



**Análisis situacional de la oferta exportable de pitahaya amarilla cantón Palora,
provincia Morona Santiago período 2010 – 2021**

Pumares Sánchez, Andrea Esther

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Ingeniería en Comercio Exterior y Negociación Internacional

Trabajo de titulación, previa a la obtención del título de Ingeniera en Comercio Exterior y
Negociación Internacional

Mgst. Moreno Ruiz, Edison Gagarin

22 de agosto de 2023

Copyleaks
Plagiarism report

ANDREA PUMARES TRABAJO DE TITU...

Scan details

Scanned on	Total Pages	Total Words
August 4th, 2023 at 18:13 UTC	96	23876

Plagiarism Detection

Types of plagiarism	Words
Identical	2.5% 585
Minor Changes	1.1% 270
Paraphrased	2.1% 496
Omitted Words	0% 0

5.7%


AI Content Detection

N/A	AI text
	Human text

Plagiarism Results: (157)

TRABAJO DE TITULACION - ASUNCION SANTANA JEN...	0.2%
<small>http://repositorio.unj.edu.pe/bitstream/handle/123456789/123456789/1/Trabajo...</small>	
<small>Usuario: Atencion y Herrera</small>	
<small>UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR TRABAJO DE TITULACION.</small>	
Universidad Estatal Peninsula de Santa Elena - PDF ...	0.2%
<small>https://repositorio.unep.edu.ec/bitstream/handle/123456789/123456789/1/Universidad...</small>	
<small>Iniciar la sesión ...</small>	
Caracteristicas_de_Poblacion_2012.pdf	0.2%
<small>https://repositorio.cebsa.org/bitstream/handle/123456789/123456789/1/Caracteristicas...</small>	
<small>Instituto Nacional de Estadística - INE 1 ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA Instituto Nacional de Estadística Censo de Población y Vivienda...</small>	

Certified by **Copyleaks** About this report <https://copyleaks.com> copyleaks.com



 Firmado electrónicamente por:
EDISON GAGARIN
MORENO RUIZ

.....

Mgst. Moreno Ruiz, Edison Gagarin
C. C 1707622211
Director



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Ingeniería en Comercio Exterior y Negociación Internacional

Certificación

Certifico que el trabajo de titulación: "Análisis situacional de la oferta exportable de pitahaya amarilla cantón Palora, provincia Morona Santiago período 2010 – 2021" fue realizado por la Srta. **Pumares Sánchez Andrea Esther**; el mismo que cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, además fue revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de prevención y/o verificación de similitud de contenidos; razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que se lo sustente públicamente.

Sangolquí, 21 de agosto de 2023



.....
Mgst. Moreno Ruiz, Edison Gagarin

C. C 1707622211



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Ingeniería en Comercio Exterior y Negociación Internacional

Responsabilidad de Autoría

Yo, **Pumares Sánchez Andrea Esther**, con cédula n° 091861855-4, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **Análisis situacional de la oferta exportable de pitahaya amarilla cantón Palora, provincia Morona Santiago período 2010 – 2021**, es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Sangolquí, 30 de agosto de 2023

Pumares Sánchez, Andrea Esther

C.C.: 091861855-4



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Ingeniería en Comercio Exterior y Negociación Internacional

Autorización de Publicación

Yo **Pumares Sánchez Andrea Esther**, con cédula de ciudadanía n° 091861855-4, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: **Análisis situacional de la oferta exportable de pitahaya amarilla cantón Palora, provincia Morona Santiago período 2010 – 2021** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.

Sangolquí, 30 de agosto de 2023

Pumares Sánchez, Andrea Esther

C.C.:091861855-4

Dedicatoria

A Dios que ha sido mi sustento en tiempos difíciles, a mis maestros que fueron mi guía, al apoyo infaltable de mi papá Miguel Pumares y mi hermano Miguel Pumares jr., a mi familia que siempre ha velado por mi incluso en la enfermedad, a mis amigos, y a todas las personas que me han ayudado con sus palabras de aliento. Todos ustedes han sido mi motivación para ganar esta importante etapa.

Índice de Contenidos

Herramienta de similitud de contenidos	2
Certificación.....	3
Responsabilidad de autoría	4
Autorización de publicación	5
Dedicatoria	6
Resumen.....	13
Abstract	14
Introducción.....	15
Planteamiento del problema de investigación.	15
Justificación.....	16
Objetivos.....	17
<i>Objetivo general.</i>	17
<i>Objetivos específicos.</i>	17
Importancia.....	17
Capítulo I	19
Marco Teórico.....	19
Fundamentos teóricos.....	19
<i>Nueva Teoría del Comercio Internacional</i>	19
<i>Teoría de las Ventajas Competitivas</i>	20
<i>Riesgos frecuentes en el comercio internacional</i>	22
<i>Análisis Situacional</i>	24
<i>Las Cinco Fuerzas de Porter</i>	24
<i>Análisis PESTEL</i>	26
<i>La Transformación del Matriz Productiva</i>	27
Marco Conceptual.	29
Análisis del proceso productivo de la pitahaya amarilla.....	35

<i>Principales características de la pitahaya.</i>	35
<i>Fase técnica</i>	39
<i>Producción de pitahaya en Ecuador</i>	45
Producción en Morona Santiago y el cantón Palora.	48
Tendencia de consumo.....	49
Capitulo II	52
Marco Metodológico.....	52
Enfoque de investigación.....	52
Tipología de la investigación.....	52
<i>Por su finalidad</i>	52
<i>Por las fuentes de investigación</i>	53
<i>Análisis Muestral</i>	53
Análisis de variables.	54
Hipótesis de la investigación.....	58
Capitulo III	59
Análisis macroambiente y microambiente.....	59
Análisis macroambiente.....	59
Análisis microambiente.....	89
Matriz FODA.....	92
Capitulo IV	95
Crecimiento de la pitahaya en la región sudamericana	95
Producción de pitahaya en el Mundo.	95
<i>Producción de pitahaya en América del Sur.</i>	95
Distribución global.	95
<i>Competencia a nivel regional</i>	97
Capitulo V	110
Análisis de tendencias	110

Tendencias y comportamientos.....	110
Análisis de factores competitivos (encuesta)	114
Capítulo VI.....	130
Conclusiones y recomendaciones	130
Conclusiones.....	130
<i>Para dar respuesta a la hipótesis 1.</i>	130
<i>Para dar respuesta a la hipótesis 2.</i>	130
<i>Para dar respuesta al objetivo específico A.</i>	131
<i>Para dar respuesta al objetivo específico B.</i>	132
<i>Para dar respuesta al objetivo específico C.</i>	132
<i>Conclusiones de la encuesta aplicada a 10 empresas productoras-exportadoras.</i>	133
Recomendaciones	135
Bibliografía.....	137
Apéndices.....	147

Índice de Tablas

Tabla 1. Valor nutricional de la pitahaya.....	38
Tabla 2. Histórico de superficie, producción y ventas de pitahaya	46
Tabla 3. Diferencias de ecotipos de <i>hylocereus megalanthus</i> en el Ecuador	47
Tabla 4. Población de estudio	53
Tabla 5. Análisis de variables.....	55
Tabla 6. Balanza comercial no petrolera 2010-2020.....	63
Tabla 7. Cuadro comparativo de las exportaciones entre el año 2019 y 2020.....	67
Tabla 8. Certificaciones Internacionales	72
Tabla 9. Impuesto a la Renta Único para las actividades agropecuarias destinadas a la producción y comercialización local	78
Tabla 10. Impuesto a la Renta Único para las actividades agropecuarias destinadas a la exportación.....	79
Tabla 11. Documentos requeridos para la exportación de la pitahaya.....	84
Tabla 12. Precio unitario de productos exportados por Colombia subpartida 08109040.....	91
Tabla 13. Precio unitario de productos exportados por Ecuador subpartida 08109040.....	92
Tabla 14. Matriz FODA.....	93
Tabla 15. Principales exportadores de productos clasificados en la subpartida 081090	96
Tabla 16. Clasificación arancelaria pitahaya según nomenclatura NANDINA	98
Tabla 17. Exportaciones de la subpartida 08109040 de Ecuador hacia el mundo en miles de dólares.....	99
Tabla 18. Exportaciones de la subpartida 08109040 en kg de Ecuador hacia el mundo.....	100
Tabla 19. Exportaciones de la subpartida 08109040 de Colombia hacia el mundo en miles de dólares.....	101
Tabla 20. Exportaciones de la subpartida 08109040 en kg de Colombia hacia el mundo.....	102
Tabla 21. Exportaciones de la subpartida 08109040 en de Perú hacia el mundo en miles de dólares.....	103
Tabla 22. Destinos de exportaciones de la subpartida 08109040 en kg de Perú hacia el mundo	104
Tabla 23. Cálculos de matriz BCG.....	109

Índice de Figuras

Figura 1. Estructura del proyecto investigativo	18
Figura 2. Ejes de la Transformación Productiva de SENPLADES.....	27
Figura 3. Matriz BCG	33
Figura 4. Pitahaya amarilla	36
Figura 5. Estructura de la pitahaya.....	37
Figura 6. Tutorío de la planta de pitahaya.....	40
Figura 7. Ciclo de vida de la mosca de la fruta	43
Figura 8. Grados de maduración de la pitahaya amarilla siguiendo la Norma Técnica Colombiana (NTC- 3554). Estado de maduración	43
Figura 9. Producción anual de pitahaya	45
Figura 10. Mapa de Morona Santiago.	48
Figura 11. Presentación de pitahaya deshidratada Palora Exotic Fruit.....	51
Figura 12. Deuda externa acumulada 1970 – 2021	59
Figura 13. Pobreza por consumo entre los años 1995 al 2014	61
Figura 14. Exportaciones de frutas no tradicionales.	64
Figura 15. Pedidos de exportaciones	65
Figura 16. Costos de transporte en el sector exportador 2016-2021	68
Figura 17. Flujo de procesos dentro de la cadena de valor de exportación de la pitahaya	80
Figura 18. Pasos del proceso de exportación aérea de la pitahaya.....	85
Figura 19. Proceso de exportación aérea de la pitahaya	86
Figura 20. Proceso de exportación marítimo de la pitahaya.....	87
Figura 21. Pasos del proceso de exportación marítimo de la pitahaya.....	88
Figura 22. Exportaciones de Ecuador de pitahaya subpartida 08109040 en miles de dólares	105
Figura 23. Exportaciones de Perú de pitahaya subpartida 08109040 en miles de dólares.....	106
Figura 24. Exportaciones de Colombia de pitahaya subpartida 08109040 en miles de dólares	107
Figura 25. Matriz BCG, participación en el mercado suramericano de exportaciones de pitahaya	108
Figura 26. Exportaciones de Ecuador de pitahaya subpartida 08109040 en miles de dólares hacia norteamérica	110

Figura 27. Exportaciones de Ecuador de pitahaya subpartida 08109040 en miles de dólares hacia Asia.....	111
Figura 28. Exportaciones de Ecuador de pitahaya subpartida 08109040 en miles de dólares hacia Europa.....	112
Figura 29. Participación en exportaciones de pitahaya año 2021	113
Figura 30. Inversiones continuas	114
Figura 31. Exigencias del mercado nacional.....	115
Figura 32. Exigencias del mercado asiático.....	116
Figura 33. Exigencias del mercado norteamericano.....	117
Figura 34. Exigencias del mercado europeo	118
Figura 35. Exigencias del mercado sudamericano	119
Figura 36. Diversificación de productos en el mercado nacional	119
Figura 37. Diversificación de productos en el mercado extranjero.....	120
Figura 38. Diversificación.....	121
Figura 39. Destinos de exportaciones dentro de Sudamérica.....	122
Figura 40. Destino de exportaciones excluido Sudamérica.....	123
Figura 41. Medios de captación de clientes	124
Figura 42. Riesgos que afectan a la exportación	125
Figura 43. Factores de éxito de las exportaciones durante la emergencia sanitaria	126
Figura 44. Puntos neurálgicos de la cadena de valor	127
Figura 45. Certificaciones obtenidas	128
Figura 46. Beneficios de certificaciones obtenidas	128

Resumen

El presente estudio está basado en un análisis situacional de la oferta exportable de pitahaya amarilla ubicado en el cantón Palora, parte de la provincia de Morona Santiago durante el periodo 2010 a 2021. El proyecto recaba los factores internos y externos que afectan directamente a la oferta exportable de pitahaya amarilla proveniente del cantón Palora. La investigación busca obtener un histórico de datos, medir comportamientos y tendencias de las exportaciones de pitahaya ecuatoriana en el plano internacional y en la región sudamericana. La metodología utilizada dentro del estudio de evaluación situacional del sector exportador de pitahaya se realiza a través de un análisis cuantitativo y descriptivo. La encuesta es la herramienta elegida para la recolección de información. La finalidad de recolectar información a través de la encuesta es de fortalecer el análisis de datos, identificar los factores de competitividad que determinan el fortalecimiento y crecimiento del sector, además de distinguir las principales problemáticas en el cumplimiento exitoso de la cadena de valor hacia los principales destinos de exportación.

Los resultados obtenidos permiten (1) la implementación de estrategias y soluciones en la alineación de la transformación de la matriz productiva, (2) identificar los eventos coyunturales que afectan las tendencias y comportamientos de exportaciones entre los años 2010 a 2021, (3) identificar los factores competitivos que se deben desarrollar para exportar pitahaya exitosamente.

Palabras Clave: pitahaya, exportación, competitividad, comercio exterior, análisis situacional

Abstract

The present investigation is based on a situational analysis of the exportable supply of yellow pitahaya located in Palora, province of Morona Santiago during 2010 - 2021. The study collects internal and external factors that affects directly to the exportable supply of yellow pitahaya from Palora. This study gathers historical statistics, measure the exports trends and behaviors of Ecuadorian pitahaya on the international market and South America region. The methodology used within the situational evaluation of the pitahaya agro-export sector is carried out through a quantitative and descriptive analysis. Surveys to producers and exporters are the tools used to gather quantitative information. The purpose of obtain information by surveys is to strengthen the data analysis, measure how the market access has succeeded, distinguish the competitive factors that have influenced the sector development and growth, more over perceive the main problems, that create an impact on the successful performance of yellow pitahaya export to the principal export destinations during the years of study.

The obtained results help to (1) generate strategies and solutions that could support the sector alignment with the transformation of the productive matrix, (2) identify the conjunctural events that influence exports behaviors and trends during 2010-2021, and (3) identify the competitive factors that exporters must develop to export pitahaya successfully.

Key words: pitahaya, export, competition, foreign trade, situational analysis

Introducción

Planteamiento del problema de investigación.

El Ecuador es un país que atraviesa cambios importantes en su matriz productiva, especialmente en lo referente a la agricultura. El cultivo de frutos no convencionales se ha convertido en uno de los mercados más importantes del territorio, poniéndose a la par, en cuestión de crecimiento, de las flores e incluso de los productos convencionales. En el plano regional, se desconoce la posición de las exportaciones de pitahaya amarilla ecuatoriana en Sudamérica, a diferencia de productos como el cacao, donde Ecuador figura como principal exportador frente a Colombia, Bolivia y Perú.

En el Ecuador, la producción la pitahaya ha atravesado por diferentes fluctuaciones en los últimos años, no solo viendo sus actividades interferidas por factores internos, sino externos. A pesar que la pandemia por COVID-19, hizo que muchos de los productos que Ecuador exportó fueran rechazados, lo cual generó pérdidas, no así la pitahaya que tuvo muy buena rentabilidad.

Debido a esto se vuelve indispensable el realizar un análisis que permita apreciar la realidad de esta fruta en nuevos mercados, que a día de hoy se ha transformado en uno de los productos más rentables del país, y por ese mismo hecho depende ampliamente de situaciones políticas, económicas, sociales y tecnológicas que forman parte tanto de sus fortalezas como de sus debilidades. Además, es importante conocer el posicionamiento de las exportaciones ecuatorianas de pitahaya en las exportaciones sudamericanas, y cuáles son sus ventajas o desventajas frente a la región.

Justificación

El Ecuador es considerado en la actualidad una economía en desarrollo desde el 2011 por el Fondo de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) dejando atrás la etiqueta de país “sub-desarrollado”. No obstante, existen todavía muchas coyunturas económicas en los principales sectores productivos en el país, que imposibilitan un desarrollo sostenido, entre ellas una matriz productiva basada en la exportación de productos primarios.

En 1988 se registran los primeros proyectos de cultivo de pitahaya en el país, y no es hasta 1999 que se registran las primeras exportaciones de la fruta. En la actualidad, la exportación de pitahaya amarilla, principal especie de comercialización en el exterior, es netamente de un producto sin valor agregado. Desde 1999 hasta 2020, las exportaciones de pitahaya se componen de presentaciones al granel para su entrega a supermercados o como insumo para empresas internacionales.

Por lo tanto, este estudio busca analizar cuál es la situación del sector exportador de pitahaya en el país entre los años 2010-2021. Este estudio busca responder las interrogantes ¿Cuáles son las leyes gubernamentales que se han implementado en el sector exportador de pitahaya en Palora? ¿La exportación de pitahaya amarilla ha logrado cumplir con el postulado de transformación productiva? ¿Cuáles son las fortalezas y oportunidades del sector? ¿Cuáles son las debilidades y amenazas frente a la competencia internacional? ¿Cuál es el panorama actual y cuáles son las proyecciones a futuro en el sector exportador de pitahaya amarilla de Palora?

Objetivos.***Objetivo general.***

Generar un análisis situacional del sector exportador de pitahaya en el periodo 2010-2021.

Objetivos específicos.

- (A) Identificar las coyunturas macro y micro ambientales que afectan al exportador de pitahaya amarilla.
- (B) Establecer el crecimiento de la exportación de pitahaya ecuatoriana en comparación de la región sudamericana.
- (C) Determinar las tendencias de exportaciones del sector exportador de pitahaya amarilla ubicado en la localidad Palora, provincia de Morona Santiago.

Importancia.

La exportación de pitahaya amarilla, producto que pertenece a las frutas no tradicionales, es uno de los sectores que ha tenido un crecimiento del 4700%, sobresaliendo de otros grupos agroexportadores.

La investigación es un aporte a los estudios del sector exportador de pitahaya amarilla, a través de un análisis de comportamientos y tendencias, recabadas de datos históricos e información documental del periodo 2010-2021. La observación periódica identifica como los exportadores de pitahaya han logrado sobresalir a pesar de los pésimos pronósticos suscitados por la emergencia sanitaria, como los acuerdos internacionales han repercutido en el acceso a mercados y cuales legislaciones han aportado actualmente a los exportadores de la fruta.

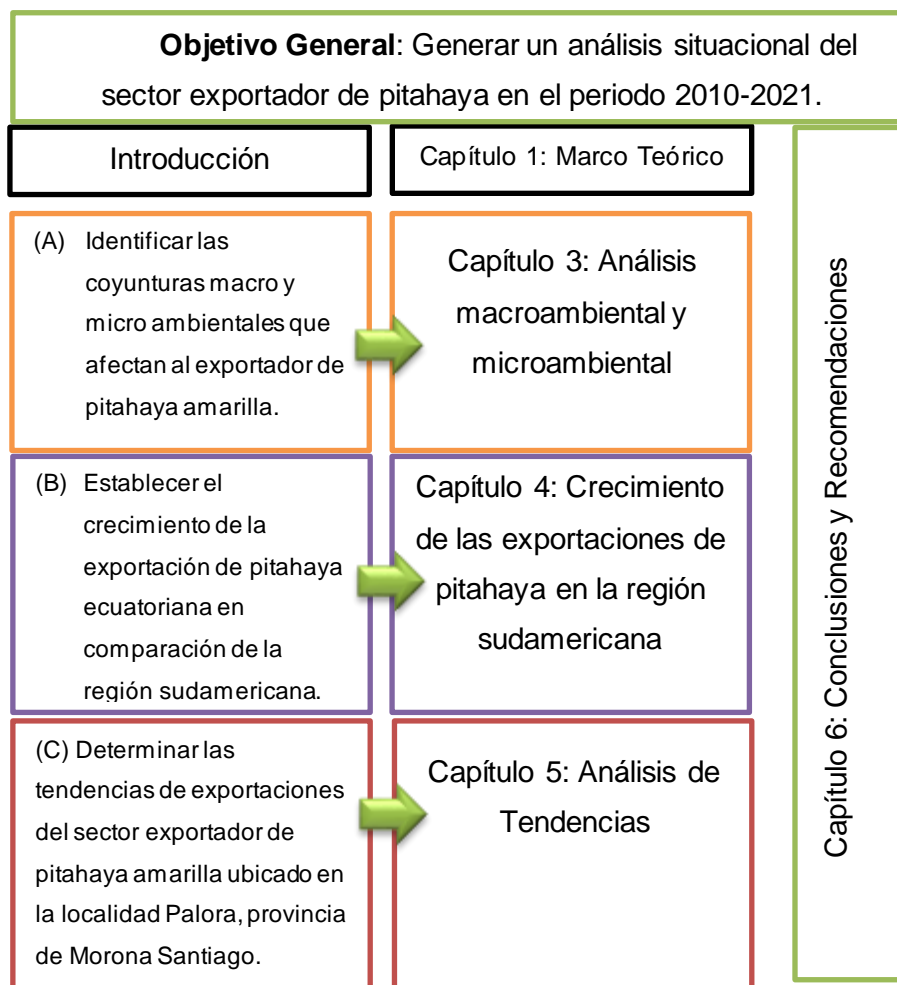
Asimismo, el proyecto de investigación identifica a los factores competitivos que fomentaron el crecimiento del sector durante la época de estudio. Identificar los riesgos y

los estándares que los exportadores-productores de pitahaya amarilla deben enfrentar para cumplir con las expectativas de los mercados internacionales, entrega una guía para aquellos nuevos inversionistas que desean incursionar en la exportación de pitahaya amarilla.

