos nichos de mercado por el incumplimiento de las normas que exigen estas certificaciones que de alguna manera están ligadas al desarrollo sostenible.

El desarrollo sostenible en la actualidad es un elemento dotador de competitividad, los mercados internacionales son dinámicos e impuestos bajo las nuevas tendencias de un consumo responsable. ¿Pero a mayores exigencias, mayores ganancias para los productores y/o exportadores?

Los productores y/o exportadores de pitahaya de la región amazónica, deben realizar inversiones altas para el cultivo (30 mil a 40 mil dólares) y cuentan con dificultades para conseguir un comprador que esté dispuesto a pagar un producto con certificaciones sostenibles y de calidad; ya que el mercado internacional exige altos estándares pero a los mismos costos previos a la obtención de certificaciones.

Como se ha puesto en evidencia a lo largo de este estudio, la internacionalización que realizan los productores y/o exportadores de pitahaya amarilla de la región amazónica, aplican acciones sostenibles debido a la certificación de Global GAP, sin embargo tres de las cuatro empresas analizadas, actualmente ya no exportan pitahaya a los miembros de la AELC, debido a los inconvenientes antes mencionados como son los LRM, precios (fluctuaciones en temporadas altas y bajas), competitividad y otros.

4.2. Conclusiones

- La mayor producción de pitahaya en el país se concentra en la región amazónica en la ciudad de Palora, con un aproximado de 385 hectáreas para Agosto del 2018. La situación geográfica de los productores y/o exportadores de esta ciudad podría permitir la creación de un clúster económico dedicado a la producción y proceso de pitahaya tal como lo menciona la teoría de la ventaja competitiva de las naciones de Michael Porter, sin

embargo aún se hace evidente la falta de alianzas entre productores, exportadores, transportistas y demás actores inmersos en el proceso de internacionalización (teoría de redes), es por ello que se hace imposible para el productor llegar al país de destino y por ello aparecen los comercializadores que permiten la exportación, sin embargo su visión no busca el realizar inversiones en el país de destino para la construcción de comercializadoras, dejando claro que las empresas están estancadas en las primeras etapas de modelos de internacionalización como el Uppsala

- El acuerdo de libre comercio firmado entre Ecuador y los Estados miembros de la Asociación Europea de Libre Comercio genera beneficios al sector exportador, al haber liberado de aranceles (0% ad valorem y derechos específicos) la mayoría de subpartidas agrícolas exportadas a este grupo de países.
- Suiza, Noruega, Islandia y Liechtenstein son países caracterizados por exigencias de calidad y énfasis en políticas medioambientales. Una de las similitudes más importantes se encuentra su economía, la cual se rige por una buena distribución de la riqueza, bajos índices de desempleo y un gran poder adquisitivo. Todo esto les ha permitido tener altos índices en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (SDG Dashboard – Index).
- Actualmente los productores / exportadores de pitahaya amarilla solo han explotado el mercado Suizo y explorado el Islandés, con buenas y malas experiencias por sus altos parámetros de calidad, por ello estas empresas han optado por cumplir a cabalidad los requisitos solicitados como la certificación Global GAP, así como también mejorar su

atractivo al integrar en su oferta productos con certificaciones orgánicas, de BPAs y otras ligadas al desarrollo sostenible.

- En general las exportaciones de pitahaya por parte de Ecuador con el mundo, ha tenido un crecimiento positivo, pero en los resultados de la investigación las exportaciones hacia los países miembros de la AELC, tuvieron decrecimientos radicales o no mostraron crecimientos relevantes debido a las exigencias por parte de estos mercados como Global G.A.P y el análisis de límites máximos de residuos, por otro lado las importaciones por parte de la AELC tiene como principal proveedor de frutas bajo la subpartida 0810.90 a España, Colombia y Perú.
- El desarrollo sostenible tiene tres pilares fundamentales: económico, social y ecológico o ambiental, los cuales buscan que los países sigan desarrollándose sin afectar a las futuras generaciones; este concepto de sostenibilidad es parte de las nuevas tendencias de un consumo responsable, por lo que las empresas productoras / exportadoras deben adaptarse a las nuevas exigencias del mercado; pero también es importante destacar que la inversión, tiempo y esfuerzos son algunos de los limitantes para lograr cumplir con los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible).
- Los esfuerzos por parte del gobierno y sus entidades representantes en materia de comercio exterior, permiten al productor / exportador acceder a nuevos mercados a través de ferias internacionales y asesorías técnicas, es así que tres de las empresas entrevistadas, lograron acceder a mercados de la AELC.

4.3. Recomendaciones

- Se hace evidente la falta de esfuerzos de parte del sector privado (exportadores) para la generación de alianzas que permitan el crecimiento en conjunto, se recomienda la creación de asociaciones solidas donde se vean inmersas tanto productores como exportadores.
- Bajo circunstancias en las que las exportaciones de pitahaya se incrementen hacia los países de la AELC, se recomienda crear una subpartida específica de Pitahaya en estos países, para poder tener una mejor cuantificación de los volúmenes exportados, ya que únicamente cuenta con la subpartida 081090 engloba tanto a la pitahaya como a otras frutas no tradicionales como la maracuyá, uvilla, zapotillo y entre otras.
- La creación de una entidad gubernamental para el fomento de una sostenibilidad corporativa o incluso para compartir buenas prácticas, proyectos e iniciativas, sería un apoyo para aquellas empresas productoras / exportadoras que no cuentan con los recursos monetarios ni la información suficiente para la implementación de dichas prácticas de sostenibilidad.
- Se recomienda de igual manera el análisis minucioso de las actividades que realizan las empresas certificadoras para control y otorgamiento de certificaciones, así como también evaluar la eficiencia de Agrocalidad para el control de las BPAs.
- Es necesario analizar los efectos que puede producir el crecimiento acelerado de cultivos de la fruta, así como también los riesgos que implican las malas prácticas agrícolas, pues durante el estudio los productores / exportadores mencionan el riesgo del cierre del mercado estadounidense por malas prácticas.

- Además se podrían analizar el riesgo o beneficio que trae consigo la inestabilidad de precios, así como también las razones de la falta de asociatividad de los productores y/o exportadores

BIBLIOGRAFÍA

- Arteaga, Laidy. (11 de Enero de 2015). *La pitahaya, un ícono de desarrollo de Palora (Infografía)*. Recuperado el 17 de Junio de 2019, de El Telégrafo: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/1/la-pitahaya-un-icono-de-desarrollo-de-palora-infografia>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (Septiembre de 2018). *Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (COPCI)*. Obtenido de <https://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/COPCI-1.pdf>
- Avelino Ponce, E. P., & Palacios Muentes, E. E. (2017). *La influencia de la estrategia de la internacionalización en la sostenibilidad de las empresas de Guayaquil*. Recuperado el 20 de Mayo de 2019, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/24067/1/AVELINO%20PALACIOS%20TESIS%2018092017.pdf>
- Brundtland, G. H. (04 de Agosto de 1986). *Informe Brundtland*. Nairobi: Naciones Unidas.
- Cámara de Industrias de Guayaquil. (Mayo de 2018). Ecuador y EFTA concluyeron negociaciones de un Acuerdo Comercial. *Industrias*, 5, 16-21. Obtenido de https://issuu.com/industrias/docs/revista_industrias_mayo_2018
- CEMDES. (Mayo de 2019). *Empresas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en el Ecuador*. Recuperado el 21 de Mayo de 2019, de http://cemdes.org/pdf/EMPRESAS_Y_ODS_ECUADOR_MAYO_2019.pdf
- CEMDES. (2019). *Guía para CEOs sobre los objetivos de desarrollo sostenible*. Obtenido de http://cemdes.org/pdf/CEO_Guide_SDGs_ESP_digital.pdf

Central Intelligence Agency. (s.f.). *The World Factbook*. Recuperado el 19 de Junio de 2019, de

Central Intelligence Agency: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>

Centurión Yah, A. R., Solís Pereira, S., Saucedo Veloz, C., Báez Sañudo, R., & Saurj Duch, E.