Finalmente, la comparación de las exportaciones ecuatorianas de la fruta frente a la región sudamericana es un tema que permite identificar a Ecuador como principal exportador de pitahaya, y entrega nuevas interrogantes para futuros proyectos investigativos.

Figura 1.

Estructura del proyecto investigativo



Capítulo I

Marco Teórico

Fundamentos teóricos

Nueva Teoría del Comercio Internacional

De acuerdo Jiménez y Lahura (1997), en la *Nueva Teoría del Comercio Internacional* crea el supuesto que el comercio se puede originar con la existencia de economías de escala o retornos crecientes dentro de mercados de competencia imperfecta: Las economías a escala suponen una estructura de costos. Los costos medios son mayores que los costos marginales, logrando que la producción a gran escala sea mejor. Los costos medios decrecen a medida que aumenta el volumen de bienes producidos. (pág. 6)

Esta nueva teoría se fundamenta en dos modelos de competencia imperfecta, los monopolios y los oligopolios. Los modelos monopolísticos se basan en el supuesto que:

- (a) El mercado puede diferenciar a sus rivales de sus productos,
- (b) Las empresas son precio-aceptantes frente a sus competidores.

En torno a la creación de ventajas comparativa, la nueva teoría explica que la competencia monopolista se crea por un comercio intraindustrial, donde existe el intercambio de manufacturas por otro tipo de manufacturas, o interindustrial, donde se intercambian manufacturas por alimentos.

Para Lombana y Rozas (2008), esta teoría plantea que los agentes económicos tienen la capacidad de crear ventaja comparativa por medio de las estrategias de los sectores privados y/o las políticas comerciales de los sectores públicos. Existe una

extensa variedad de ejemplos en los cuales los países no poseen ventajas en los factores de producción y a pesar de ello se han convertido en países desarrollados, (por ejemplo, Japón, que con su escaso territorio ha conseguido distinguirse por medio del factor tecnológico; Suiza ha traducido su capital en la fuente de su ventaja). En contrapunto, países que disponen de mayor capacidad en factores como la tierra y el trabajo no han conseguido establecer un desarrollo económico sostenido.

La combinación de distintas ventajas en un sector o país afectan sus relaciones de comercio internacional.

Teoría de las Ventajas Competitivas

Michael Porter en su libro *La Ventaja Competitiva de las Naciones* publicado en 1990, realiza una revisión de la Teoría de ventaja absoluta propuesta por Adam Smith en 1776. La Teoría de ventaja absoluta propone el intercambio entre los países se ve influido por la cantidad de dotación de tierra, recursos y mano de obra que posea. Un país tendrá ventaja absoluta sobre los bienes y servicios que produzca con mayor eficiencia frente a otras naciones. Sin embargo, Porter explica que una nación no puede ser competitiva en todos sus sectores. Tal como afirma en su obra, la prosperidad de un país se crea no se hereda.

Estrada resume la Teoría de las ventajas competitivas de una nación como: la competencia de la industria para instaurar cambios, fomentar la productividad de la mano de obra y el uso de sus recursos. (p.35), igualmente, Porter establece que la competitividad no es estática, sino dinámica y evolutiva. A través de un estudio realizado a 100 empresas radicadas en países desarrollados logró determinar las causas que determina el éxito o fracaso de las naciones en generar riquezas, en su ensayo *Ser competitivo* Porter (2009) explicó: “Las empresas sobrepasan a su competencia cuando

entienden que la innovación se refiere a mejorar y encontrar nuevos modos de hacer las cosas.”

Para poder determinar un enfoque internacional, Porter determina que existen cuatro determinantes de la ventaja nacional, o también conocidos como los “Componentes del Diamante”:

- Condiciones de los factores: las condiciones de factores elementales como disponibilidad de mano de obra o materias primas no constituye una ventaja competitiva para el sector o empresa. Los factores más importantes para la producción implican continua inversión y especialización, tales como centros de investigación o fondo de capital de riesgos. Para transformar desventajas en ventajas competitivas existen las siguientes condiciones:
 - (a) Innovar antes que la competencia en situaciones de riesgo,
 - (b) acceso a personal especializado y recibir de la demanda interior indicaciones apropiadas,
 - (c) compromiso con el sector.
- Condiciones de la demanda: una demanda nacional sofisticada ayuda a crear productos innovadores para mercados internacionales. La composición y características de la demanda interna son más importantes como eje de presión para el desarrollo de un sector que el tamaño. Existen tres elementos a considerar como la naturaleza del cliente, crecimiento del mercado interno y los compradores internacionales.
- Sectores afines y auxiliares: los proveedores nacionales que son internacionalmente competitivos se convierten en una ventaja porque entregan, de

modo eficaz y rápido, recursos necesarios para la última fase del proceso productivo.

- Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas: la estrategia generada por sectores no se traduce en todos los países. Conforme al enfoque de la industria, las empresas generan productos más personalizados al consumidor o más tecnificados dentro de economías de escala. La estructura de desarrollo de las organizaciones va de la mano de la rivalidad nacional creando ventajas como presión constante hacia la innovación y la búsqueda de prestigio internacional dentro de un sector.

Porter también detalla que el Estado no debe ser el ente creador de ventaja competitiva, sino el estimulador. Las empresas son las verdaderas responsables en crear las ventajas competitivas, mientras el Estado crear un marco que estimule la competitividad. “El gobierno debe instaurar el apoyo a la competitividad nacional, estimular la innovación y promover la competitividad interior” (p.193)

Como señala Lombana y Rozas (2008) “antes de poder definir competitividad es necesario determinar el nivel de análisis sobre el cual se va a enmarcar la discusión. El nivel de análisis es el espacio analítico en el cual agentes económicos se ubican de acuerdo a su nivel de agregación, macro y micro”.

Riesgos frecuentes en el comercio internacional

Como confirma Hernández (2003) en todo tipo de negocio existe una variedad de contingencias que crean inseguridad o desestabilización dentro de las actividades de la empresa. Estas contingencias, o también conocidos como riesgos, deben ser manejados estratégicamente.

Los riesgos que existen para una empresa vinculada al comercio internacional son:

- Riesgos Comerciales
Riesgos comerciales por demoras de pagos, créditos, o competencia.
- Riesgos Operativos
Riesgos que incurren el transporte internacional e interno de la mercancía.
Riesgos inherentes a la operatividad de la empresa como sobreproducción, riesgos por pérdidas de documentos, riesgos durante la carga y la descarga de la mercancía.
- Riesgos Patrimoniales
Riesgos por robos, delincuencia, narcotráfico, incendios.
- Riesgos Económicos
Riesgos generados por la inflación de precios de productos utilizados como insumos, riesgos de tipo cambiario por devaluación o diferencial cambiario.
- Riesgos Políticos
Riesgos por inestabilidad política, restricciones y barreras arancelarias.
- Riesgos por fenómenos naturales
Riesgos producto por emergencias sanitarias, sismos, inundaciones.

El análisis de estos riesgos permite la toma de decisiones estratégicas, identificar las amenazas y reducir la vulnerabilidad de la empresa. De acuerdo al Protocolo Técnico, Logístico y de Seguridad de la Pitahaya (2019) es necesario un análisis de riesgos de seguridad de la cadena logística y de suministro, en una escala de medición de altos, medios y bajos.

Análisis Situacional

El Análisis Situacional conlleva primero a la identificación de temas actuales, sus desviaciones, amenazas y oportunidades. La identificación permite conocer los problemas más trascendentales y menos relevantes dentro del asunto de discusión. Finalmente se plantean las distintas soluciones y recomendaciones a cada una de ellas.

Como señala Moreno (2002) el análisis situacional está conformado por un diagnóstico del macroambiente y microambiente.

El Análisis de Macroambiente se considera como un conjunto de fuerzas externas a la organización de carácter político, económico, social, tecnológico, ecológico, y legal. La metodología sugiere descomponer este estudio en categorías con la finalidad de conocer la interrelación y profundidad de cada variable. Este estudio es conocido por sus siglas como PEST.

Citando a Rojas, Chavarría, y Sepúlveda (2001) el análisis de microambiente es un estudio de los factores que afectan directamente al producto. Estos factores son fuerzas cercanas a la compañía, industria o sector que afectan directamente su relación con clientes, competencia, productores, proveedores, entre otros.

Las Cinco Fuerzas de Porter

Un estudio de micro ambiente busca enfocarse en todas las variables que afectan directamente a un producto. Estos factores son fuerzas cercanas a la compañía, industria o sector que afectan directamente su relación con clientes, competencia, productores, proveedores, entre otros. Michael Porter logró definir este estudio en el Análisis de Cinco Fuerzas. El estudio sugerido por Porter involucra a los agentes económicos y a las relaciones intersectoriales.

Grado de Rivalidad: El Grado de Rivalidad está definido por el número y la estructura de empresas que conforman un sector en particular y su capacidad de establecer ventajas competitivas. Dentro de esta fuerza se analizan el conglomerado de los competidores, el desarrollo del sector, la evaluación sectorial de la oferta y la demanda.

Identificación de Nuevos Competidores: Se define como la posibilidad de ingreso de nuevas empresas dentro del sector, en ellos se refieren atractivo del sector, barreras de entradas, reacciones de los competidores actuales.

La Amenaza de Productos Sustitutos: Considerada una amenaza permanente por la probabilidad de que otros productos puedan satisfacer las necesidades genéricas. Esta amenaza depende por la calidad y precios que ofrezcan los productos sustitutos.

El Poder de Negociación de Clientes: Se convierte en un factor importante cuando el cliente o el comprador crea una influencia importante en el establecimiento de precios, plazos de pago, servicios post-venta. Se condiciona por grado de concentración de los clientes, diferenciación de productos, cantidad de proveedores, cantidades compradas, precio o situación que concluya en el cambio de proveedor, amenaza de alianza entre compradores y vendedores, calidad del producto.

El Poder de Negociación de los Proveedores: El poder en influir en el precio, calidad, o cantidad del producto suministrado, influyendo en la rentabilidad de un sector. Los factores implicados son nivel de diferenciación del producto, importancia del cliente para los proveedores, el precio del cambio del cliente para el proveedor.

Análisis PESTEL

El Profesor de Harvard Business School J. Aguilar, en su libro *Scanning the Business Environment*, desarrolla por primera vez una metodología fundamentada dirigida al estudio de situacional de un sector empresarial. Para Kamalesh (2016) el PESTEL es una herramienta que permite el análisis externo o macro ambiente de cualquier industria, corporación, o empresa. Este análisis se compone de factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos, y permite conocer el desarrollo de estas variables dentro del sector, determina el impacto que tienen cada uno estos factores en sector o empresa de estudio.

Factores políticos: Son todas aquellas normas de carácter económico, fiscal, laboral, tributarias, comercial, entre otras, que tienen impacto en el desarrollo de una organización.

Factores económicos: Evalúan las variables macroeconómicas como el PIB, la inflación y tasas de inversión. La incidencia de estos factores varía conforme al sector y a las empresas.

Factores sociales: Incluyen distribución demográfica, tendencias de consumo, factores socio-culturales como la religión, educación, entre otros, que influyen en las actividades de un sector.

Factores tecnológicos: Los factores tecnológicos se establecen como el desarrollo tecnológico versus el desarrollo económico de un país.

La Transformación del Matriz Productiva

Figura 2.

Ejes de la Transformación Productiva de SENPLADES



Nota. La ilustración explica los principales ejes necesarios para la transformación productiva propuestos por el tomado de la (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2012)

La Transformación de la Matriz Productiva se basa en dos supuestos importantes (1) existen ganancias importantes para los países que conforman el Comercio Internacional (2) la producción de bienes y servicios con alto valor agregado incentivan el crecimiento de los países.

Dentro del estudio de Transformación Productiva abordado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL (2008), en base a vigésimo aniversario de la propuesta de transformación productiva con equidad, aborda la importancia que existe en la diversificación productiva en la innovación, para lograr la transformación productiva. Se establece que la diversificación apoya al desarrollo económico, sin embargo, el cambio tecnológico entrega calidad y reemplaza productos existentes.

Estudios del sector exportador de frutas no tradicionales en base a los postulados de cambio de matriz productiva y competitividad

Como plantea Borrero (2015) en su estudio del desarrollo del sector productor de Maracuyá de acuerdo al Cambio de la Matriz Productiva, establece que las amenazas de bajos precios, falta de capacitación por parte de organismos de gobierno, falta de tecnificación de productores y el difícil acceso a créditos, ha repercutido en la reducción de plantaciones de maracuyá.

Por parte de Andrade (2017) su investigación en el sector exportador de pitahaya amarilla se enmarca en la diversificación de las exportaciones de pitahaya deshidratada hacia el exterior. Cumpliendo con el modelo antiguo de exportación de materia prima, entre los años 2012 y 2015, la comercialización al exterior creció en un 163,48%. El sector privado ha sido el mayor inversor en la causa de crear productos diferenciados tales como mermeladas, yogures, jugos, entre otros.

Marco Conceptual.

Airway Bill. En español, guía aérea, es el documento de contrato de transporte aéreo de una mercancía. El Airway Bill entrega compromiso de entrega de la mercancía hasta el aeropuerto acordado. Por parte del transportista, este documento actúa como acuse de recibo de que la mercancía ha sido entregada para su transporte. Es un documento declarante para el despacho de aduanas, donde se da fe de pesos, dimensiones, números de bultos, asimismo de ser justificante contable del flete.

Bill of Landing. En español, conocimiento de embarque, es el documento de contrato de transporte de operación marítima, que entrega compromiso de entrega de la mercancía hasta el puerto acordado. La propiedad de la mercancía transportada se transmite a la persona que tenga este documento. El documento es negociable, y puede ser utilizado como título de crédito en entidades bancarias.

Certificado de origen. Como establece el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (2023) el certificado de origen “de productos de exportación, tiene como propósito regular y controlar los criterios de certificación de origen por cada uno de los acuerdos comerciales suscritos por el Ecuador y de preferencias arancelarias otorgadas unilateralmente al Ecuador.”

Certificado Fitosanitario. El certificado fitosanitario de exportación es un documento que verifica que un producto de origen vegetal es apto para el consumo humano.

Competitividad. Existen diversos tipos de definiciones para la competitividad dentro de distintos enfoques. Según Rojas y Sepúlveda (1999) existen tres niveles de análisis: nivel macro, meso y micro.

A nivel macro, la competitividad se define como la capacidad de un país de enfrentarse al mercado internacional. Uno de los indicadores de competitividad son las condiciones macroeconómicas, asociadas a las deudas externas, déficit presupuestario, tasas de interés, o la inversión nacional. La competitividad también está definida a las políticas de gobierno, tales como políticas cambiarias y de comercio exterior. Las políticas de comercio exterior definen de forma directa las barreras arancelarias y no arancelarias, y de forma indirecta definen los parámetros de calidad y productividad.

A nivel meso, es la capacidad de un sector de colocar bienes o servicios en el mercado. Dentro de este nivel, la competitividad se mide en factores geográficos que permitan la relación de los agentes económicos, la infraestructura, y el desarrollo institucional que garantice la eficiencia de las estructuras productivas.

A nivel micro, se refiere a factores que condicionan a la empresa. El concepto también se extiende al tipo de estrategia que la entidad utiliza para competir, tales como la estrategia en diferenciación, líder en costos, concentración, eficiencia, etc.

Diferenciación. Para los autores (Carrió & Consolación, 2006) la diferenciación es una estrategia usada en el marketing para entregar a un producto o servicio de un atributo apreciable por el cliente como único, esto puede considerarse como calidad diseño, material, envase, diseño, color, marca, etc.

Diversificación. Según (Kotler, Dirección de Marketing, 2000) la diversificación se define como una estrategia. Conforme al enfoque de investigación, existen diferentes tipos diversificación empresarial. (1) La diversificación de productos se refiere en la ampliación de cartera de productos o líneas de negocios. (2) La diversificación de mercado es el incremento de mercados actualmente no considerados.

Declaración Aduanera de Exportación. Es el documento electrónico en el cual el exportador o agente de aduana declara información sobre la mercancía y su destino aduanero. Esta declaración está a sujeta a un proceso de validación, por lo cual, si es rechazada, deberá efectuarse correcciones por medio del sistema Ecuapass, rechazando la declaración de exportación, realizando una declaración sustitutiva o una solicitud de corrección. A diferencia de una solicitud de corrección, una declaración sustitutiva se realiza cuando ya se ha vencido el plazo para solicitar correcciones a la DAE o cuando la DAE ya ha sido regularizada.

Declaración Juramentada de Origen. Es el requisito previo a la obtención del certificado de origen. Este documento describe los porcentajes de insumos, materias primas, entre otros, que cumplen con la normativa de origen para cada acuerdo comercial suscrito por Ecuador. La DJO se debe realizar por cada subpartida arancelaria y producto.

Fomento de Exportaciones. Dicho por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura IICA (2002) el fomento de exportaciones se define por los programas que cada gobierno establece en relación al financiamiento, facilidades de comercialización, y promoción.

Guía de Remisión. La guía de remisión es el documento que avala el traslado de la mercancía dentro del territorio nacional.

Inspección Fitosanitaria. Es el proceso de verificación del cumplimiento de las normas fitosanitarias para la exportación. Este documento certifica que la fruta se encuentra libre de plagas cuarentenarias, y es importante, porque se ajusta a los estándares solicitados por los países importadores. La inspección fitosanitaria se debe solicitar 48 horas antes de la exportación, por medio de correo, a la Dirección Distrital en donde se ubique el centro de acopio del exportador. En casos especiales, la inspección se

realizará en los puertos o aeropuertos. El proceso de inspección fitosanitaria consiste en la toma de muestras, incluyendo sus envases. Para exportaciones con destinos a Estados Unidos se aplica muestreo establecido por el Plan de Trabajo Operacional. Para el resto de destinos el porcentaje de muestreo es del 2%. El proceso de inspección fitosanitaria es el siguiente:

- Se verifica los requisitos fitosanitarios para la exportación
- Se determina el número de lotes y el nivel de muestreo
- Inspección de plagas cuarentenarias de acuerdo a los requisitos del país de destino
- Elaboración de reporte de inspección fitosanitaria
- Dictamen de inspección

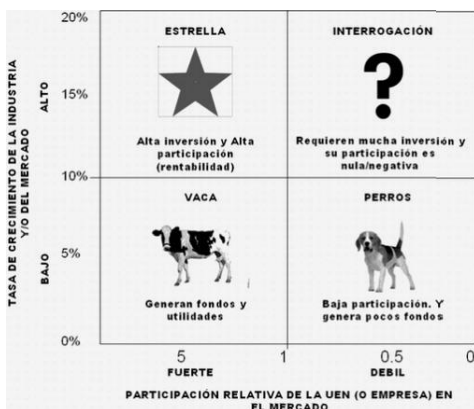
El Dictamen de Inspección Fitosanitaria determina la aprobación o desaprobación de las condiciones fitosanitarias y el cumplimiento de los requisitos fitosanitarios solicitados por el país de destino. En el caso de desaprobación, si el inspector lo considera, el producto podrá someterse a un reproceso. En el caso que el producto se encuentre contaminado será rechazado y se negará su exportación.

Intensidad Tecnológica. La intensidad económica para la CEPAL (2011) se refiere a la implementación tecnológica en las actividades productivas.

Matriz BCG. Una matriz BCG define qué productos son más rentables. En contexto con las exportaciones, se desarrolla una matriz BCG que mida la participación en el mercado de exportaciones.

Figura 3.

Matriz BCG



Nota. El gráfico explica el posicionamiento de un producto, industria o mercado dentro de la matriz BCG.

La matriz BCG dispone de cuatro cuadrantes. El primero es “Estrella”, se define como alta inversión y alta participación. El segundo es “Vaca”, son aquellos productos que generan fondos y utilidades. El tercero es el cuadrante “Interrogación”, son aquellos productos que generan mucha inversión y participación nula. El último es “Perro”, se define como aquellos bienes o servicios que generan baja participación y pocos ingresos.

Mercado. El mercado se define como un proceso donde existe intercambio de bienes y/o servicio entre compradores y vendedores. De la misma manera en la vista del marketing se define un mercado tradicional en las estrategias comerciales que se utilizan usualmente para la venta del servicio o producto. Para el autor O’Shaughnessy (1991) el mercado es como una red de relaciones institucionales que ocurren alrededor de un producto.

Mercado extranjero. Son los espacios donde se intercambia bienes y servicios entre países.

Mercado interno. Es el espacio que se encuentra delimitado. Para fines de este estudio se define al mercado interno al delimitado por los límites geográficos de Ecuador.

Mercado no tradicional. Mercados que son distintos a la concentración usual de estrategia comercial definida para un producto o servicio.

Nuevo Mercado. Según (Palazuelos, 2018) es todo mercado de productos o servicios que difiera de los ya disponibles.

Oferta Exportable. Los autores Sulser y Pedroza (2004) definen en su obra “Exportación Efectiva” el concepto oferta como la cantidad de productos que una empresa tiene disponible para ofrecer al mercado durante un tiempo determinado.