(2008). Cambios físicos, químicos y sensoriales en frutos de pitahaya (*Hylocereus undatus*) durante su desarrollo. *Revista Fitorecnia Mexicana*, 31(1), 1-5.

Correa, P. C. (2012). Reglamento de Aplicación del Libro IV del Código Orgánico de la

Producción, Comercio e Inversiones, en materia de política comercial, sus órganos de control e instrumentos. *Decreto 733*.

Difilo, A. I. (2017). Fortalecimiento asociativo de los actores de la economía popular y solidaria

para el aprovechamiento de oportunidades de negocios en mercados internacionales.

Dirección General de Comunicación e información Diplomática. (Mayo de 2019). *Ministerio de*

Asuntos Exteriores Unión Europea y Cooperación. Obtenido de Oficina de información Diplomática:

http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/LIECHTENSTEIN_FICHA%20PAIS.pdf

EFTA. (2018). *Acuerdo de Asociación Económico Inclusivo entre la República del Ecuador y los*

estados AELC. Recuperado el 5 de Mayo de 2019, de

https://www.efta.int/sites/default/files/documents/legal-texts/free-trade-relations/ecuador/EFTA-Ecuador-Main_Agreement.PDF

EFTA. (2018). *Acuerdo de Asociación Económico Inclusivo entre la República del Ecuador y los*

Estados AELC. Recuperado el 22 de Mayo de 2018, de EFTA:

https://www.efta.int/sites/default/files/documents/legal-texts/free-trade-relations/ecuador/EFTA-Ecuador-Main_Agreement.PDF

EFTA. (2018). *Anexo I: Reglas de Origen y Cooperación Administrativa Mutua en materia Aduanera*. Recuperado el 5 de Junio de 2019, de

https://www.efta.int/sites/default/files/documents/legal-texts/free-trade-relations/ecuador/Spanish/EFTA-Ecuador-Annex_I_%20Rules_of_Origin.PDF

EFTA. (2018). *Apendice I del Anexo I: Reglas Específicas de Origen*. Recuperado el 4 de Junio de 2019, de

https://www.efta.int/sites/default/files/documents/legal-texts/free-trade-relations/ecuador/Spanish/EFTA-Ecuador-Appendix_1_to_Annex_I_PSR.PDF

EFTA. (s.f.). *Information about the EFTA Member States: Iceland, Liechtenstein, Norway and Switzerland*. Recuperado el 22 de Abril de 2019, de <https://www.efta.int/about-efta/the-efta-states>

EFTA. (s.f.). *Los Estados de la AELC*. Obtenido de EFTA: <https://www.efta.int/about-efta/the-efta-states>

EFTA. (s.f.). *The European Free Trade Association*. Recuperado el Mayo 12 de 2019, de <http://www.efta.int/about-efta/european-free-trade-association>

El Comercio. (18 de Febrero de 2012). *La producción de pitahaya germina*. Recuperado el 17 de Junio de 2019, de <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/produccion-de-pitahaya-germina.html>

Enríquez, C. (11 de Noviembre de 2016). Ecuador firma el acuerdo multipartes con la Union Europea y se suma al suscrito por Colombia y Perú. *El comercio*.