Los autores Mujica, Rodríguez y Valdés (1978) desarrollan el término oferta exportable como toda producción que es susceptible de comercializarse en el mercado externo. Al saldo que exista entre la diferencia de la demanda interna y la oferta exportable, se denomina “Excedente Exportable”.

El Instituto Boliviano de Investigación en Ciencias Administrativas (2004) determina que la oferta exportable potencial considera condiciones actuales de la demanda y la oferta. Además, la oferta exportable siempre se encuentra en constante evaluación a través de las restricciones de carácter sanitario, fitosanitario, zoonosanitarios, entre otros, con la finalidad de obtener garantías que el producto es de calidad.

Finalmente, Cerón (1987) define la oferta exportable como una cantidad condicionada al stock de las plantaciones, sus rendimientos, la capacidad productiva de los competidores, el comportamiento de la demanda internacional y la superficie susceptible de ser utilizada a futuro.

La Oferta Exportable es de principal responsabilidad de las empresas productoras y exportadoras. Esta oferta exportable está definida por su capacidad productiva y los parámetros exigidos por la demanda internacional que deben ser satisfechos. Por otro lado, la oferta exportable también está sujeta al control de entidades cuyo objetivo sea preservar el bienestar ambiental y salud humana del destino final de un producto.

Productividad. Para Anaya (2007) la productividad se entiende por la obtención de bienes o servicios obtenidos con relación a los recursos utilizados durante un tiempo establecido. Por lo tanto, la definición incluye la productividad de instalaciones, maquinas, equipos, técnicas, y factor humano.

Según el INEC (2019), son todos los bienes y servicios producidos por una unidad económica.

Sustitución de Importaciones. La sustitución de importaciones es una política comercial y económica que busca sustituir las importaciones extranjeras con la producción nacional.

Trazabilidad. De acuerdo (keyence.com.mx) “La trazabilidad se define como el rastreo de todos los procesos.”

Análisis del proceso productivo de la pitahaya amarilla

Principales características de la pitahaya.

La pitahaya es una fruta proveniente de la familia de las *Cactaceae* y constituye un total de 2000 especies a nivel mundial. Este tipo de especie se ha logrado adaptar a distintos climas. En el idioma inglés es conocido como Dragon Fruit.

Para Méraz y otros (2009) se conoce una amplia variedad de tipos de pitahaya en el mundo, sin embargo, los géneros producidos en Latinoamérica son *Hylocereus* y *Selenicereus*.

Figura 4.

Pitahaya amarilla



Nota. Tomado de ecoagricultor.com

Estructura.

Tal como lo establece el autor Trujillo (2014) el crecimiento de la planta de pitahaya es tipo trepadora, usualmente necesitando un tutor para mantenerse erguidas. Las especies comerciales son de tipo trepadora.

Raíces

Las raíces se componen en primarias y secundarias. La raíz primaria es gruesa (Beltrán, 2015), se encuentra incrustada en el suelo a unos 15 centímetros de profundidad. Estas raíces cumplen con la absorción de nutrientes. Las raíces secundarias sobresalen del suelo, y cumplen la función de sujeción a la superficie.

Tallo

Como establece el Organismo Internacional Regional de Sanidad Agropecuaria OIRSA (2000) el tallo de la planta es grueso, carnoso y espinoso, llegando a medir hasta

2 metros. Su almacenamiento de agua, además de su estructura, ayuda a que la planta se adapte a climas desérticos. Estos tallos no poseen hojas.

Flor

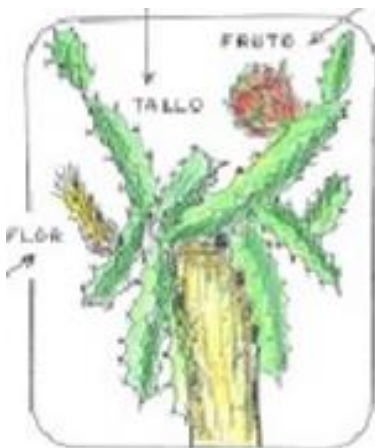
Inicialmente poseen forma tubular. Tienen tonos blancos, amarillos o rojizos, acompañados de fragancia. Son conocidos como la “Reina de la noche”, debido a que se abre solamente por las noches. Cuando la flor es polinizada, su estructura se seca, y toma forma colgante, dando lugar a la creación del fruto. (Pozo, 2011).

Fruta.

Tiene forma ovoide y puede llegar a tener una longitud entre 8 y 12 centímetros. En su inicio su color es verde hasta su maduración, conforme a su especie, toma un color amarillo, rojizo, o rosado. El tiempo de maduración puede durar entre 25 a 27 días. El fruto posee protuberancias conocidos como brácteas. En su interior, su pulpa es blanca, dulce y acompañada de un gran número de semillas negras.

Figura 5.

Estructura de la pitahaya.



Nota. La ilustración explica la estructura de la pitahaya. Tomado de UNA/FAGRO

Propiedades

La pitahaya posee una gran cantidad de beneficios, los cuales la vuelven un alimento altamente cotizado a nivel internacional. Cuenta con una mayor concentración de componentes nutricionales frente a frutas como las manzanas y las naranjas.

Según Le Bellec y otros autores (2006) determinan que la pitahaya contiene entre 30 a 55 g/l de glucosa, 1.1 a 1.6 g/l de aminoácido, además fructosa 4 a 20 g/l, potasio, magnesio y calcio. La pitahaya es pobre en vitamina C con menos de 11 mg/l. A esta fruta también se le adjudican propiedades medicinales, para los autores Crane y Balardi (2005) el aceite almacenado en las semillas de la fruta funciona como laxante y la variedad de pulpa roja es una coadyuvante en la disminución del colesterol en sangre.

Tabla 1.

Valor nutricional de la pitahaya

Factor Nutricional	Contenido
Ácido Ascórbico	4.0 mg
Agua	85.4 g
Calcio	10 mg
Calorías	50.0
Carbohidratos	13.2 g
Cenizas	0.4 g
Fibra	0.5g
Fósforo	16 mg
Grasa	0.1g
Hierro	0.3 mg
Niacina	0.2 mg
Proteína	0.4 g

Factor Nutricional	Contenido
Riboflavina	0.0 mg
Tiamina	0.0 mg
Vitamina A	-U.I.

Nota. Por 100 gr. de fruta (55 gr. de parte comestible) tomado de Tabla de composición de alimentos. ICBF. Sexta edición, 1992. INCAP y FAO

Fase técnica

Requerimientos.

Para el cultivo de la pitahaya es necesario que el terreno se encuentre en un área de clima tropical o subtropical.

“La temperatura óptima para que la planta crezca es entre 18°C a 25°C, una pluviosidad relativa de entre 1200 a 2500 mm por año, humedad relativa entre 70% a 80%, y una altitud de 700 y 1900 metros sobre el nivel del mar.” (Molina, Vásconez, Veliz, & Gonzalez, 2009)

Factibilidad del cantón Palora

Conforme (EcuRed, 2017) la provincia de Morona Santiago se encuentra ubicada en la amazonia ecuatoriana. Cuenta con valles y vegetación exuberante que le permite tener pisos climáticos en donde las temperaturas oscilan entre los 8 y 23 grados centígrados, de clima tropical y subtropical; además, posee unas precipitaciones que van desde los 108 hasta los 156 mm de lluvias a lo largo del año.

Propagación.

La propagación de la *Hyloceurus* se lo puede realizar por multiplicación por semillas o por método asexual, es decir mediante esquejes. El método más usado es por reproducción asexual, debido a que es un proceso más rápido y económico. Este proceso consiste en cortar un tallo maduro entre 25 a 30 cm de largo, para posteriormente, colocarlo de pie al tutor que lo sostendrá.

Tutoreo.

Como detalla INTAGRI (2018) La pitahaya es una planta herbácea que se caracteriza como una planta trepadora. Esta planta para poder desarrollarse necesita del apoyo de un tutor, estructura que le da soporte y aleja al fruto del contacto directo con el suelo, esto le permite también estar más expuesta al sol y así obtener mayores rendimientos.

Este tipo de tutores pueden estar hechos de: madera y caña guadua; no obstante, también pueden estar hechos de metal y de concreto, siendo este último el preferido por la mayoría de los productores de esta fruta.

Figura 6.

Tutoreo de la planta de pitahaya.



Nota. Esta ilustración demuestra el tutoreo de la planta de pitahaya

Poda, Riego y Fertilización.

Al cumplir 6 meses del trasplante, se deberá realizar la labor de poda. Este proceso consiste en el corte de elementos vegetativos, florales y ramas próximas al suelo. (Cardozo, Medina, & Martinez, 2013) De igual forma si existen tallos enfermos o mal formados, deberán ser eliminados con el fin de evitar la propagación de plagas.

La poda estimula el crecimiento de la planta por su exposición a la luz solar.

Después de la cosecha, es recomendable realizar podas de fructificación. Este sistema ayuda a formar nuevas ramas productivas eliminando las ramas que han entregado fruto.

La pitahaya, por ser una planta superficial, logra absorber con gran rapidez los nutrientes. La planta incluso puede sobrevivir con pocas lluvias. Conforme a Wu (2005) esta es una planta que necesita regios preferentemente durante las épocas donde las lluvias se ausentan de manera prolongada; sin embargo, el riego se realiza en los surcos de cada planta en el lapso de entre una o dos veces por semana, procurando mantener el suelo húmedo, mas no encharcado en agua.

Según Molina, Vásconez, Veliz, & Gonzalez (2009) la aplicación de fertilizante se deberá realizar con respecto a los resultados específicos de fertilidad del suelo donde se piense plantar la fruta. La aplicación se dará cada 2 o 3 meses, procurando así que la planta disponga de nutrientes de forma permanente y prolongada.

Se debe evitar la aplicación de fertilizantes de forma masiva (algunos productores la realizan una sola vez por año en cantidades perjudiciales) puesto que lo único que se logrará es intoxicar a la planta y privar al suelo de los nutrientes que presenta de forma natural, además de contaminarlo.

Control de Plagas y Enfermedades.

Citando a (Vargas, y otros, 2020) la pitahaya en la amazonia ecuatoriana es particularmente susceptible a plagas propias de ecosistemas tropicales como: Chinche de pata de hoja, zompopas, hormiga, trips. Algunas de las medidas recomendadas por el propio estado ecuatoriano incluyen:

- La eliminación de plantas hospederas
- Uso de controladores biológico como hongos entomopatógenos.
- Cultivar en el medio de las hileras de pitahaya plantas como *Flemingia macrophylla*.
- Podar y fertilizar las plantas de acuerdo al análisis químico y biológico del suelo.

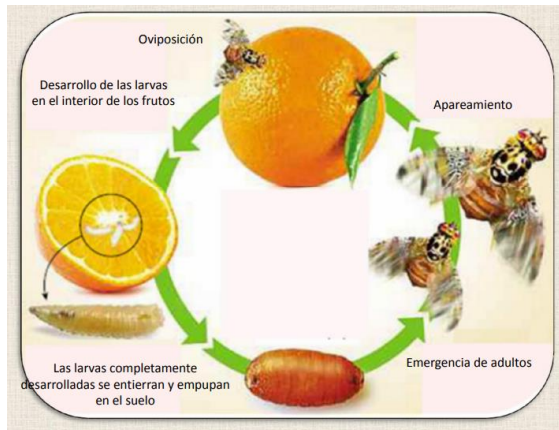
En el caso de los insectos conocidos como trips se recomienda la implementación de trampas plásticas embadurnadas con aceite quemado, en caso de que la plaga exceda de formas desproporcionada la acción de las trampas se pueden aplicar pesticidas por mecanismo de acción, en la frecuencia recomendada por el fabricante y registrados por las autoridades competentes.

Las enfermedades que, por lo general, afectan a la pitahaya en la amazonia ecuatoriana son provocadas por microorganismos. Una de las enfermedades más comunes es:

Anastrepha Fraterculus: Conocida como la mosca de la fruta sudamericana, es una de las principales preocupaciones para los técnicos encargados de cumplir las medidas fitosanitarias solicitadas por Estados y China. La mosca de la fruta sudamericana al igual que la *Ceratitidis Capitata*, afectan a la fruta mediante el depósito de larvas, que fomentan la reproducción de la mosca y continuar su ciclo de vida.

Figura 7.

Ciclo de vida de la mosca de la fruta



Nota. Tomado de inia.uy

Cosecha y post cosecha.

La pitahaya es una fruta cuya cosecha está condicionada respecto al mercado que se busque exportarla. Generalmente, para ser aceptada en el mercado internacional es necesario que se encuentre en estado de maduración #4, mientras que para el consumo nacional es necesario que se encuentre en estado #5 y #6.

Figura 8.

Grados de maduración de la pitahaya amarilla siguiendo la Norma Técnica Colombiana (NTC- 3554). Estado de maduración



Nota. Tomado de Manual del cultivo de pitahaya para la Amazonia Ecuatoriana (Vargas, y otros, 2020).

Según Vargas *et al* (2020) las cualidades organolépticas de la fruta dependerán ampliamente del grado de maduración de la misma, un factor del cual los productores locales deberán estar pendiente cuando finalmente llega la época de cosecha.

Pasado año del trasplante se podrá obtener frutos entre 3 y 4 por planta. La cosecha va aumentando a partir del quinto año, obteniendo de 4 kg por planta. (Molina, Vásconez, Veliz, & Gonzalez, 2009). En el territorio ecuatoriano las épocas de cosecha comienzan a partir de diciembre hasta el mes de febrero, posteriormente se dan entre julio y agosto, con cosechas en menor proporción lo largo del año.

Posterior a la cosecha se procede a realizar una selección de frutas con características homogéneas, que no presenten ningún tipo de daño físico ni muchas menos características microbiológicas negativas, que no mantengan residuos provenientes del área de cultivo (tierra, trozos de madera, etc.) y que el producto sea capaz de soportar los procesos de manejo y transporte.

Tal como expresa (Vargas, y otros, 2020) la limpieza de las pitahayas consiste en realizar un leve cepillado, en seco, para quitar de ella cualquier residuo; a pesar de ello, también se realizan tamizados y limpiezas con cepillos húmedos con maquinaria especializada. Después de su cosecha, la fruta puede ser almacenada a temperatura ambiente entre 3 a 4 días. Para un almacenamiento entre 1 a 2 semanas se recomiendan temperaturas alrededor de los 4°C a 8°C (Le Bellec, Vaillant, & Imbert, 2006).

Para el transporte exitoso de la fruta se deberán contar con los siguientes parámetros, considerar recipientes adecuados para evitar golpes o cortes de la fruta, por lo que se recomienda utilizar recipientes de 0.6 m de largo, 0.4 m de ancho y 0.5 m de alto, y se debe empacar máximo 13 kg de fruta y que tengan esponjas protectoras para

evitar daños mecánicos durante el transporte hasta el centro de acopio (Vargas, y otros, 2020).

Figura 9.

Producción anual de pitahaya



Nota. Esta ilustración demuestra los picos de producción de la pitahaya. Tomado de Asopitahaya

La pitahaya es una fruta estacionaria, los picos de producción son los meses de febrero y marzo, sin embargo, el resto del año la disponibilidad de la fruta varía, y de esa misma forma fluctúan el precio.

Producción de pitahaya en Ecuador.

Se estima que alrededor de finales de la década de los 80, en la provincia de Pichincha, comenzaron los primeros proyectos de cultivos de pitahaya para fines comerciales en el Ecuador. A partir de 1990, lo que hasta entonces era un experimento, se mueve al sector del Pacto donde desarrollara futuros resultados (Agribusiness, 1992)

Según Suárez, Gilces, Menéndez, & Ferrin (2021) la pitahaya es la principal fruta exótica de exportación del Ecuador teniendo tan solo en el 2017 un crecimiento del 71,3%. En Ecuador existe mayor comercialización de la especie *Hylocereus Megalanthus*. Este tipo de pitahaya es de piel amarilla con espinas, pulpa blanca y semillas negras.

También conocida como pitahaya amarilla. En la región costa existe el cultivo de la especie *Hylocereus ocamponis*. Esta especie de pitahaya es de piel rosada con brácteas (hojillas), de pulpa blanca y semillas negras.

Tabla 2.

Histórico de superficie, producción y ventas de pitahaya

Año	Superficie Sembrada (ha)	Superficie Cosechada (ha)	Producción (t)	Ventas (t)
2012	417	292	1,997	1,997
2013	565	313	1,253	1,253
2014	776	306	2,222	2,222
2015	861	580	4,732	4,731
2016	833	497	3,521	3,501
2017	1,108	564	4,284	4,223
2018	1,292	547	ND	ND
2019	1,639	1,146	8,455	7,356
2020	2,324	1,097	8,621	8,380
2021	2,230	1,446	8,673	8,455
2022	4,169	3,073	17,234	16,914

Nota. La tabla explica el histórico de producción y ventas de pitahaya ecuatoriana de acuerdo al ESPAC 2012-2022

La pitahaya amarilla se cultiva en Colombia, Ecuador, Perú, y Venezuela. (Lim, 2012).

Para (Vargas, y otros, 2020) el territorio ecuatoriano, hasta el 2019 constaba con alrededor de 1639 hectáreas de pitahaya, de las cuales aproximadamente 664 mantienen una producción constante, siendo la amazonia ecuatoriana, especialmente Morona Santiago, la región que alberga la mayor cantidad de cultivos de la fruta.

Conforme (Vargas, y otros, 2020) En el país, existen dos eco tipos de pitahaya amarilla, la denominada “Pichincha” o también conocida como “Nacional” que se cultiva en el noroccidente de Pichincha, y el ecotipo “Palora” que se cultiva en Morona Santiago.

Al referirse a “ecotipo” autores como (González & Rojas, 2014) encasillan este concepto como una subpoblación con diferencias genéticas que están establecidas en un hábitat geográficamente delimitado, un ecosistema específico, con limitantes de tolerancia propios, a los factores ambientales locales y convencionales.

Este tipo de modificaciones se establecen con respecto a los límites genéticos de cada especie, esto implica la introducción de una especie ajena al ecosistema que será capaz de adaptarse al mismo y hacer un espacio para sí misma dentro del ambiente mencionado. Por supuesto, esto puede significar que la plata se adapta tan bien que incluso comience a repoblar zonas completas únicamente con una especie, provocando alteraciones importantes en ecosistemas hasta entonces poco alterados.

Tabla 3.

*Diferencias de ecotipos de *hylocereus megalanthus* en el Ecuador*

Órgano	Características	Tipo Pichincha	Tipo Palora
Fruto	Largo (cm)	8 a 10	12
	Peso (g)	250	Hasta 1000
Tallo	Grosor (cm)	5	Hasta 10

Nota. La tabla explica las características de acuerdo a los ecotipos de pitahaya amarilla ecuatoriana. Tomado del documento Microorganismos asociados a la pudrición blanda del tallo y manchado del fruto en el cultivo de pitahaya amarilla en Tumbaco-Pichincha (Trujillo, 2014)

Producción en Morona Santiago y el cantón Palora.

Figura 10.

Mapa de Morona Santiago.



Nota. Ilustración que explica la distribución geográfica de la provincia de Morona Santiago de acuerdo a ecured.cu

Según los datos tomados del censo del año 2020, la población de la provincia es de alrededor de 196535 habitantes. Cuenta con una extensión de 24. 059,40 km² de territorio. Su población está compuesta por grupos étnicos tales como los Achuar y Shuar. Su principal actividad es el agro, ganadería y turismo. En esta provincia están situadas 7.065 empresas.

En esta provincia amazónica se puede encontrar tres climas: frío, subtropical húmedo, y tropical húmedo.

La producción de pitahaya, en esta provincia se concentra en los cantones de Palora y Sangay. Sin embargo, es en el cantón Palora, donde se produce pitahaya con mayores grados BRIX de todo el Ecuador.

La principal característica de la pitahaya proveniente de Palora, es el contenido de grados BRIX (miden el cociente total de sacarosa en un líquido) que proporcionan el nivel de dulzura propia de un producto. Para el departamento de Agrocalidad (2015) la pitahaya de esta zona, posee un 22° de grados BRIX, frente a un promedio del 20° en todo el Ecuador. En comparación a nivel regional, Colombia posee un promedio superior de 17,3° de grados BRIX en su producción pitahaya amarilla frente a todo el país cafetero. (Betancourt, 2010)

El cantón Palora esta geográficamente situado en el noroccidente de la provincia de Morona Santiago. Cuenta con 145.670 hectáreas de superficie. Palora se encuentra habitada por 8000 habitantes. Su clima es tropical húmedo, con temperaturas promedio de 22,5°C y humedad relativa del 85%. Cuenta con precipitaciones anuales entre 3000 a 4000 mm. El 49% de su población se dedica a actividades agrícolas, ganaderas, pesca y silvicultura. Su principal producto agrícola es la pitahaya amarilla.

La pitahaya amarilla cuenta con acceso para su adquisición tanto en mercados como en supermercados a nivel nacional.

Tendencia de consumo.

Según Ida del Greco (2010) el consumo de productos y frutas frescas ha ido en aumento desde inicios del siglo XXI. Las tendencias de consumo son de productos elaborados a base de frutas o vegetales frescos y calidad. Existe además una correlación de consumo hacia empresas con ética empresarial en sus procesos productivos. El sector de frutas no tradicionales ha aumentado su comercio por sus precios atractivos, el abastecimiento sin importar la época del año, y el establecimiento de canales de distribución.