- Enriquez, C., & Astudillo, G. (Edits.). (15 de Diciembre de 2017). *La exportación no tradicional ganó tras el acuerdo con la UE*. Recuperado el 18 de Mayo de 2019, de Revista Líderes: <https://www.revistalideres.ec/lideres/exportacion-tradicional-gano-acuerdo-ue.html>
- Enriquez, P. A. (2017). Análisis de los productos no tradicionales de exportación más relevantes en el período 2007-2014 y su relevancia en el sector exterior ecuatoriano. *Pontificia Universidad Católica del Ecuador*.
- FairTrade International. (2019). *Normas del FairTrade*. Obtenido de <https://www.fairtrade.net/standards.html>
- Fresh Plaza. (2018). *Primera exportación desde Ecuador a Islandia*. Obtenido de Fresh Plaza: <https://www.freshplaza.es/article/117227/Primera-exportaci%C3%83%C2%B3n-desde-Ecuador-a-Islandia/>
- Fruticola. (17 de Octubre de 2017). *EE.UU.: Pitahayas ecuatorianas registraron grados Brix tres veces más altos que su variante roja*. Obtenido de <https://www.portalfruticola.com/noticias/2017/10/18/ee-uu-pitahayas-ecuatorianas-registraron-grad-os-brix-tres-veces-mas-altos-variante-roja/>
- Global G.A.P. (s.f.). *Introducing the new GLOBALG.A.P. Crops for Processing (CfP) Standard*. Recuperado el 24 de Abril de 2019, de https://www.globalgap.org/uk_en/for-producers/globalg.a.p./crops-for-processing/
- Global Marketing Strategies. (2015). *Negociación Internacional*. Madrid: Global Marketing.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación* (Cuarta ed.). Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Hidalgo, Á. L. (2014). Estrategia organizacional: una propuesta de estudio. *Estudios Gerenciales Volumen 30, Issue 131*, 153-161.
- Huachi, L., Yugsi, E., Paredes, M. F., Coronel, D., Verdugo, K., & Coba Santamaría, P. (2015). Desarrollo de la Pitahaya (Cereus SP.) en Ecuador. *La Granja: Revista de ciencia de la vida*, 50-58.
- Jiménez Sierra, C. L. (1 de Enero de 2011). Las cactáceas mexicanas y lo riesgos que enfrentan. *Revista Digital Universitaria, XII(1)*, 2-23.
- Johanson , J., & Mattson, L. (1988). Internationalization in industrial systems. A network approach. *Strategies in global competition.*, 287-314.
- Johanson, J., & Wiedershein-Paul, F. (1975). “The internationalization of the firm-four Swedish cases”. *Journal of management Studies, Vol 12*.
- Jordán Molina, D., Vásconez Cruz, J. S., Veliz Quinto, C. D., & González, V. H. (27 de Julio de 2009). Producción y exportación de la fruta Pitahaya hacia el mercado Europeo. *Facultad de Economía y Negocios*.
- Leandro, A. A. (2009). Proceso de Internacionalización de empresas. *TEC Empresarial Vol 3. Ed.3*, 18-25.
- LEXI. (09 de Junio de 1997). Ley de Comercio Exterior e Inversiones, LEXI. Obtenido de Sistema de Información sobre Comercio Exterior: http://www.sice.oas.org/Investment/NatLeg/Ecu/Ec1297_s.asp

- MAG. (2018). *Agenda de Transformación Productiva Amazónica Reconversión Agroproductiva Sostenible en la Amazonia Ecuatoriana*. Recuperado el 8 de Mayo de 2019, de <https://www.agricultura.gob.ec/agenda-de-transformacion-productiva-amazonica-reconversion-agroproductiva-sostenible-en-la-amazonia-ecuatoriana/>
- Martínez Jiménez, I. J. (2007). Determinantes para la internacionalización de las Pymes mexicanas. *Revista Análisis Económico*, XXII(49), 111-131.
- Martínez, J. I. (2007). Determinantes para la internacinalización de las Pymes mexicanas. *Revista Análisis Económico*, vol. XXII, núm 49, primer cuatrimestre, 111-131.
- Ministerio de Comercio Exterior. (Octubre de 2017). *Informe Mensual de Comercio Exterior: Octubre 2017*. Recuperado el 15 de Mayo de 2019, de <https://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2017/11/Bolet%C3%ADn-Mensual.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones. (25 de Junio de 2018). *Ecuador se abre al mundo con la firma de Acuerdo Comercial con EFTA*. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones: <https://www.comercioexterior.gob.ec/ecuador-se-abre-al-mundo-con-la-firma-de-acuerdo-comercial-con-efta/>
- Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones. (2018). *Programas y Servicios*. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones: <https://www.comercioexterior.gob.ec/programas-y-servicios/>
- Monge, E. C. (2010). las estrategias competitivas y su importancia. *Ciencias Económicas* 28-No. 1, 248-276.