El consumo de pitahaya en el mundo varía a las preferencias de los mercados. La pitahaya usualmente se consume fresca, no obstante, la extracción de su pulpa permite crear otros productos elaborados tales como helado, mermelada, yogurt, jugos, dulces y postres. (Crane & Balerdi, 2005)

La creación de jugos de pitahaya es un atractivo para el mercado, por sus propiedades laxantes y nutritivas. Sin embargo, existe dificultad para su industrialización debido a la viscosidad de su pulpa. Generalmente, el jugo de pitahaya se comercializa congelado y sin pasteurizar, con el fin de evitar este problema.

Para Le Bellec y otros autores (2006) los segmentos de mercado más demandantes de pitahaya son los mercados europeos y asiático.

- A. El consumidor asiático compra regularmente esta fruta. Los importadores abastecen a los supermercados asiáticos en presentaciones de cajas de más de 10 kilogramos y también de 2 a 4 kg. La preferencia de consumo en tamaño es de pitahayas grandes y coloridas. Su consumo aumenta en vísperas de fin de año, para ser entregada como ofrenda a sus ancestros.

- B. El consumidor europeo consume irregularmente la fruta, y es adquirida directamente en los supermercados. La preferencia de consumo es de pitahayas medianas y pequeñas dentro de cajas de 2 a 4 kg. El consumo de frutas exóticas aumenta en las vísperas de navidad.

En el mercado nacional ecuatoriano existe una escasa variedad de productos a base de pitahaya. El producto más conocido en el mercado nacional es el yogurt "Regeneris" de la empresa Alpina. Esta línea de productos está destinada a ayudar a la digestión del consumidor.

La empresa Palora Exotic Fruit comercializa pitahaya deshidratada en empaques para consumo individual de 75 gr. solamente en los supermercados del país.

Figura 11.

Presentación de pitahaya deshidratada Palora Exotic Fruit



El consumo de la pitahaya en el mercado internacional depende ampliamente de los intereses de consumo por el producto en diferentes países, siendo clasificado en la mayoría como una delicia exótica.

Capítulo II

Marco Metodológico

Enfoque de investigación.

El enfoque empleado en este proyecto de investigación es de tipo cuantitativo, con un enfoque descriptivo con la finalidad de estudiar el comportamiento de las exportaciones de pitahaya en la subpartida 08.10.90.40 en el periodo 2010 a 2021.

El comportamiento de las exportaciones de pitahaya puede presentar variaciones producto de recesiones, pandemia, restricciones de ingreso a mercados internacionales; con esta información se podrá conocer cuáles han sido las repercusiones de los mencionados sucesos en las exportaciones y cuáles son los socios comerciales posicionados y nuevas oportunidades de apertura de mercado.

El estudio es cuantitativo porque recopila información de históricos de valor en miles de dólares y el volumen de carga de la subpartida estudiada.

El estudio es descriptivo porque el análisis de comportamiento y las tendencias de las exportaciones ecuatorianas de pitahaya a nivel mundial, lo que permitirá conocer la trascendencia de los eventos globales, nacionales, y sectoriales.

Tipología de la investigación.

Por su finalidad.

En base a la finalidad del estudio, se determina que esta investigación es aplicada, en la cual se relaciona la información analizada junto a teorías del comercio internacional y conceptos relacionados al análisis situacional de micro y microambiente basándose en las exportaciones de la subpartida 08.10.90.40.

Por las fuentes de investigación

En base a la finalidad del estudio, se determina que la investigación es documental, con referencia a los datos que se obtendrá para el desarrollo investigativo. Las fuentes de información son primarias y secundarias, porque emplea diversos datos estadísticos de fuentes. Las fuentes secundarias se obtuvieron a través de plataformas como Trade Maps, Banco Central del Ecuador, base de datos verificadas, artículos de Agrocalidad, datos solicitados a SIPA, INIAP, y revistas investigativas. La información de fuentes primarias se obtuvo a través de una encuesta in situ a productores exportadores de Palora. Esto permite determinar el comportamiento y las tendencias de las exportaciones ecuatorianas de pitahaya a nivel mundial, además de conocer como los factores de competitividad han repercutido en el crecimiento de las exportaciones.

Análisis Muestral

Tabla 4.

Población de estudio

Población				
Native Golden	F.L. P	Ecuafields	Pitanova	Pimanfruit
Pitayumi	Equaproduce	Organpit	Agricola Palmeira	Pura Vida
Ecuador Divine	Picaler	SBD	Honey Fruits	Agricola Opla
Fruta Silvetre	Inexlam	Nunkui	Loimpex S.A.S	Pitajap
Paloralvear	Pukuna Farms	Finca Procel	JCS	JA Palora
Norman	Ecuafils	Juanas	Palora	Fenature S.A.
Faicán		Gardens	Exporter	
Pitahaya Fresh Fruit	Pitahealth	AP Palora	Pitafresh	Diamon Fruit
APC Fruits	Nanky Foods	Ecuallife		

Nota. La tabla explica la población de estudio según el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Palora

La técnica de estudio empleada es no probabilística. Aplicando un análisis analítico el estudio está enfocado en productores-exportadores de pitahaya amarilla en el cantón Palora. Se define en esta investigación con una muestra a las 10 empresas más significativas para el proyecto entre un total de 38 empresas exportadoras productoras

como lo establece la información entregada por el GAD de Palora. Nuestro análisis se basa en el 25% de la población.

Las 10 empresas agro exportadoras seleccionadas son:

- Pitafresh
- Palora Exporter
- Organpit
- APC fruits
- Nanky Foods
- Ecuallife
- JA Palora
- Equaproduce
- Pukuna Farms
- Paloralvear

Para acceder a estas empresas se puso en contacto directo con el GAD de Palora, quienes entregaron un listado con la información de contacto de los representantes. Los representantes se definen en mandos altos de decisión: gerentes y dueños. Se agendo una cita presencial con la finalidad responder las interrogantes presentadas en el instrumento de recolección de información. (Anexos).

Análisis de variables.

Este proyecto de investigación es no experimental, porque la muestra no será manipulada deliberadamente, esta investigación se basa en analizar y observar datos estadísticos recolectados con el fin de determinar la trascendencia de las exportaciones de pitahaya durante los años 2010-2021

A continuación, se detallan las variables de estudio

Tabla 5.

Análisis de variables

Tipo	Variables	Conceptualización	Indicador	Fuentes
Dependiente	Valores de Exportaciones de pitahaya	Envíos de pitahaya al exterior	Exportaciones en miles de dólares de pitahaya de la subpartida 08109040	Trade Map, BCE, Base de datos verificadas
Independiente	Certificaciones	Certificaciones BPA, Global GAP, entre otras que el exportador y sus hectáreas productivas hayan obtenido entre los años 2010 a 2021	Certificaciones obtenidas por exportador	Encuesta, MAGAP
Independiente	Inversión	Inversiones destinadas a la compra de maquinarias, uso de tecnologías o ampliación de infraestructura.	Tipo de inversión	Encuesta

Tipo	Variables	Conceptualización	Indicador	Fuentes
Independiente	Demanda Interna	Demanda nacional de pitahaya amarilla	Exigencias de la demanda interna	Encuesta
Independiente	Demanda Externa	Demanda internacional de pitahaya	Exigencias de la demanda externa Destinos dentro de la región suramericana Destinos fuera de la región suramericana	Encuesta Encuesta, Trade Map Encuesta, Trade Map
Independiente	Diversificación	Productos alternativos a de la venta de pitahaya sin valor agregado, comercializados en el país y en el exterior	Presentación comercial de productos a base de pitahaya fuera del país por empresa Presentación comercial de productos a base de pitahaya dentro del país por empresa	Encuesta Encuesta

Tipo	Variables	Conceptualización	Indicador	Fuentes
Independiente	Riesgos	Posibilidad de que se produzca sucesos que afecten a las exportaciones	Tipo de riesgos	Encuesta
Independiente	Valores de Exportaciones de Colombia de Colombia	Exportaciones de pitahaya amarilla desde Colombia	Exportaciones en miles de dólares de pitahaya amarilla	Trades MAPS
Independientes	Valores de Exportaciones de Perú de Perú	Exportaciones de pitahaya amarilla desde Perú	Exportaciones en miles de dólares de pitahaya amarilla	Trades MAPS

Nota. La tabla explica las variables necesarias para desarrollar el proyecto investigativo.

Hipótesis de la investigación

Hipótesis 1: Los factores de competitividad han incidido en el crecimiento de las exportaciones de pitahaya.

Hipótesis 2: El posicionamiento de las exportaciones de pitahaya de Ecuador a nivel regional es óptimo.

Capítulo III

Análisis macroambiente y microambiente

Análisis macroambiente

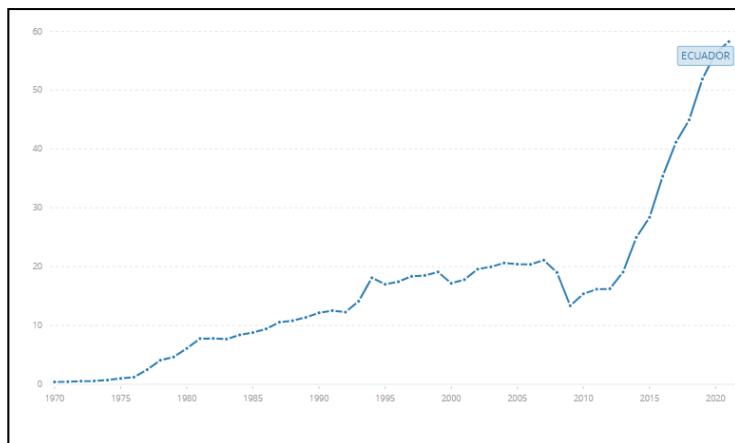
El análisis macroambiente habla sobre los eventos que afectan de forma global y repercuten en el país, por lo cual se hace énfasis en varios aspectos importantes y trascendentales dentro de los últimos 11 años.

Aspecto político

El panorama político presenta las tendencias políticas de la región de interés. El sector productor de un país se ve afectado por las decisiones de los gobiernos. Un gobierno en constante crisis o en un periodo de estabilidad, en el ámbito político, define la efectividad de respuesta a las necesidades de la población y de sus sectores productivos.

Figura 12.

Deuda externa acumulada 1970 – 2021



Nota. El gráfico representa la deuda externa acumulada de Ecuador dentro de los años 1970 a 2021. La deuda externa actual del Ecuador supera los USD 60. 000 millones. Tomado de (Banco Mundial, 2023)

A principios de la nueva década, Ecuador dolariza su economía, y su deuda. En el año 2009, el presidente Rafael Correa determinó el cese del pago del 70% de la deuda en bonos. Para ese mismo año, se cerraría la venta anticipada de crudo con Petrochina, lo cual permitió ingresos anticipados para el país, y a la vez se financian cuatro proyectos con Eximbank de China (Diario El Comercio, 2020). China asume el papel protagonista como acreedor. En el año 2016, Ecuador acude a realizar préstamos con el Fondo Monetario Internacional, con la finalidad de mitigar los efectos económicos del Terremoto del 16 de abril de 2016. En ese mismo año, el gobierno de Rafael Correa deja de tomar en cuenta deudas adquiridas con los Gobiernos Autónomos Descentralizados, Corporación Financiera Nacional y el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

Para la CEPAL (2023), la parálisis económica producto de la pandemia, afectó las exportaciones de bienes y servicios, detuvo las cadenas de suministros, y redujo la inversión extranjera directa. El efecto de la emergencia sanitaria global amplió las necesidades financieras, y forzó a los países latinoamericanos a acudir al endeudamiento. En marzo 2020, el gobierno de Lenin Moreno priorizó el pago de la deuda frente a la crisis sanitaria por el Covid-19. La decisión del gobierno de turno produjo la caída del precio de los bonos soberanos, y el aumento del índice de riesgo país a más de 6000 puntos.

Alcaide (2015) asevera: “Por otro lado, la corrupción es un aspecto que afecta al crecimiento económico y la competitividad de los países”. (p.11). Los países latinoamericanos discuten con mayor frecuencia como la corrupción afecta a su desarrollo económico y político. Mauro (1995) indicó: “Según varias investigaciones, la corrupción tiene efectos negativos en los niveles de inversión, crecimiento, igualdad y bienestar de una economía”.

Otros de los problemas que sacude al país son las manifestaciones violentas que buscan la desestabilización democrática. Para la revista *Líderes* (2022), uno de los

mayores riesgos de estas manifestaciones son las paralizaciones de las actividades productivas. Este tipo de paralizaciones son capaces de generar pérdidas de hasta 90,3 millones de dólares en el lapso de dos semanas, afectando a cerca de 70 mil plazas de empleo y el sustento de alrededor de 200.000 familias.

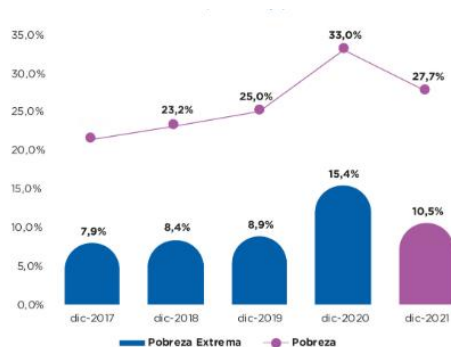
Dentro del panorama político de Ecuador, podemos concluir que la corrupción es uno de los temas que empaña su imagen, y llega a afectar a la atracción de inversiones y el bienestar político-económico. Asimismo, la inestabilidad política brinda incertidumbre a los agentes económicos del país, paraliza las actividades productivas, y afecta a las familias ecuatorianas.

Aspecto económico

La pobreza por consumo se determina por aquellos hogares cuyo ingreso o consumo está debajo de las posibilidades para acceder a la canasta básica familiar, y, por ende, a sus necesidades básicas. Como señala el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, la pobreza aumentó en el año 2020, justamente en el año de la pandemia, en un 33,0%. Para el 2021, la pobreza se redujo a un 27,7%.

Figura 13.

Pobreza por consumo entre los años 1995 al 2014



Nota. La ilustración explica el desarrollo de la pobreza en el plano nacional, urbano, rural y nacional.

Según INEC la pobreza por ingresos se determina en aquellos hogares donde su ingreso mensual es menor a 85 dólares americanos, y la pobreza extrema se determina si recibe menos de 48 dólares mensuales.

Es un factor *positivo* que exista una reducción constante en los índices de pobreza nacional. Personas con capacidad económica sostenible participan activamente en la demanda de productos y servicios, en la educación, en la productividad de las empresas, entre otros.

La formación de empresas es vital para el crecimiento de la economía. Conforme a la encuesta al sector empresarial, del INEC, para el 2017 se registraron:

13.694 empresas grandes y medianas, superando en un 9,0% a lo presentado en 2016. La sección del CIU (Clasificación Nacional de Actividades Económicas) que concentra mayor cantidad de empresas con 51,4% es el comercio al por mayor y menor. (p.6)

Tal como lo estipula la Superintendencia de Economía Solidaria, la asociación en el Ecuador se concentra a actividades productivas. En la provincia del Guayas existe una mayor concentración de asociaciones, entre 537 a 900. Por otra parte, la provincia de Morona Santiago, es la de menor agrupación de asociaciones en el Ecuador.

La balanza comercial es saldo neto de las importaciones y exportaciones del Ecuador dentro de un periodo de tiempo. Los gobiernos dentro del período de estudio han buscado incentivar las exportaciones no petroleras para reducir la dependencia de la producción de petróleo y las consecuencias tras la caída del precio del barril de crudo.

Tabla 6.*Balanza comercial no petrolera 2010-2020*

Año	Exportaciones FOB	Importaciones FOB	Balanza comercial	Tasa de crecimiento exportaciones	Tasa de crecimiento importaciones
2015	\$11.670,30	\$16.556,90	-\$4.886,60		
2016	\$11.338,50	\$13.060,50	-\$1.722,00	-3%	-21%
2017	\$12.208,90	\$15.833,60	-\$3.624,70	8%	21%
2018	\$12.804,40	\$17.762,90	-\$4.958,50	5%	12%
2019	\$13.649,80	\$17.350,30	-\$3.700,40	7%	-2%
2020	\$14.976,20	\$14.335,50	\$640,60	10%	-17%

Nota. Datos extraídos del Banco Central del Ecuador

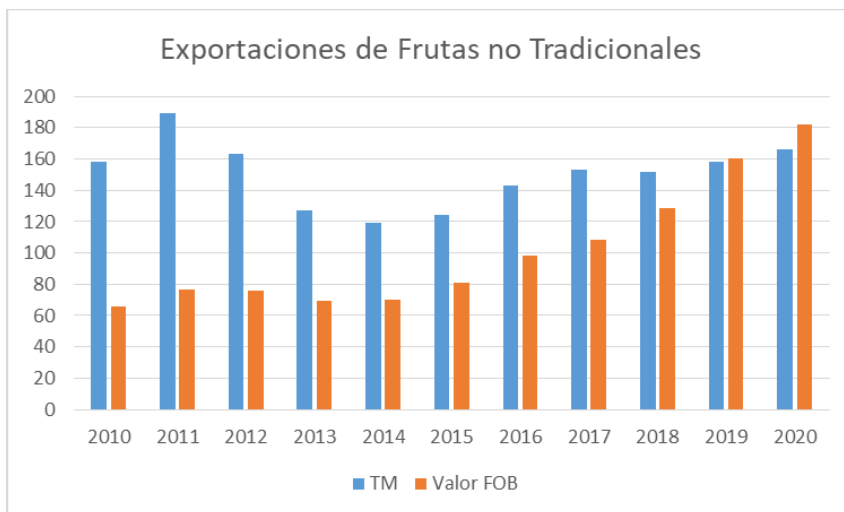
La balanza comercial no petrolera es aquella que registra las transacciones no concernientes a las ventas internacionales por concepto de petróleo. Cuando la balanza comercial es positiva, se generan mayores ingresos al país. La balanza comercial no petrolera presenta en el año 2020 un superávit después de más de 5 años en un déficit.

La balanza comercial no petrolera superavitaria es una *oportunidad* para el crecimiento del sector exportador. Se tiene que considerar que la sustitución de importaciones se esté cumpliendo con aquellos productos que nuestro sector agrícola y agroindustrial busca posicionar en el mercado nacional y en el extranjero.

Las exportaciones no petroleras están conformadas por exportaciones de los diferentes sectores productivos del país tales como productos primarios no tradicionales y productos industrializados no tradicionales. Los productos primarios no tradicionales constan como flores naturales, productos mineros, frutas, tabaco, y otros. Citando a PROECUADOR, las frutas no tradicionales más destacadas son los mangos, piñas, pitahayas, maracuyás, limón, tomate de árbol y uvilla. (p.10).

Figura 14.

Exportaciones de frutas no tradicionales.



Nota. La ilustración demuestra el crecimiento entre el año 2020 al 2021 de las exportaciones de frutas no tradicionales. Datos obtenidos del Banco Central del Ecuador

Las exportaciones de frutas no tradicionales para el año 2020 representaron el 1.20% del total de exportaciones no petroleras. A pesar que las exportaciones en toneladas decrecieron porcentualmente 4% entre el 2010 y 2018, y se mantiene un promedio de 148 toneladas exportadas, entre estos nueve años, el valor FOB aumento un 95% entre este periodo.

Para (Redacción Negocios, 2019) las exportaciones no tradicionales tienen un estancamiento y tienden a la baja debido a los siguientes puntos:

- Caída de los precios en el mercado internacional
- Altos costos de producción
- Mal clima
- Crisis económica de los países de destino

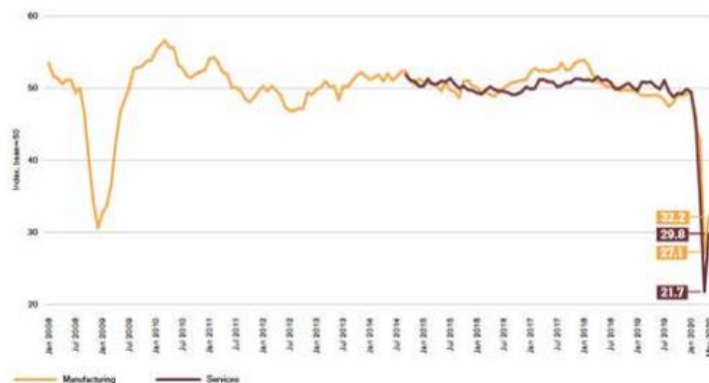
- Falta de competitividad de Ecuador, dejando apertura a la competencia colombiana desde 2017

Uno de los más importantes sucesos económicos de Ecuador, son la suscripción a acuerdos comerciales. Ecuador está suscrito a dos compromisos comerciales importantes con países de potencia mundial. El 1 de enero de 2017, el gobierno ecuatoriano firmó el Protocolo de Adhesión de Ecuador al Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea (UE). La firma de este documento permite hasta la actualidad que productos ecuatorianos ingresen a este bloque económico con arancel 0%, mejorando el nivel de competitividad de los productos originarios del país frente a Perú y Colombia, quienes ofrecen productos frutícolas.

El 12 de agosto del 2021, entró en vigencia el Protocolo al Acuerdo de Comercio e Inversiones entre Ecuador y Estados Unidos. Uno de los principales fines es facilitar el comercio, buenas prácticas regulatorias, fomentar el crecimiento económico, y las inversiones.

Figura 15.