Morillo Coronado, A. C., Tovar León, Y. P., & Morillo Coronado, Y. (2017). Caracterización molecular de la pitahaya amarilla. *Biotechnología en el Sector Agropecuario y Agroindustrial*, 15(1), 11-18.

Morton, J. F. (1987). Fruits of Warm Climates. 347–348. Recuperado el 22 de Abril de 2019, de https://hort.purdue.edu/newcrop/morton/strawberry_pear_ars.html

Naciones Unidas. (Junio de 1973). *Informe de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano*. Recuperado el 20 de Mayo de 2019, de <https://www.dipublico.org/conferencias/mediohumano/A-CONF.48-14-REV.1.pdf>

Oficina Económica y Comercial de España en Oslo. (2013). *Guía país. Noruega 2013*. Obtenido de

<https://www.icex.es/icex/GetDocumento?dDocName=4590512&urlNoAcceso=/icex/es/registro/iniciar-sesion/index.html?urlDestino=https://www.icex.es:443/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el->

ONU. (s.f.). *Transformando nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. Recuperado el 19 de Junio de 2019, de <https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld>

Organismo Internacional Regional de Sanidad Agropecuaria. (Diciembre de 2000). Manual Técnico Buenas Practicas de Cultivo en Pitahaya.

Organización de las Naciones Unidas. (2015). *Transformando nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. Recuperado el 19 de Junio de 2019, de Organización de las Naciones Unidas: <https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2011). *Norma para pitahaya (CODEX STAN 237-2003)*.

Organización de las Naciones Unidas. (s.f.). *Depositary*. Recuperado el 12 de Junio de 2019, de https://treaties.un.org/Pages/ViewDetails.aspx?src=IND&mtdsg_no=XXVII-7-d&chapter=27&clang=_en

Organización Mundial del Comercio. (2017). *La OMC y los Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Recuperado el 19 de Junio de 2019, de Organización Mundial del Comercio: https://www.wto.org/spanish/thewto_s/coher_s/sdgs_s/sdgs_s.htm

Organización Mundial del Comercio. (18 de Junio de 2019). *Acuerdos comerciales regionales*. Obtenido de Organización Mundial del Comercio: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/region_s/region_s.htm

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (19 de Junio de 2019). *Datos*. Obtenido de Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos: <https://data.oecd.org/>

Ortiz García, J. M. (2006). Guía descriptiva para la elaboración de protocolos de investigación. *Salud en Tabasco*, 12(3), 530-540. Recuperado el 2 de Mayo de 2019

Ortiz, V. V. (2014). La importación a consumo y su relación con la evasión tributaria. Quito.

Peris Ortiz, M., Rueda Armengot, C., & Benito Osorio, D. (18 de Julio de 2013). *Internacionalización: Métodos de entrada en mercados*. Obtenido de Universitat Politècnica de Valencia: <https://riunet.upv.es/discover>

Porter, M. (Marzo - Abril de 1990). The competitive advantage of nations. 163-202.

RainForest Alliance. (2019). *RainForest Alliance Org*. Obtenido de Our Alliance you Need: <https://www.rainforest-alliance.org/>

- Redacción National Geographic. (07 de Octubre de 2010). *National Geographic*. Obtenido de <https://www.nationalgeographic.es/viaje-y-aventuras/liechtenstein>
- Rodríguez Moreno, D. C. (2016). Emprendimiento sostenible, significado y dimensiones. *Katharsis*, 419-448.
- Salgado, E. (Julio - Diciembre de 2003). Teoría de costos de transacción: una breve reseña. *Cuadernos de administracion*, 16(26), 61-78. Recuperado el 9 de Mayo de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/205/20502604.pdf>
- Secretaría Técnica Plan Toda una Vida. (2017). *Plan Toda una Vida*. Recuperado el 29 de Abril de 2019, de <https://www.todaunavida.gob.ec/plan-toda-una-vida/>
- SENAE. (s.f.). *Para exportar*. Recuperado el 13 de Enero de 2019, de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- SENAE. (s.f.). *Servicio para OCE's*. Recuperado el 29 de Abril de 2019, de <https://www.aduana.gob.ec/servicios-para-oces/>
- Siatigroup. (s.f.). *¿Cómo es el proceso de exportación?* Recuperado el 25 de Julio de 2019, de Siatigroup: <http://www.siatigroup.com/preguntas/exportaciones/como-es-el-proceso-de-exportacion>
- Sierra Centro. (16 de Julio de 2018). *Palora, la tierra de la pitahaya que va a Estados Unidos*. Obtenido de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/actualidad/palora-tierra-pitahaya-estados-unidos.html>
- Social Accountability Accreditation Services. (s.f.). *Business Social Compliance Initiative*. Recuperado el 2 de Mayo de 2019, de <http://www.saasaccreditation.org/bsci>
- Switzerland Global Enterprise. (2018). *Guía par ainvertir en Suiza: Establecer una empresa en Suiza*. Recuperado el 20 de Abril de 2019, de <https://www.s->

ge.com/sites/default/files/cserver/publication/free/ihb-guia-para-invertir-en-suiza-s-ge-2018-07_0.pdf

The Norwegian Directorate of Integration and Diversity. (01 de Enero de 2018). *Fact information from public offices*. Obtenido de <http://www.nyinorge.no/en/Ny-i-Norge-velg-sprak/New-in-Norway/Useful-information/Facts-about-Norway1/Facts-about-Norway/>

Trade Map. (Diciembre de 2018). *Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas*. Obtenido de Centro de Comercio Internacional: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c757%7c%7c%7c%7c081090%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c

Trade Map. (diciembre de 2018). *Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas*. Obtenido de Centro de Comercio Internacional: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c579%7c%7c%7c%7c081090%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1

Trade Map. (Diciembre de 2018). *Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas*. Obtenido de Centro de Comercio Internacional: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c352%7c%7c%7c%7c081090%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1

Trujillo Dávila, M. A., Rodríguez Ospina, D. F., Guzmán Vázquez, A., & Becerra Plaza, G. (2006). *Perspectivas teóricas sobre internacionalización de las empresas*.

USDA. (s.f.). *U.S. Department of Agriculture*. Recuperado el 29 de Abril de 2019, de <https://www.usda.gov/>

UTZ Certified. (2019). *Sistema de Trazabilidad*. Obtenido de <https://utz.org/what-we-offer/certification/#>

Vargas Cordero, Z. R. (2009). La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Educación*, 33(1), 155-165.

Vásquez Castillo, W., Aguilar, K., Vilaplana, R., Viteri, P., Viera, W., & Chamorro Valencia, S. (21 de Noviembre de 2016). Calidad del fruto y pérdidas poscosecha de pitahaya amarilla (*Selenicereus megalanthus* Haw.) en Ecuador. *Agronomía Colombiana*, 34 (1Supl.), S1081-S1083.

World Group Flagship. (2019). Training for Reform- Economy profile for Iceland. *Doing Business* 2019, 16, 56. Obtenido de <http://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/i/iceland/ISL.pdf>