Pedidos de exportaciones



Nota. La imagen explica la evolución de los pedidos de las exportaciones de acuerdo con el Banco Central del Ecuador hasta abril 2020

Uno de los eventos que más conmoción generó en la economía ecuatoriana y mundial fue la pandemia del COVID-19. La Organización Mundial de la Salud (OMS), en consecuencia, de la urgencia sanitaria y la facilidad de propagación de la enfermedad, dictaminó el confinamiento obligatorio. Según lo establecido por el Ministerio de producción comercio exterior inversiones y pesca (2020) incluso las grandes potencias se vieron afectadas. El confinamiento tragó consigo la caída de todos los indicadores económicos, China presentó una disminución de 9,8% del PIB en el primer trimestre del 2020 a comparación del 2019. El índice de nuevos pedidos de exportación que mantenía un ritmo estable desde el 2009, cayó drásticamente en abril del 2020.

Una de los principales retos de los exportadores era la implementación de las reglamentaciones sanitarias dentro de la cadena de valor. El uso de insumos de mascarillas, guantes, gafas, y desinfectantes, se sumaban al aumento de costo de producción. Para el estudio Covid-19: Impacto en las exportaciones (2020), uno de las principales afectaciones para los productores los incrementos en los costos de producción y problemas logísticos, sumado a incumplimiento en contratos por parte de clientes, despidos, y reducción de la producción.

Las interrupciones logísticas eran habituales en la época del Covid-19. Para la CEPAL, el 80% del comercio se moviliza en transporte comercial, generando riesgos de propagación de la enfermedad. Los esfuerzos de los gobiernos por controlar la emergencia sanitaria mundial, generó un incremento en los controles físicos, en especial si existía ya un contagio en el personal dedicado al transporte de las mercancías, este debía someterse a una cuarentena. La restricción fronteriza para el ingreso de transporte internacional generaba demoras. Además, el transporte interno también generaba inconvenientes logísticos. Se empezó a solicitar salvoconductos que debían ser verificados, esto conllevó al incremento en el transporte interno.

A pesar de ello, contra todo pronóstico, durante el año 2020, la demanda de la pitahaya aumentó en un 64,77% a comparación del año 2019.

Tabla 7.

Cuadro comparativo de las exportaciones entre el año 2019 y 2020

CIFRAS DE EXPORTACIONES EN LOS DOS ÚLTIMOS AÑOS		
PRODUCTOS	EXPORTACIÓN 2020	EXPORTACIÓN 2019
	PESO (TONELADA)	PESO (TONELADA)
Arroz pilado	43.019	14.760
Banano	5'457'924	5'373.871
Cacao crudo y tostado	240.991	199.927
Café extracto y preparación	7.875	8.641
Café sin tostar y tostado	1.364	1.300
Maracuyá fresco	603	112
Maracuyá jugo	6.602	5.665
Palma aceite crudo y refinado	139.758	151.980
Pitahaya	10.626	6.449
Plátano	189.835	177.771

Nota. Cuadro que compara las exportaciones de principales productos durante la pandemia según el SIPA.

Según lo establece la Revista Lideres (2020) durante la cuarentena por la pandemia, la empresa Pukuna, desarrolló un proceso de trazabilidad digital mediante la creación de una plataforma. Este proyecto lo realizó en conjunto con la compañía Di Muto, lo cual permitió que los detalles de la negociación como certificados fitosanitarios, facturas, entre otros documentos, sean de acceso para la empresa y sus clientes.

Otros de los problemas que se presentan en durante los años 2010 a 2021, son las especulaciones que giran en torno al precio de la fruta, debido a que empresas arbitrariamente compran fruta nacional y la venden como exportación, en muchas ocasiones justificándose con permisos falsos o promoviendo el contrabando.

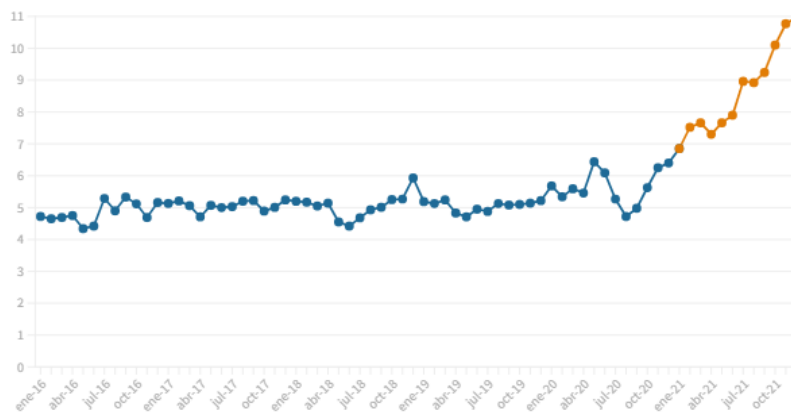
Como consecuencias de la pandemia, en el año 2021 el comercio internacional comenzó a recibir una fuerte demanda. Las restricciones fronterizas comenzaron a

disminuir, y los reglamentos de cuarentena fueron reduciendo paulatinamente a nivel mundial. No obstante, la escasez de contenedores, comenzó a generar un aumento en los costos de transporte marítimo. A la crisis logística, se le suma la necesidad de satisfacer la efervescente demanda, creando caos en los puertos más importantes del mundo como Asia y Europa.

De acuerdo FEDEXPOR, las exportaciones del sector del Agroalimentario tuvieron pérdidas de 26 millones de dólares. En este mismo año existió menor cupo de rutas navieras, obligando a mercados como Europa y China a buscar proveedores en localizaciones cercanas como Camboya y Vietnam.

Figura 16.

Costos de transporte en el sector exportador 2016-2021



Nota. Ilustración que argumenta la evolución de los costos de transporte para el sector exportador entre los años 2016 al 2021. Tomado de Primicias.ec

Uno de los puntos negativos que afecta el performance de las exportaciones, es la especulación de precios. La compra de pitahaya amarilla nacional para la exportación, rompe los precios de los envíos al exterior, creando competencia desleal en el sector exportador.

Aspecto social

Como lo establece OCARU Observatorio del Cambio Rural (2021) “el cultivo de pitahaya supuso una alternativa rentable para productores que habían abandonado el sembrío de productos tradicionales. En el inicio del ciclo de cultivo los costos de producción redondean los 10.000 dólares. Esta cifra cubre el arranque, incluyendo riego, infraestructura, plantas y alambre. Una vez establecida la explotación, los costos bajan y estos corresponden a podas, tutorio o sostenimiento de la planta y recolección”. De acuerdo con ESPAC, el 99% de los productores son dueños de sus tierras.

Concretamente, el progreso de la economía de Palora está concentrada en la producción de pitahaya, y sin duda la localidad prosperará económicamente en consecuencia de la declaración de Denominación de Origen, otorgándole sostenibilidad a una población de 8000 habitantes.

En el 2015, uno de los principales aportes a la economía del cantón Palora fue la construcción de un puente que une a esta comunidad con la provincia de Morona Santiago y el resto país. Anteriormente, el traslado de los camiones llenos de mercadería debía pasar por Rio Negro a través de gabarras, lo que generó accidentes, pérdidas materiales y humanas en más de una ocasión.

Con respecto a otro de los problemas sociales y económicos que afectan a Palora y al Ecuador es el contrabando en sus fronteras. La pitahaya no ha sido una excepción a esta situación. En el 2020, la policía fiscal y aduanera de Colombia decomisó un total de 9 toneladas de fruta en los Municipios de Valle de Gamuez y San Miguel. En el 2021, otras 8 toneladas de pitahaya fueron igualmente confiscadas en Cajamarca, Colombia, por no contar con la documentación legal de importación. (Agronegocios.co, 2021). Por la frontera sur también se ha localizado contrabando de pitahaya y otras frutas originarias de Ecuador.

Aspecto tecnológico

Ecuador es un país con escaso desarrollo tecnológico, sin embargo, uno de sus principales ejes dentro del desarrollo de la matriz productiva es la creación de productos y servicios con alto valor agregado. Para la determinación de valor agregado bruto por parte del estudio obtenido en la Encuesta a Empresas del INEC, es necesario restar la productividad menos el consumo intermedio.

Se entiende como consumo intermedio son todos los bienes y servicios utilizados en un proceso productivo, más los gastos operacionales.

La presencia de productos tecnificados en el Ecuador es escasa. Según el INEC, Ecuador mide las exportaciones conforme al grado tecnológico (GIT). La pitahaya amarilla como exportación por kilogramo está clasificada dentro de los bienes primarios, es decir, es un producto que vende al granel o por kilogramo, sin valor agregado. No obstante, existen empresas que se han dedicado a crear productos derivados de esta fruta no tradicional tal es el caso de cerveza y vinos a base de pitahaya amarilla.

De acuerdo Mosquera (2011) el procesamiento de pitahaya amarilla de Colombia tuvo su apogeo a partir de la década del 2010, y cuenta con oferta diferentes productos para el mercado nacional e internacional. Para Carrera (2011, pág. 9) el principal problema de la poca industrialización en Ecuador de la pitahaya es (a) la baja oferta de productos a base de pitahaya en el mercado local, (b) cultivos discontinuos, (c) escaso desarrollo tecnológico, (d) pocas alternativas de consumo, y (e) productos terminados costoso.

Aspecto ecológico


Conforme al enfoque de la empresa y su mercado meta, las empresas puede escoger entre el sistema convencional y orgánico. El sistema orgánico se encarga de

promover las practicas ecológicas en las zonas productivas permite el cumplimiento eficiente de las normas ambientales, y a la vez, abre las puertas a las certificaciones internacionales. Muchas de las ocasiones este sistema orgánico va de la mano con procedimientos ancestrales, entregando reputación y promoción cultural a la zona agro productiva. El sistema convencional, por otra parte, fomenta la productividad, creación de empleos, desarrollo de capacidades, y administración de riesgos.

Las Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (MSF), adicional de las certificaciones, dan apertura para que se cumplan las expectativas, promueve la diferenciación, y permite la promoción de los productos en el mercado internacional.

Las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), conforman parte de las MSF. Las BPA son un conjunto de normas y procesos técnicos que se aplican desde la producción, procesamiento, y transporte de alimentos, cuyo objetivo es preservar la salud humana, mejorar las condiciones laborables y proteger al ambiente.

Tabla 8.*Certificaciones internacionales*

Certificación	Cobertura	Costo
Global Gap	Certificación estándar cubre el proceso productivo desde el cultivo, incluida la manipulación durante la producción. Conlleva temas como trazabilidad, inocuidad alimentaria, manejo de plagas, cultivos, riesgos y gestión de la calidad. Esta certificación es aplicable en cultivo de bienes primarios.	Alrededor de 2000 dólares
Certificación BASC	Certificación que confirma del Sistema de Gestión Control y Seguridad dentro de los procesos productivos, empaque, transporte de carga, y embarque hacia el exterior. Entrega garantía de comercio justo y la no contaminación (contrabando y drogas) de la carga en ninguna etapa.	Alrededor de 3000 dólares
		
Fair Trade	Entrega a los productores reciban un trato justo: Garantiza condiciones de trabajo decentes, promete la cobertura de costos medios de producir los cultivos de forma sostenible, crea una red de seguridad para los productores ante una posible caída de los precios, otorga mayor capacidad de planificación a futuro creando relaciones sólidas con los compradores.	La certificación inicial se encuentra alrededor de 4000

Certificación	Cobertura	Costo
USDA Organic	La certificación USDA NOP permite la comercialización de productos orgánicos en los Estados Unidos que no utilizar productos químicos, que protegen del medio ambiente, que cumplen el respeto por ciclos naturales. Esta certificación es aplicable a cultivo de bienes primarios.	Alrededor de 3000 dólares
		
Certificación Orgánica Europea	Al igual que la certificación USDA Organic, permite la comercialización de productos orgánicos, pero dentro de los países que conforman la Unión Europea.	Alrededor de 3000 USD
Certificación Orgánica China	Permite la comercialización de productos orgánicos en China.	
Certificación FDA	Documento que certifica que un alimento cumple con los estándares exigidos por la Food and Drug Administration de Estados Unidos	400 USD por producto

Nota. La tabla representa las características y costos de las principales certificaciones solicitadas por los principales mercados.

Información proporcionada por MAGAP, Fairtrade.net, Kiwa Ecuador

Conforme a información entregada por Agrocalidad, en el 2019 se registraron 70 productores certificados con BPA, 1 productor con certificado orgánico. En la actualidad, la pitahaya puede entrar a 29 mercados internacionales.

Dentro de la exportación de la fruta, también es solicitado el “Certificado Fitosanitario Para Exportar Pitahaya”. Este certificado se lo obtiene previamente estando registrado en el Sistema Guía de Agrocalidad y en la Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE). Su certificación se entrega por medio de la VUE, previ6 a una inspección fitosanitaria, solicitada por el exportador 48 horas antes de su salida.

Certificadores privadas

BCS ÖKO Garantie

Firma alemana establecida como filial en el Ecuador, que ha otorgado certificaciones orgánicas, y certificaciones BPA a más 550 empresas locales. Esta certificadora entrega sellos USDA Organic, Naturland, BioSuisse, Global GAP, y FairTrade. Mantiene una constante comunicación y capacitación con la firma localizada en Núremberg, Alemania.

El Manual de Manejo Integrado de Moscas de la Fruta en el Ecuador, El Manual de Monitoreo de Moscas de la Fruta y el Proyecto Nacional de Manejo de las Mosca de La Fruta en el Ecuador (PNMMF) son estándares que deben ser verificados por los técnicos de AGROCALIDAD. Estos lineamientos deben ser cumplidos por los productores que deseen exportar, y por aquellos exportadores que deban cumplir los protocolos dispuestos para destinos como China y Estados Unidos.

El Plan de Trabajo Operacional se implementó como un estándar obligatorio para ingresar a Estados Unidos. La principal plaga de reglamentación es la mosca de la fruta *Anastrepha Fraterculus*. En el Plan de Trabajo Operacional participan de El Servicio de Inspección de Sanidad Agropecuaria (APHIS) del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), la Agencia Ecuatoriana del Aseguramiento del Agro (AGROCALIDAD) y todas aquellas empresas involucradas en la producción, acopio, empacado, transporte, y comercialización y exportación de pitahaya.

Para el destino de China, se implementa el Protocolo de Requisitos Fitosanitarios para la Exportación de Fruta de Pitahaya Ecuatoriana a China, siendo un análisis de riesgo de plagas tales como *Anastrepha Fraterculus*, *Ceratitis Capitata*, *Lopholeucaspis cockerelli*, *Dysmicoccus neobrevipes*, y *Phenacoccus*.y *Phenacoccus*.

Aspecto legal

En el Ecuador, el Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones propicia la inserción económica y comercial del país en el contexto internacional, buscando la integración de la región latinoamericana y el apoyo al cambio de la matriz productiva. Es decir, fomenta el comercio, las inversiones, las negociaciones de bilaterales y todo tipo de estrategias que guíen al Ecuador hacia el progreso económico y la sostenibilidad.

En este contexto, la pitahaya es una fruta que se exporta a diversos países, cumpliendo una serie protocolos que garanticen y certifiquen su calidad por encima de la competencia.

Según el MIPRO (2019) al plantearse la necesidad de mejorar el sistema de exportación de la fruta, se redactó el documento: *Protocolo Técnico, Logístico y de Seguridad para la Exportación de Pitahaya*. El protocolo son parte de la Agenda de Competitividad, creando una herramienta importante para el desarrollo de planes

estratégicos del Cambio de la Matriz Productiva y fortalecer la competitividad de los productos ecuatorianos en los mercados internacionales.

El Plan Nacional de Desarrollo se convierte en el eje para la creación de nuevas leyes y políticas que favorezcan el desarrollo económico promoviendo el aumento de las capacidades productivas. En su edición 2013-2017, se agrega el objetivo 10 sobre el cambio de la matriz productiva, siendo el desafío el fomento de nuevos sectores que acepten el reto de lograr una alta productividad, sean competitivos, sostenibles, sustentables.

El Plan Nacional del Buen vivir comprueba que no han existido cambios estructurales en los patrones de producción basados en bienes primarios hasta la fecha de expedición. En esta nueva planificación se propone la creación de políticas y estrategias enmarcadas en el cambio de la matriz productiva del país

Para SENPLADES (2012) la Matriz Productiva se define como el intercambio entre agentes sociales, los procesos tecnificados y económicos dentro de la creación de bienes y los servicios.

Las garantías de un cambio de matriz productiva propuestas por el Gobierno del presidente Rafael Correa estaban contempladas en un marco de apoyo público garantizado. De acuerdo al art. 5 del Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones, el gobierno promoverá el desarrollo del sector productivo y la transformación de la matriz productiva, creando leyes e incentivos que tengan la finalidad de reducir los bienes primarios sin valor agregado.

El gobierno dentro del periodo de estudio ha promovido varias legislaciones que buscan promover a los sectores estratégicos y productivos:

El Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización se encarga el fomento de actividades productivas en coordinación con los Gobiernos Autónomos Descentralizados, administrando y entregando recursos a cada GAD para promover el desarrollo. Tal como lo establece el COPCI, ir eliminando los desequilibrios territoriales y entregando provisiones de bienes públicos para el desarrollo.

En cuanto a la promoción del precio justo, este es un tema relevante para determinar precios a nivel nacional, e influir en los precios internacionales de los productos que forman parte de la oferta exportable del país. La ley de Poder de Mercado, registrada en el año 2011, busca fomentar la desconcentración económica, evitar prácticas monopólicas y oligopólicas, reducir las distorsiones de la intermediación e impulsar el comercio justo.

La Ley de Abono Tributario, modificada en el 2014, permite la entrega de abonos tributarios a aquellos exportadores cuyo nivel de ingreso a los mercados a presentado alguna disminución, por motivos de niveles arancelarios o imposición de sanciones unilaterales. Estos certificados de abono tributario permiten al sujeto pasivo cancelar cualquier obligación tributaria contraída con el sistema financiero público.

Por otro lado, la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, permite el reintegro del IVA pagado en adquisiciones locales o importaciones de bienes que se exporten, así también como materias primas, insumos, servicios y activos utilizados en procesos de fabricación y comercialización de bienes que se exporten. Esta devolución se aplica de igual forma a proveedores directos de exportadores de bienes y en la adquisición de activos fijos. En esta misma ley, se estipula la exención de impuesto a consumos especiales a los exportadores habituales.

En el año 2019, se reforma el COPCI, implementando la Ley de Simplificación Tributaria, que entrega a los exportadores la opción de ingresar a un procedimiento simplificado de devolución de impuestos al comercio exterior, a excepción del IVA. Esta devolución se efectúa automáticamente después de la presentación de la Declaración Aduanera de Exportación. La Ley Simplificación Tributaria, también define el valor de ventas brutas para el cálculo del impuesto a la renta para actividades de producción, comercialización y exportación en el sector agropecuario.

Tabla 9.

Impuesto a la Renta Único para las actividades agropecuarias destinadas a la producción y comercialización local

Producción y Comercialización Local			
Ingresos desde	Ingresos hasta	Impuesto fracción básica	% impuesto sobre fracción excedente
0	20000.00	-	0,00%
20000.01	300000.00	-	1,00%
300000.01	1000000.00	2800.00	1.40%
1000000.01	5000000.00	12600.00	1.60%
5000000.01	En adelante	76600.00	1.80%

Nota. La tabla representa el impuesto a la renta único para actividades agropecuarias de producción y comercialización. Información proporcionada por Ley de Simplificación Tributaria.

Tabla 10.

Impuesto a la Renta Único para las actividades agropecuarias destinadas a la exportación.

Exportación			
Ingresos desde	Ingresos hasta	Impuesto fracción básica	% impuesto sobre fracción excedente
0	300000.00	-	1,30%
300000.01	1000000.00	3900.00	1.60%
1000000.01	5000000.00	15100.00	1.80%
5000000.01	En adelante	87100.00	2.00%

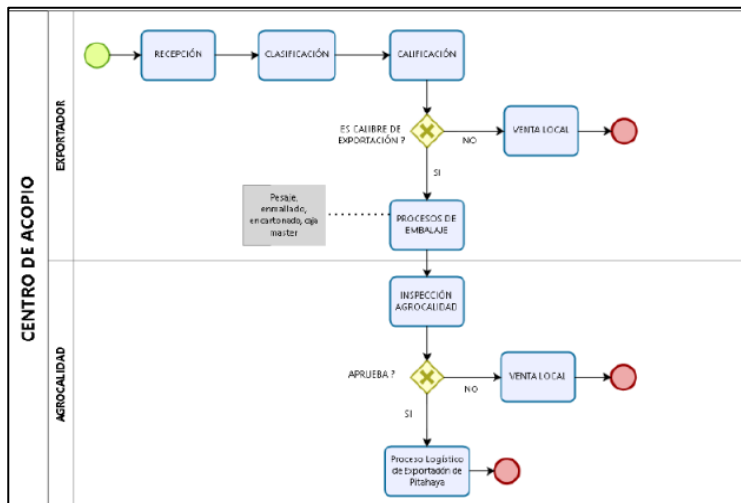
Nota. La tabla representa el impuesto a la renta único para actividades agropecuarias destinadas a la exportación. Información proporcionada por Ley de Simplificación Tributaria.

En el 2021, como medida de reactivación por los estragos económicos consecuencia de la paralización por la pandemia de Covid-19 se emitió la Ley Orgánica de Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal, con el fin de apoyar al sector exportador, entregando una reducción de 10 puntos a la tarifa del impuesto a la renta, a todas aquellas empresas que reinviertan sus utilidades en actividades productivas.

Cadena de valor de exportación de pitahaya

Figura 17.

Flujograma de procesos dentro de la cadena de valor de exportación de la pitahaya



Nota. Ilustración obtenida en (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2019)

Las recomendaciones técnicas que deben cumplir en los procesos de empaque y acopio como expresa el Protocolo son las siguientes:

- El sitio elegido para acopio de la fruta debe realizarse la limpieza de forma diaria, libre de escombros, basuras y desechos.
- El sitio elegido para empaque y acopio deben estar techados para evitar que agua filtrada por lluvias humedezca la fruta o los materiales de empaquetado.
- Realizar el cerrado con materiales como de tela metálica o lona plástica, con el fin de evitar el ingreso de insectos a la carga, y el posterior riesgo de contaminación de la fruta.
- El proceso de empaque debe realizarse a la par de la cosecha con el fin de garantizar la supresión de plagas.

- Constatar que las líneas de empaque se mantengan limpia y en correcto funcionamiento
- El área de carga debe estar al nivel de las unidades de transporte, o a su vez contar con rampas móviles o fijas.
- Se recomienda que en los andenes de carga cuenten con sistemas de refrigeración que permitan que la conservación de la cadena de frío al pasar al transporte especializado.

El empaquetado de la fruta debe cumplir con las normas del país de destino. Los empaques deben ser diseñados, al igual que el embalaje, según lo establecido por la norma internacional ISO 7001, y debe siempre proteger, contener a la fruta, conservar su temperatura, garantizando la calidad y durabilidad hasta su destino final. Es necesario que la caja contenga orificios para una adecuada ventilación, y para la colocación zunchos que asegurarán firmemente las cajas. Estas acciones evitarán por menores logísticos. Por tal motivo el empaque debe ser resistente e impermeable.

Para poder representar la imagen comercial del producto, se recomienda implementar diseños que promuevan el posicionamiento de marca. Dentro del diseño debe contemplarse también el marcado del empaque, que incluye: Información del exportador, variedad, origen, calibre, e instrucciones.

Requisitos solicitados por mercados extranjeros

Existen documentación y procesos reglamentarios que toda empresa exportadora debe de seguir para que su producto pueda salir del país de origen e ingresar al país de destino. Estas reglamentaciones y lineamientos son solicitados a una autoridad delegada del país de destino en conjunto con AGROCALIDAD.

El Plan de Trabajo Operacional determina una serie de requisitos para toda aquella carga que tenga como destino Estados Unidos, entre esos son:

- 1) Permitir ingreso a los sitios de producción, procesamiento, almacenamiento y exportación
- 2) Registrar los sitios de producción y centro de acopios en la autoridad fitosanitaria del país de origen. Solamente podrán ser exportados a Estados Unidos aquellos sitios que se encuentren registrados y aprobados.
- 3) Notificar semanalmente los horarios de empaque de la fruta a la autoridad fitosanitaria del país de origen
- 4) Mantener documentación digital y físico de control de plagas
- 5) Asegurar el empaque con etiquetado correcto con códigos del sitio de producción y lugar de origen.
- 6) Cumplir con los requisitos del programa de Trampeo de Moscas
- 7) El empaque utilizado debe ser nuevo y evitar posibles infestaciones de moscas
- 8) Las cajas utilizadas en el empaque de la pitahaya deben contener información que permita conocer la trazabilidad: centro de acopio, lote, y fecha de empaque

Tras el cumplimiento de los lineamientos del Plan de Trabajo Operacional, y tras pasar un proceso de inspección, el producto podrá recibir un Certificación de Exportación para exportar hacia Estados Unidos.

Por otra parte, el Protocolo de Requisitos Fitosanitarios para La Exportación de la Fruta de Pitahaya Ecuatoriana a China, establece las pautas que los exportadores deben de seguir previamente a la exportación a China.

- 1) Los lugares de producción, empacadoras, e instalaciones de procesamiento de pitahayas para exportación deberán ser registrados por AGROCALIDAD y GACC.

- 2) Todos los lugares de producción registrados tienen que seguir las BPA para asegurar la trazabilidad en los procesos de producción, e implementar el Manejo Integrado de Plagas (MIP)
- 3) Personal del área de producción debe ser capacitado y autorizado por AGROCALIDAD. El de procesamiento, empaçado, almacenamiento y carga debe estar bajo la guía de AGROCALIDAD
- 4) Es necesario que la fruta deba pasar por procesos de clasificación, soplado y lavado.
- 5) Las etiquetas deben estar en inglés o en chino agregando la leyenda “Exportado a la República Popular de China”, además se debe agregar datos sobre el lote de producción debidamente registrado.
- 6) Para embarques aéreos, se solicita que el producto que sea cubierto con malla protectora para evitar posibles infestaciones.
- 7) Cuando se complete el proceso de inspección se entregará un certificado fitosanitario de acuerdo a las NIMF 12, y deberá recalcar que ha cumplido con el protocolo mencionado.

Perú también ha reglamentado la importación de pitahaya ecuatoriana. Para otros destinos internacionales se deberá solicitar a AGROCALIDAD el proceso de inspección previo a la obtención del certificado fitosanitaria.

Análisis de la exportación de pitahaya

Tabla 11.

Documentos requeridos para la exportación de la pitahaya

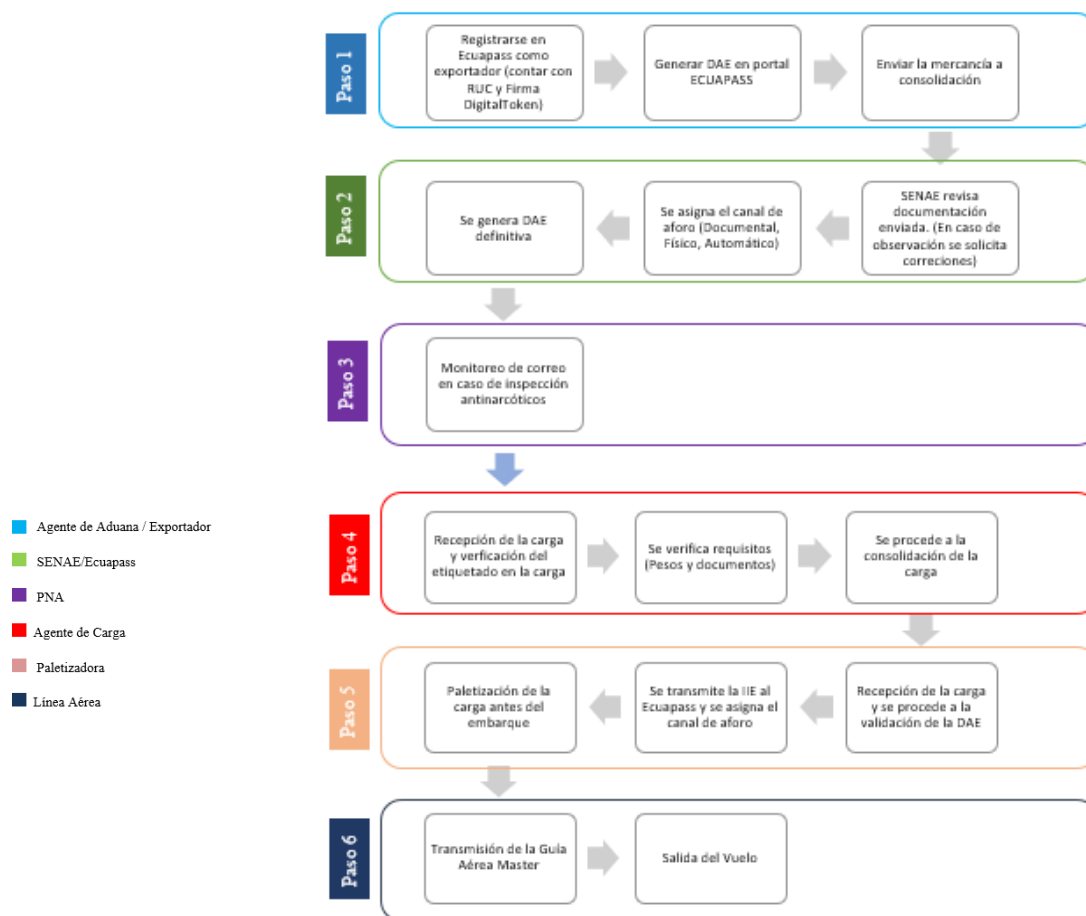
Documentos	Entidad
Declaración Aduanera de Exportación DAE	VUE-SENAE
Declaración Jurada De Origen DJO (2 años)	VUE-MCE-Entidades Autorizadas
Certificado de Origen	VUE-MCE-Entidades Autorizadas
Certificado Fitosanitario	Agrocalidad
Factura Comercial	Exportador
Air Way Bill/Bill of Landing	Agente de Carga
Guía de Remisión	Exportador
Certificado de Firma Digital (una sola vez)	Registro Civil

Nota. Información entregada por (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2019)

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, SENAE, solicita a los exportadores de productos perecibles y procedentes de la agroindustria los documentos mostrados en la tabla no. 8. Los exportadores deben cumplir con un proceso logístico para el tipo de transporte internacional que se elija para la exportación. Para las exportaciones aéreas y marítimas se debe cumplir el siguiente proceso:

Figura 18.

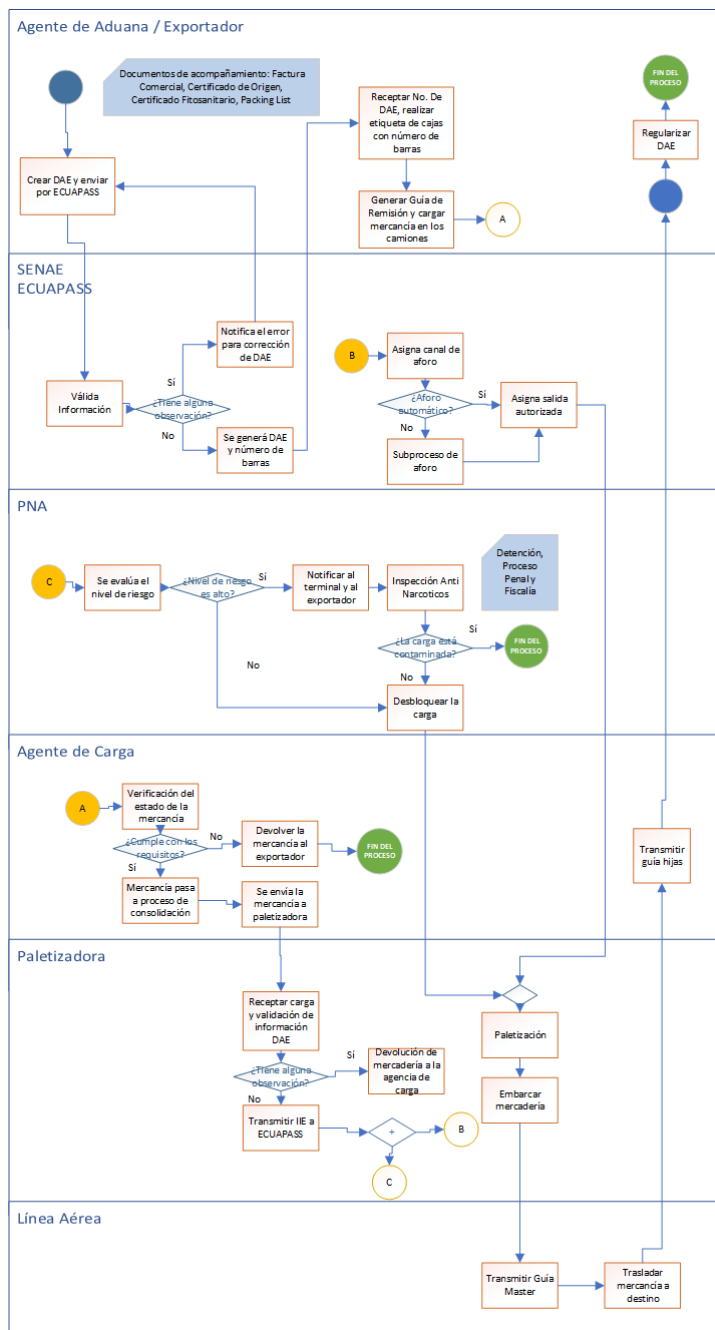
Pasos del proceso de exportación aérea de la pitahaya



Nota. Gráfico que desarrollo el proceso de exportación aérea de pitahaya. Información obtenida de (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2019)

Figura 19.

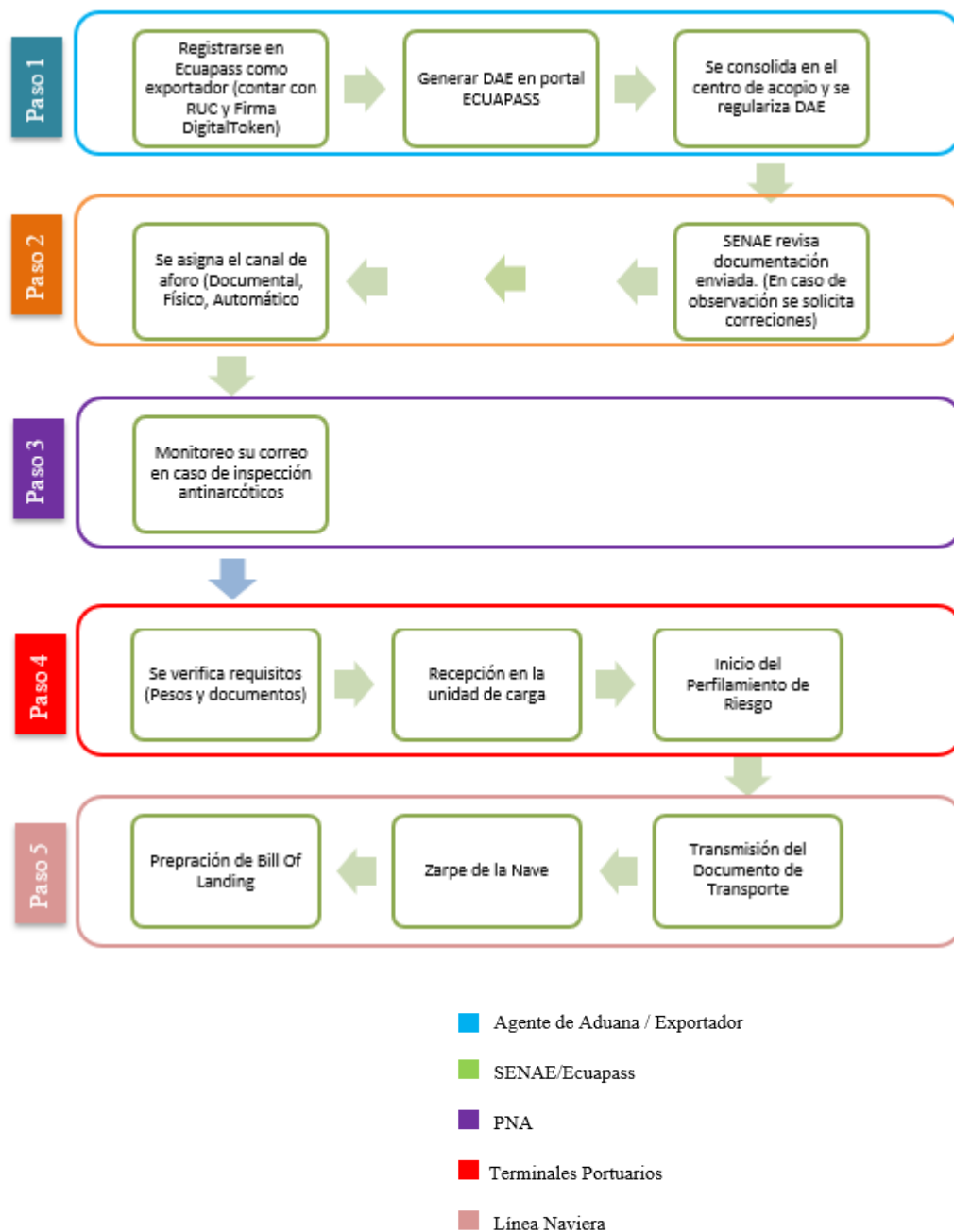
Proceso de exportación aérea de la pitahaya



Nota. Ilustración que explica el proceso y los agentes involucrados en la exportación de pitahaya vía aérea. Datos obtenidos en (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2019)

Figura 20.

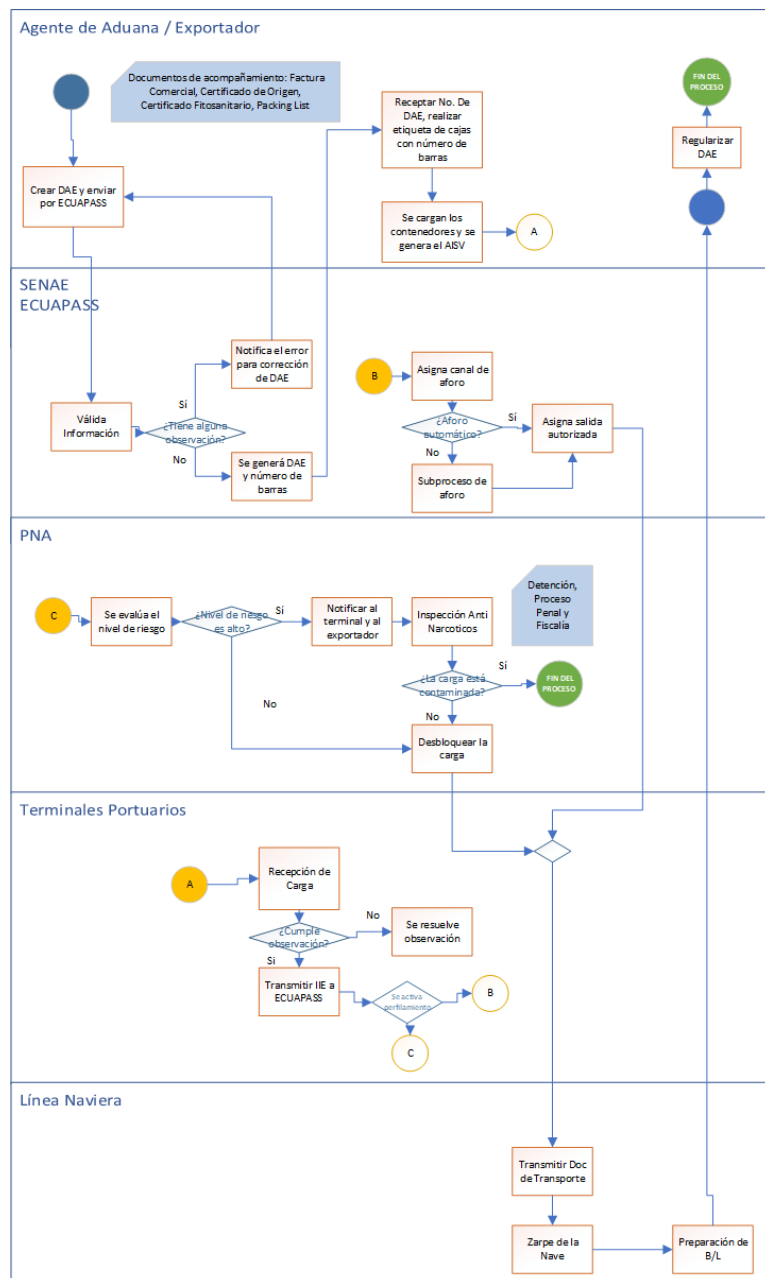
Proceso de exportación marítimo de la pitahaya



Nota. Gráfico que desarrolla el proceso de exportación marítima de pitahaya. Información obtenida de (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2019)

Figura 21.

Pasos del proceso de exportación marítimo de la pitahaya



Nota. Ilustración que explica el proceso y los agentes involucrados en la exportación de pitahaya vía marítima. Datos obtenidos en (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2019)

Análisis microambiente

En el análisis microambiente se lo realiza con los agentes económicos, empresas y otros factores que afectan al producto.

Grado de Rivalidad

El sector está definido por empresas acopiadoras, exportadoras, comercializadores y productoras. El sector asociativo está determinado por la Asociación de Productores y Comercializadores de Pitahaya-Palora.

La Asociación de Productores y Comercializadoras de Pitahaya-Palora está constituido como Economía Popular y Solidaria. Según la ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria (2011) se conceptualiza como la organización económica, donde sus integrantes organizan, desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento, y consumo de bienes y servicios con la finalidad de satisfacer las necesidades, generar ingresos, todo bajo la cooperación, reciprocidad y solidaridad. Aunque la asociación inició con 8 miembros, en la actualidad, está conformado por 120 miembros.

Por otro lado, de acuerdo a información entregada por el GAD de Palora, en la actualidad solo 10 empresas poseen certificación Global Gap, 132 cuentan con certificaciones de BPA, 32 empresas se encuentran registradas para China y 425 están registradas para exportar a Estados Unidos.

Como lo especifica la Asociación, los pequeños productores son aquellos tienen menos de 3 hectáreas, estos llegan a conformar el 80% de la producción.

Hay que distinguir que no todos los productores exportan. Muchos cultivos son utilizados como sitios de producción aprobados para exportar, sin embargo, eso no significa que el poseedor de las hectáreas sea exportador.

Identificación de Nuevos Competidores

En la actualidad, la provincia de Morona Santiago posee un total de 7084 empresas.

La inversión inicial sería la adquisición de hectáreas productivas, insumos para la siembra e insumos para la cosecha serían las primeras barreras de entrada identificables para todo aquel interesado en forma un centro productivo con fines de exportación. Sin embargo, las certificaciones, y las acciones que conllevan una certificación son los puntos más difíciles de cumplir para los nuevos exportadores-productores.

Amenaza de Productos Sustitutos

La pitahaya dentro del mercado nacional es apetecible por sus propiedades medicinales que favorecen al sistema digestivo. Los productos sustitutos son productos que cumplen esas propiedades, tales como yogures, medicinas y otros artículos que cumplen el factor de satisfacer las necesidades del consumidor habitual de la fruta. En el campo de las frutas frescas, la papaya también cumple con la propiedad principal de la pitahaya.

En el plano internacional, las exportaciones de pitahaya amarilla de Perú y Colombia son competencia regional para Ecuador. En el continente asiático, Vietnam y Camboya también son proveedores de la fruta.

El Poder de Negociación de los Clientes

El precio de la pitahaya amarilla varía durante el año. En sus fechas de cosecha, el precio del kilo de pitahaya llega a costar 2 dólares por kg. En temporada de escasez, cuesta 6,5 dólares por kg.

La sobreproducción es uno de los riesgos que los empresarios afrontan año a año. La necesidad vender y no perder, entrega a los clientes poder en la negociación del

precio. Muchos de los productores-exportadores son precios aceptantes a las peticiones de sus clientes, para evitar perder la fidelización con clientes, y los riesgos de no obtener ventas e ingresos.

Los mercados de Estados Unidos y Europa son lo más exigentes en la calidad del producto. El mercado asiático y sudamericano son negociantes en el precio.

El Poder de Negociación de los Proveedores

Como antes mencionamos, Ecuador, Perú y Colombia son los principales proveedores regionales de la fruta. Los tres países han posicionado sus exportaciones en los distintos continentes.

Tabla 12.

Precio unitario de productos exportados por Colombia subpartida 08109040

Importadores	Valor unitario FOB*, dólar americano/Kilogramos				
	2016	2017	2018	2019	2020
Mundo	6,63	6,19	5,81	5,53	5,47
Brasil	6,31	7,47	8,31	6,72	6,76
Hong Kong, China	4,34	4,32	4,09	4,38	4,09
España	8,26	8,46	7,53	6,14	5,07
Países Bajos	7,26	6,46	6,33	6,25	6,81
Francia	6,63	6,19	5,81	5,53	5,47

Nota. Tabla que representa los precios unitarios de la exportación de pitahaya de Colombia. Datos obtenidos en Trade Maps.

Ecuador y Colombia tienen en común tres destinos importantes como Hong Kong, Países Bajos y Francia. Para el país asiático, Colombia presenta precios más reducidos, sin embargo, para Países Bajos y Francia, Ecuador exporta a precios más competitivos.

Tabla 13.

Precio unitario de productos exportados por Ecuador subpartida 08109040

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Importadores	Valor unitario, dólar americano/Toneladas					
Mundo	5.90	5.75	6.02	7.03	5.20	4.13
Estados Unidos de América	2.25	3.96	5.00	6.96	5.05	4.61
Hong Kong, China	8.09	6.77	6.97	7.00	5.06	6.53
Canadá	6.37	4.99	6.62	8.02	7.77	4.97
España	4.24	4.03	4.34	4.75	5.35	4.26
Singapur	8.46	7.07	7.53	6.64	8.61	8.75
Países Bajos	7.98	6.42	5.99	9.44	3.84	5.86
Francia	4.19	4.87	4.59	4.62	6.92	5.01
Colombia	0.12	0.00	0.00	7.03	0.16	0.19
Malasia	10.36	10.00	7.84	7.33	10.59	9.74
Italia	6.00	5.29	3.63	4.19	3.69	3.17

Nota. Tabla que representa los precios unitarios de la exportación de pitahaya de

Ecuador. Datos obtenidos en Trade Maps.

otros proveedores en el continente son México y Costa Rica.

Matriz FODA

El análisis FODA permite determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que enfrenta un país, un sector, o una empresa durante un periodo de tiempo. Las características internas se definen de acuerdo con las fortalezas y debilidades, y las características externas con las oportunidades y amenazas.

Tabla 14.*Matriz FODA*

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Sector que cuenta con protocolos y guías para la exportación y el manejo de plagas. • 99% de los productores son dueños de sus tierras. • Exportaciones durante COVID-19 no pararon. Las exportaciones del 2020 superaron al 2019. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acuerdos de libre comercio bilaterales y multilaterales reducen las barreras arancelarias en el exterior. • Leyes proveen incentivos al sector exportador. • Certificaciones son un atractivo para ingresar a nuevos mercados
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Contrabando en las fronteras con Perú y Colombia. • La especulación de los precios afecta a la exportación y a las ganancias de los productores. • Se registra que Ecuador sigue siendo un país que exportar materia prima y no cuenta totalmente con la industrialización de productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • La corrupción afecta al desarrollo económico, especialmente a los niveles de inversión, crecimiento, igualdad, y bienestar de la economía. • La inestabilidad política trae consigo retrasos en la cadena logística. • La crisis logística internacional afecto a las exportaciones del sector agroexportador.

Nota. El cuadro argumenta las fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas del análisis macroambiente y microambiente en torno al sector exportador de pitahaya.

Capítulo IV

Crecimiento de la pitahaya en la región sudamericana

Producción de pitahaya en el Mundo.

La pitahaya es conocida como una fruta exótica con una forma particular y atractiva por su forma y color. Para los autores (Verona, Urcia, & L., 2020) “la fruta del dragón” tiene su origen en Centroamérica. A nivel global, Vietnam es uno de los principales exportadores, siguiendo con Taiwán y la República de China.

Producción de pitahaya en América del Sur.

El cultivo de pitahaya amarilla en América del Sur radica en los países de Ecuador, Colombia, Perú, y en menor proporción, Venezuela. En Centroamérica, países como Costa Rica, México y Guatemala, la proporcionalidad de cultivo se inclina por el cultivo de la variante de cascara roja.

Distribución global.

Conforme el proyecto de la institución ESPOL para potenciar la producción de pitahaya en el territorio nacional (2022) *Ecuador es líder en exportación en la variedad de pitahaya amarilla, seguido por Colombia.*

Tabla 15.*Principales exportadores de productos clasificados en la subpartida 081090*

Exportadores	Valor FOB Exportado (miles de dólares americanos)										
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Ecuador	918.00	1371.00	1571.00	2122.00	2487.00	5454.00	10228.00	15786.00	41598.00	69241.00	92677.00
Colombia	37838.00	43674.00	48462.00	51321.00	56562.00	55031.00	57044.00	62041.00	74863.00	80197.00	76931.00
Perú	4061.00	11720.00	14535.00	17910.00	27125.00	36247.00	41180.00	59914.00	71178.00	68209.00	63788.00
México	10941.00	9170.00	12907.00	12422.00	15917.00	17649.00	21989.00	27966.00	25752.00	28535.00	42814.00
Chile	14857.00	22573.00	19310.00	17413.00	17299.00	10151.00	10293.00	11664.00	13886.00	11051.00	12507.00
Viet Nam	146.40	182.23	391.39	252.15	322.64	545.71	1.144.740	1.479.306	1.563.283	1.549.394	1.341.076
Tailandia	169.42	272.66	349.54	344.90	320.95	358.22	415.41	709.18	640.48	785.92	630.15
Países Bajos	136.71	178.29	126.52	149.14	181.81	161.41	219.32	236.41	286.54	293.64	305.91
China	93.09	128.54	162.66	183.82	178.89	296.37	167.99	126.47	160.00	244.84	252.80
Turquía	59.55	70.64	74.03	112.02	108.94	97.03	104.25	97.30	115.03	98.17	126.08

Nota. La tabla detalla los principales países exportadores de productos clasificados dentro de la partida 081090

En la exportación mundial, Vietnam y Tailandia son los principales exportadores para las frutas categorizadas exóticas. Para el 2020, el país vietnamita afianzo un ingreso total de 1.341.076 dólares americanos por conceptos de exportación, y para el 2021, el 17,71% de las exportaciones eran acaparados por productos dentro de la subpartida 081090.

En otra instancia, los mayores exponentes de la importación de la pitahaya son:

- (a) En Europa: Holanda, Francia, Bélgica, España y Reino Unido
- (b) En Asia: Japón y Hong Kong.
- (c) En América: Estados Unidos, Canadá y Brasil

Los mercados con controles de cuarentena más exigentes son Estados Unidos y Japón. La mayoría de estos requisitos que son solicitados por estos mercados abarcan factores en relación a la calidad, cantidad, sanidad, inocuidad, tamaño y continuidad de oferta durante el año. (Betancourt, 2010)

Competencia a nivel regional

Como lo expresa la revista Vistazo (2022) el Ecuador exporta pitahaya a 56 países, tomando Perú el ultimo que ingreso a la lista, siendo los puntos clave de destino Estados Unidos, seguido por Canadá, Colombia y Singapur.

Dentro de la nomenclatura NANDINA la pitahaya se encuentra clasificada de la siguiente forma:

Tabla 16.

Clasificación arancelaria pitahaya según nomenclatura NANDINA

Código Arancelario	Descripción
08	Frutos y Frutos Comestibles, corteza de agrios (cítricos, melones o sandías)
08.10	Las demás frutas u otros frutos, frescos
08.10.90.40	Pitahayas (Cereus Spp.)

Nota. El cuadro describe la clasificación arancelaria de la pitahaya.

El mayor inconveniente al realizar un análisis de las exportaciones ecuatorianas de pitahaya, es la falta de una subpartida específica para la especie *Hylocereus Megalanthus*. No obstante, la pitahaya amarilla es la de mayor demanda del mercado internacional.

Para efectos del estudio comparativo de la oferta exportable en el mercado internacional, se contempla un análisis entre naciones de América del Sur con exportaciones significativas de pitahaya con su subpartida específica 08109040.

En la tabla 16, los principales exportadores de productos clasificados en la subpartida 081090 en la región de América del Sur, comprenden a Ecuador, Perú y Colombia.

Sus exportaciones por valor y kilogramos, dentro del periodo 2010 a 2021, son las siguientes:

Tabla 17.*Exportaciones de la subpartida 08109040 de Ecuador hacia el mundo en miles de dólares*

Importadores	Valor exportado											
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Mundo	193.00	319.00	442.00	754.00	1,240.00	3,267.00	6,952.00	12,879.00	31,997.00	44,048.00	66,433.00	91,174.00
1 Estados Unidos de América	-	-	-	-	-	-	-	1,417.00	9,266.00	19,115.00	32,756.00	69,677.00
2 Hong Kong, China	-	6.00	27.00	77.00	483.00	1,747.00	4,140.00	7,454.00	17,938.00	17,768.00	19,886.00	11,212.00
3 Singapur	90.00	105.00	225.00	302.00	416.00	646.00	808.00	1,078.00	1,244.00	2,079.00	3,736.00	3,255.00
4 España	28.00	22.00	35.00	82.00	50.00	82.00	157.00	190.00	356.00	823.00	969.00	1,633.00
5 Canadá	1.00	10.00	18.00	29.00	-	93.00	828.00	1,140.00	1,475.00	1,533.00	2,623.00	1,296.00
6 Países Bajos	5.00	46.00	53.00	69.00	110.00	168.00	385.00	371.00	384.00	660.00	1,755.00	1,282.00
7 Francia	59.00	111.00	59.00	73.00	63.00	107.00	173.00	686.00	848.00	866.00	1,496.00	1,023.00
8 Malasia	-	-	-	3.00	15.00	75.00	121.00	218.00	277.00	586.00	1,687.00	914.00
9 Emiratos Arabes Unidos	-	-	-	47.00	31.00	20.00	59.00	105.00	126.00	483.00	885.00	167.00
10 Colombia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	27.00	164.00
11 Reino Unido	-	-	-	-	-	73.00	-	-	-	-	61.00	161.00
12 Rusia, Federación de	-	-	-	1.00	-	-	1.00	9.00	10.00	36.00	44.00	113.00
13 Filipinas	-	-	-	20.00	12.00	-	7.00	-	-	-	38.00	90.00
14 Alemania	2.00	1.00	4.00	7.00	3.00	7.00	29.00	12.00	5.00	2.00	29.00	65.00
15 Camboya	-	-	-	-	-	-	-	-	10.00	26.00	242.00	52.00
16 Italia	-	-	-	-	-	3.00	22.00	8.00	29.00	38.00	23.00	51.00

Nota. La tabla detalla las exportaciones en valor exportado por Ecuador durante los años 2010 al 2021. Tomado de Trade Maps ITC.

Tabla 18.*Exportaciones de la subpartida 08109040 en kg de Ecuador hacia el mundo*

Importadores		Cantidad exportada/Kilogramos											
		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
	Mundo	41	72	73023	98	124209	345434	871019	1935	5153	7499	13209	18950
1	Estados Unidos de América								231	1909	3794	7415	14713
2	Hong Kong, China		1	4204	8	41234	175688	511652	1094	2558	2679	3619	1696
3	Colombia											32	921
4	Singapur	10	11	20584	27	36972	60574	95626	150	159	313	445	375
5	España	8	6	9133	13	7512	12145	20925	35	68	156	162	335
6	Canadá	0	2	3359	4		20041	125608	201	208	202	367	275
7	Países Bajos	1	8	11264	12	14373	19246	41244	61	52	69	408	190
8	Francia	18	40	19954	15	11032	17717	25458	100	132	153	204	176
9	Malasia				0	1096	6468	11106	22	35	79	173	116
10	Emiratos Árabes Unidos				9	5091	2607	7287	12	16	34	80	31
11	Reino Unido						7988					4	26
12	Camboya									1	5	13	22
13	Italia						438	3840	1	8	7	6	21
14	Filipinas				2	995		800				8	19
15	Rusia, Federación de				0			183	1	1	5	7	18
16	Alemania	0	1	1254	1	793	658	2646	1	1	0	5	12

Nota. La tabla detalla las exportaciones en kilogramos por Ecuador durante los años 2010 al 2021. Tomado de Trade Maps ITC.

Tabla 19.*Exportaciones de la subpartida 08109040 de Colombia hacia el mundo en miles de dólares*

	Importadores	Valor exportado											
		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
	Mundo	1,621.00	2,033.00	2,010.00	2,376.00	2,381.00	2,822.00	2,357.00	2,244.00	2,983.00	3,133.00	2,143.00	3,093.00
1	Países Bajos	135.00	135.00	152.00	167.00	114.00	174.00	168.00	166.00	227.00	242.00	565.00	615.00
2	Emiratos Árabes Unidos	38.00	41.00	60.00	59.00	126.00	181.00	159.00	185.00	175.00	278.00	168.00	480.00
3	Brasil	189.00	429.00	417.00	462.00	413.00	623.00	355.00	533.00	689.00	614.00	294.00	192.00
4	Canadá	93.00	38.00	38.00	288.00	226.00	272.00	159.00	226.00	122.00	151.00	164.00	279.00
5	Reino Unido	33.00	36.00	17.00	18.00	19.00	21.00	40.00	35.00	33.00	31.00	34.00	302.00
6	España	92.00	125.00	112.00	69.00	80.00	69.00	88.00	127.00	261.00	260.00	211.00	260.00
7	Francia	238.00	244.00	126.00	281.00	314.00	305.00	309.00	233.00	189.00	151.00	112.00	228.00
8	Alemania	161.00	196.00	106.00	60.00	54.00	19.00	16.00	14.00	15.00	17.00	14.00	29.00
9	Kuwait	-	-	-	-	-	-	-	1.00	2.00	3.00	14.00	69.00
10	Italia	12.00	7.00	1.00	3.00	3.00	3.00	-	6.00	27.00	24.00	30.00	46.00
11	Curaçao	-	7.00	13.00	19.00	7.00	-	-	11.00	23.00	20.00	36.00	61.00
12	Panamá	16.00	25.00	32.00	44.00	34.00	35.00	26.00	31.00	48.00	34.00	48.00	63.00
13	Hong Kong, China	402.00	355.00	556.00	557.00	509.00	693.00	625.00	368.00	650.00	874.00	213.00	112.00
14	Qatar	-	-	-	-	1.00	2.00	-	-	-	3.00	8.00	54.00
15	Rusia, Federación de	-	-	1.00	4.00	5.00	2.00	1.00	6.00	37.00	28.00	43.00	67.00
16	Bélgica	7.00	6.00	5.00	8.00	9.00	6.00	13.00	7.00	10.00	22.00	18.00	13.00

Nota. La tabla detalla las exportaciones en valor exportado por Colombia durante los años 2010 al 2021. Tomado de Trade Map.

Tabla 20.*Exportaciones de la subpartida 08109040 en kg de Colombia hacia el mundo*

Importadores		Cantidad Exportada/Kilogramos												
		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
	Mundo	446424	637203	389127	307668	302553	389872	355625	362281	513202	566897	391968	533106	470802
1	Brasil	45216	199974	78567	52313	57887	101151	81739	123514	168570	140077	71953	49312	84375
2	Países Bajos	19449	17806	18935	20261	15522	24224	26606	22222	27310	36028	83544	96364	80769
3	Emiratos Árabes Unidos	6619	6080	6420	8125	19551	25459	23470	23150	22433	36236	24984	63606	68493
4	Canadá	16559	9393	4621	41751	27248	36479	19923	32396	31851	30926	31948	43778	60367
5	Reino Unido	4813	19322	1952	2384	2543	2877	5951	4022	3277	4525	5143	47007	32153
6	España	13424	33790	15112	8793	9175	9891	12124	19647	41201	41603	30992	42923	24950
7	Curaçao		2219	3978	3743	1811			2575	6207	8992	15498	31789	19770
8	Panamá	3565	5613	5737	7575	5419	8049	6722	9860	15101	10351	14061	19197	17277
9	Francia	34086	48850	22253	47122	49245	54250	55502	37111	30871	36556	19324	36151	16465
10	Alemania	42144	63530	20465	7334	6919	3199	2346	2081	1617	2189	2424	5604	12134
11	Italia	2624	1125	327	240	365	320		1049	8804	3711	3878	10770	11637
12	Kuwait								186	340	685	2582	9624	9915
13	Hong Kong, China	219872	133365	140343	61682	56727	81431	75677	43487	86308	142334	42028	21209	6184
14	Qatar					113	375				303	1046	8380	6101
15	Rusia, Federación de			131	605	818	325	93	618	4270	4836	5103	8127	4866
16	Bélgica	1473	1102	478	761	845	704	1478	905	1267	2785	2907	2183	4674

Nota. La tabla detalla las exportaciones en kilogramo por Colombia durante los años 2010 al 2021. Tomado de Trade Map.

Tabla 21.

Exportaciones de la subpartida 08109040 en de Perú hacia el mundo en miles de dólares

	Importador	Valor Exportado											
		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1	Canadá	12,773	1,079	170.40					1,170				
2	Italia				63	3	1.70	47.50	32	34	294.62	82	70.90
3	España							90.91		1		45	714
4	Aruba						1,449	8,156.39	7,368.71	23,034.22	6,200	3,960	
5	Francia								5,227.53	664.96	168	1,054.20	
6	Vietnam								9,706.40	14,705			
7	Estados Unidos									500			
8	Países Bajos										11.79	90.57	2,979.52
9	Hong Kong										3.50		
10	Alemania										622.39	99.60	
11	Filipinas										20,000		
12	Suiza												70.80
13	Agua Inter								1,074.41				

Nota. La tabla detalla las exportaciones en valor exportado por Perú durante los años 2010 al 2021. Tomado de Data Sur.

Tabla 22.*Destinos de exportaciones de la subpartida 08109040 en kg de Perú hacia el mundo*

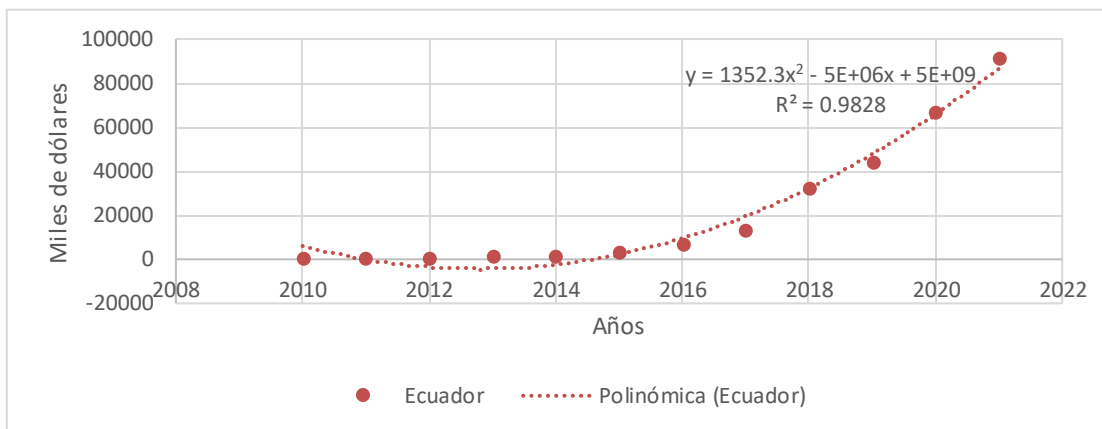
	Importadores	Cantidad Exportada/Kilogramos											
		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1	Canadá	3011.78	173.52	52.14					151.43				
2	Italia				7.92	7.89	1.9	16.72	10.88	22.44	144.37	22.48	23.68
3	España							34.87		5.33		11.08	244.08
4	Aruba							363.31	1842.93	1496.29	2578.16	593.53	707.87
5	Francia									976.9	205.26	46.84	283.02
6	Vietnam									15201	1196		
7	Estados Unidos									68.56			
8	Países Bajos										118.46	420.21	1263.31
9	Hong Kong										4.58		
10	Alemania										169.37	30.18	
11	Filipinas										2385		
12	Suiza												25.15
13	Aguas Int.								466				

Nota. La tabla detalla las exportaciones en kilogramo por Perú durante los años 2010 al 2021. Tomado de Data Sur.

A continuación, nos enfocamos en el análisis comparativo de las exportaciones de pitahaya amarilla en la región sudamericana.

Figura 22.

Exportaciones de Ecuador de pitahaya subpartida 08109040 en miles de dólares

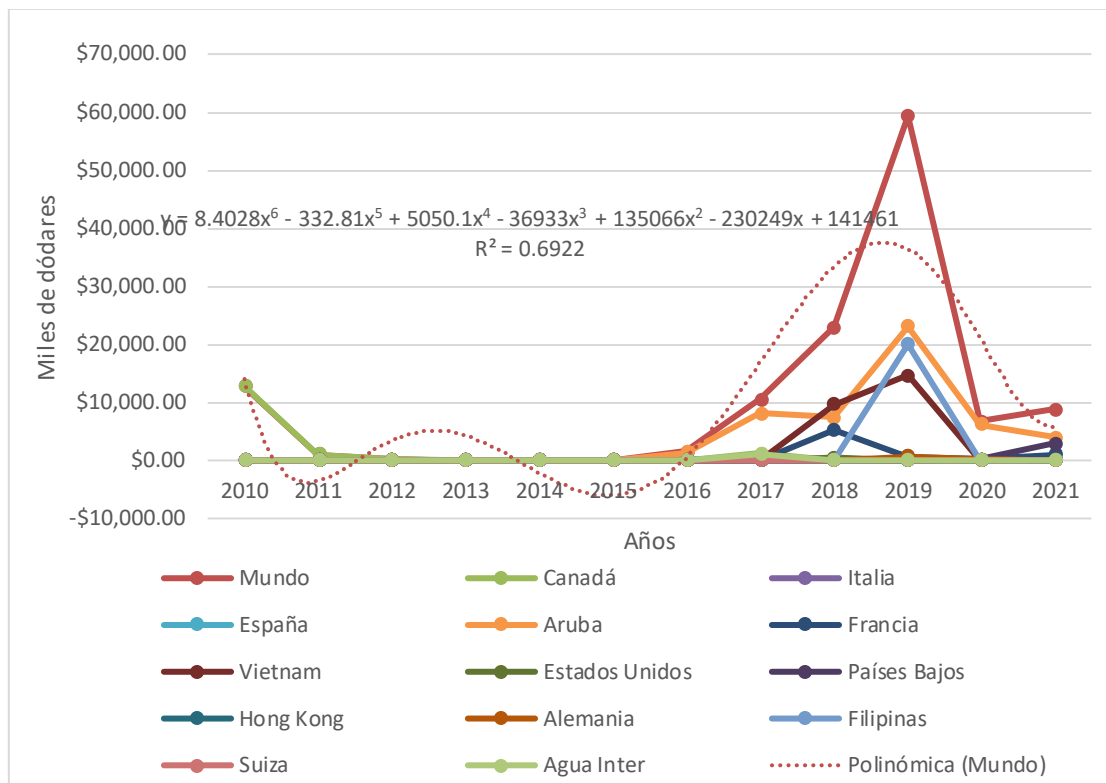


Nota. El gráfico demuestra la tendencia de las exportaciones ecuatorianas entre el 2010 al 2021.

Las exportaciones de Ecuador al mundo presentan un desenvolvimiento ascendente desde el 2010 al 2021. En la tabla n.12 demuestra como la producción de pitahaya ha aumentado de 1.997 Tn en el 2012 a 8637 Tn en el 2021, registrando un crecimiento del más del 300%, este resultado demuestra que las exportaciones han incrementado a través de los años de estudio.

Figura 23.

Exportaciones de Perú de pitahaya subpartida 08109040 en miles de dólares



Nota. El gráfico demuestra la tendencia de las exportaciones peruanas entre el 2010 al 2021.

Colombia y Perú figuran como la competencia regional de exportación de pitahaya, aunque ambos países también son importadores de pitahaya ecuatoriana.

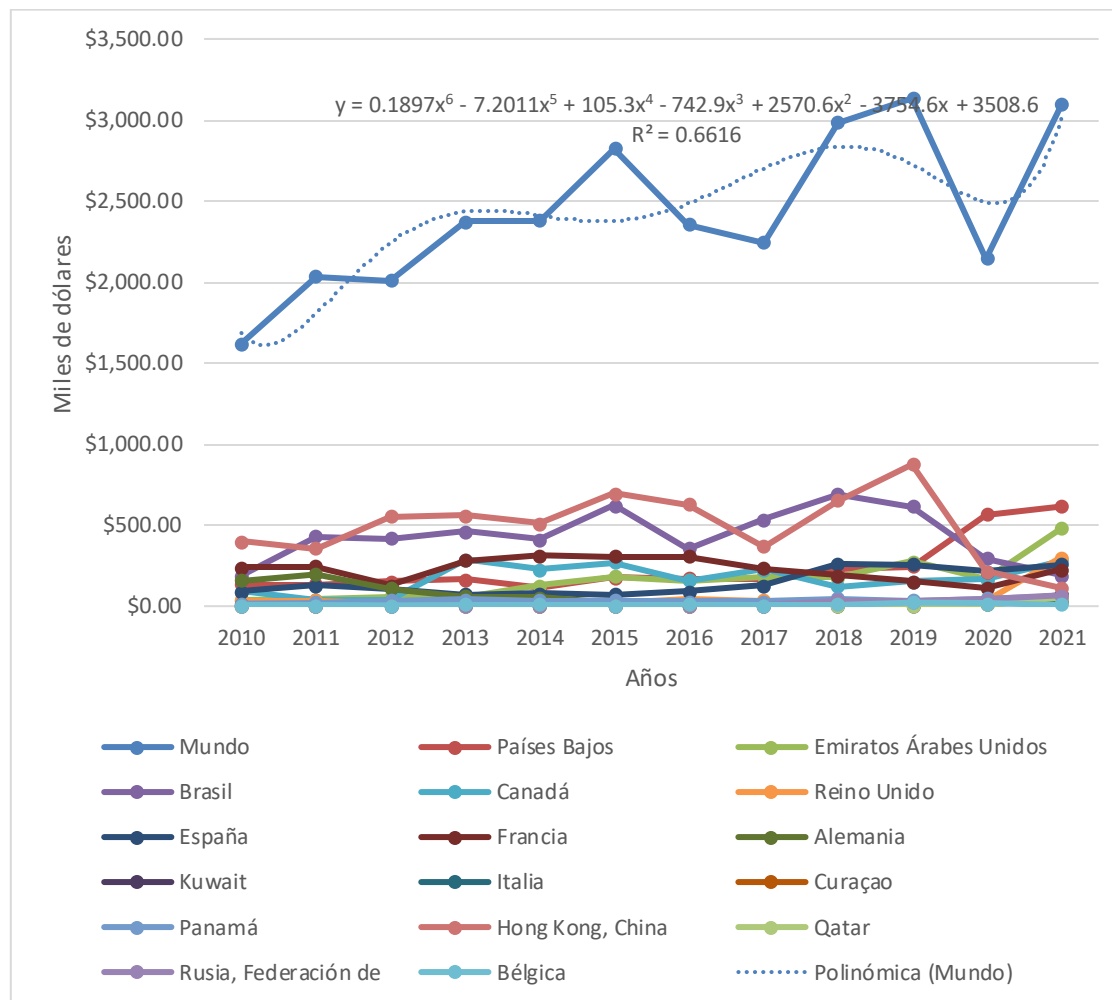
Las exportaciones peruanas de la fruta inician de forma exitosa con Canadá como principal socio comercial, no obstante, sin estabilidad comercial, las relaciones comerciales por la exportación de pitahaya se redujeron a cero de forma abrupta.

En conjunto, las exportaciones de Perú tienen su punto álgido en el año 2019 superando al total de las exportaciones ecuatoriana de la fruta en ese mismo año. Aunque, el declive inminente en el año 2020, demuestra los estragos que la emergencia

sanitaria por Covid-19 tuvo en el sector exportador de pitahaya peruana. Las exportaciones del 2019 dejan una lección importante para Perú, existen mercados extranjeros, como Filipinas y Aruba, que no han sido explotados.

Figura 24.

Exportaciones de Colombia de pitahaya subpartida 08109040 en miles de dólares



Nota. El gráfico demuestra la tendencia de las exportaciones colombianas entre el 2010 al 2021.

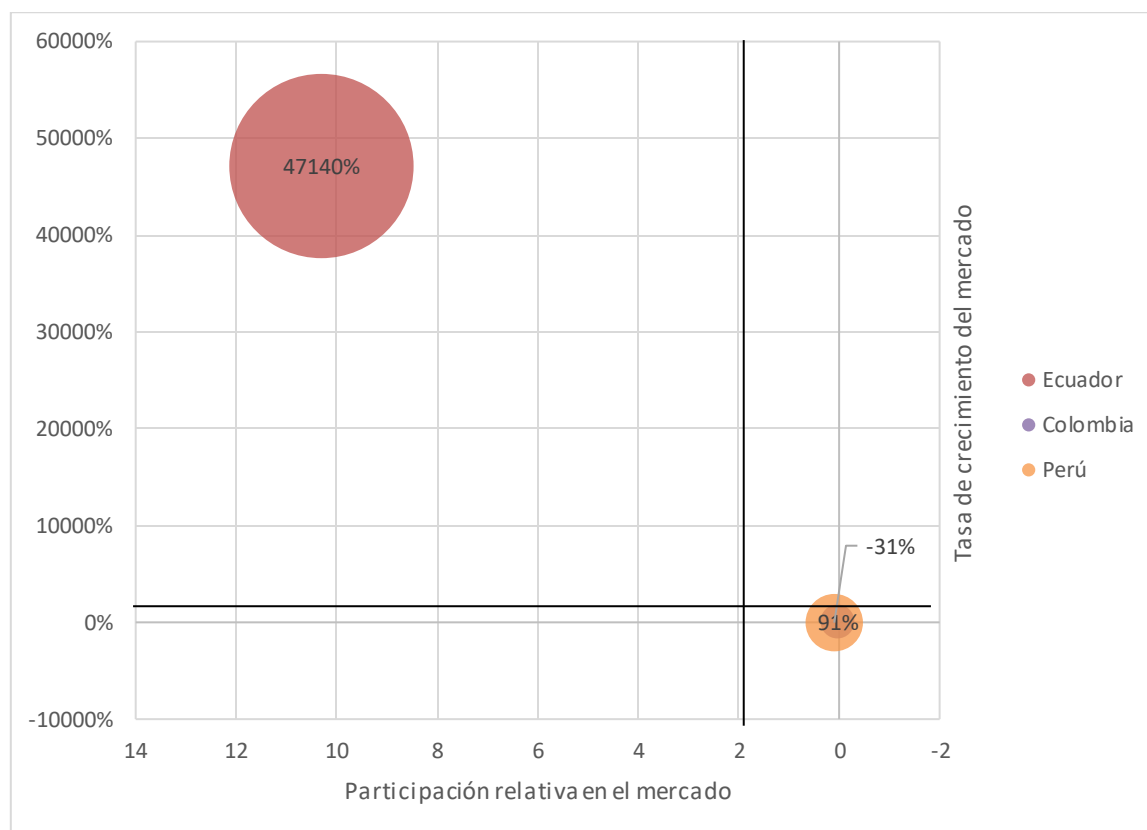
De forma más estable, Colombia se ha desenvuelto con constancia con sus socios comerciales, pero sin superar el ritmo de las exportaciones ecuatorianas. En el global,

Colombia ha superado una tasa de crecimiento del 90%. De acuerdo a la tabla no. 19, Países Bajos, Brasil, Canadá y Emiratos Árabes Unidos son sus principales importadores de pitahaya.

Seguidamente el cuadro comparativo a través de Matriz BCG en el cual establecemos la participación de las exportaciones a nivel regional.

Figura 25.

Matriz BCG, participación en el mercado suramericano de exportaciones de pitahaya



Nota. El gráfico demuestra el posicionamiento de las exportaciones regionales entre el 2010 al 2021.

Ecuador se presenta en el cuadrante “Estrella”. Este cuadrante se define con una alta participación, sin lugar a dudas la tasa de crecimiento es superior al 47000% que

genera una gran liquidez al sector exportador de pitahaya y el sector general de exportaciones.

Perú y Colombia se encuentran en el cuadrante “Perros”. Este cuadrante se define como de baja participación y que genera pocos ingresos. Las exportaciones de Perú de pitahaya crecieron un 91% dentro de los años de estudio, y Colombia, contrajo sus exportaciones en un 31%. ¿Vale la pena seguir exportando pitahaya para ambos países? Perú ha abierto las importaciones reglamentadas de pitahaya originarias de Ecuador, demostrando que el producto ecuatoriano tiene mejor posicionamiento en el mercado internacional.

Tabla 23.

Cálculos de matriz BCG

Países	2010				2021				PARTICIPACIÓN RELATIVA	TASA DE CRECIMIENTO
	KG	%	VENTAS	%	KG	%	VENTAS	%		
<i>Ecuador</i>	41	1%	\$193	1%	18950	86%	\$91,174	88%	10.303	47140%
<i>Colombia</i>	638	17%	\$1,621	11%	534	2%	\$3,093	3%	0.0339	91%
<i>Perú</i>	3012	82%	\$12,773	88%	2548	12%	\$8,849	9%	0.097	-31%
Total	3691	100%	\$14,587	100%	22032	100%	\$103,116	100%		

Nota. El gráfico demuestra los cálculos que definen el posicionamiento de las exportaciones regionales entre el 2010 al 2021.

Capítulo V

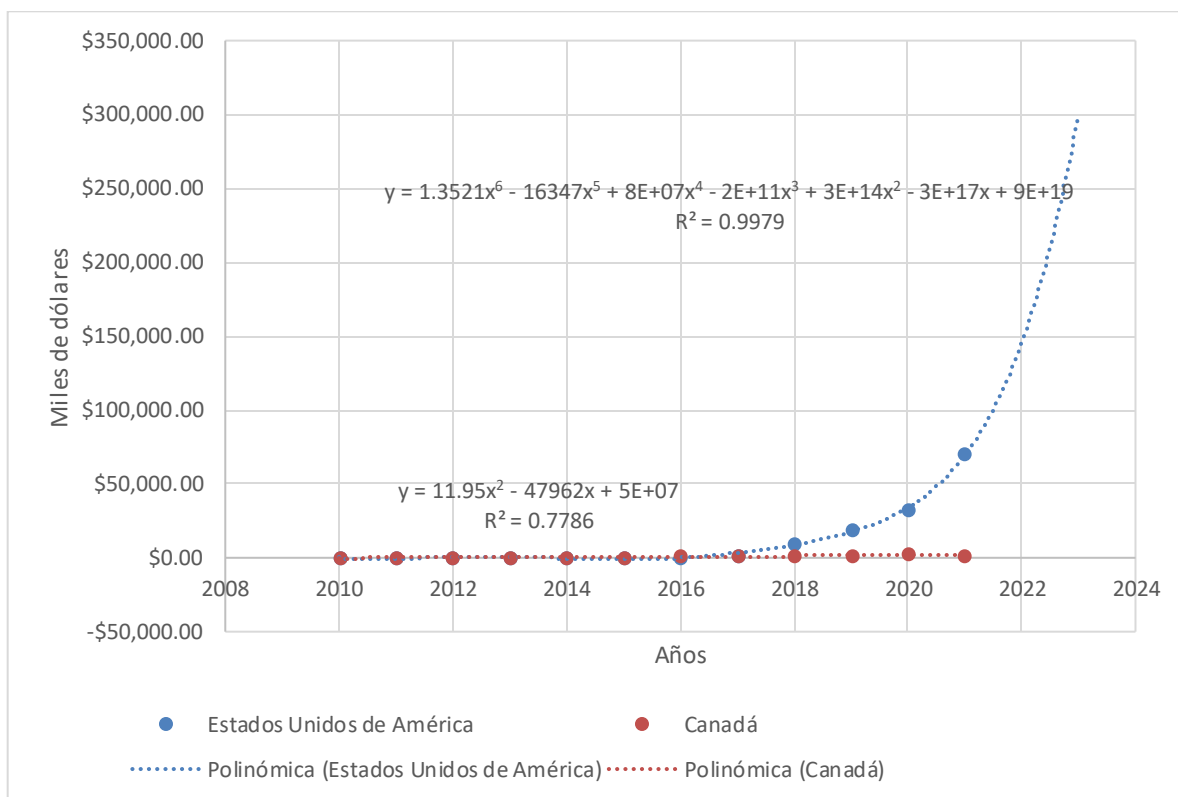
Análisis de tendencias

Tendencias y comportamientos

A continuación, las exportaciones de Ecuador hacia las distintas regiones internacionales:

Figura 26.

Exportaciones de Ecuador de pitahaya subpartida 08109040 en miles de dólares hacia norteamérica



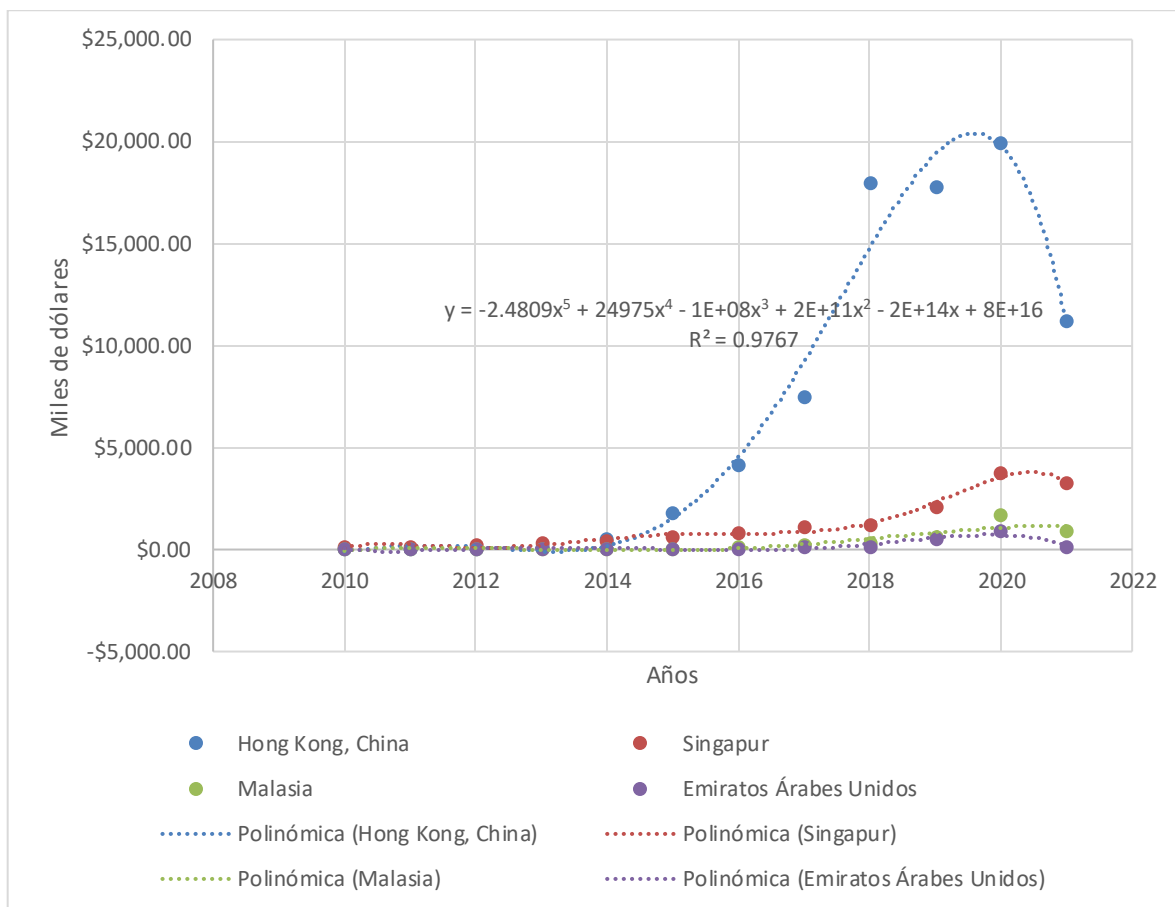
Nota. El gráfico demuestra la tendencia de las exportaciones de Ecuador hacia norteamericano entre el 2010 al 2021.

La apertura de las exportaciones para Estados Unidos comienza en el 2017, y en el 2021 se establece como el principal importador de pitahaya ecuatoriana. La tendencia de las exportaciones hacia Estados Unidos es al alza. Por el lado contrario, Canadá se mantiene con escasa actividad en las importaciones de pitahaya ecuatoriana.

Continuamos con las exportaciones de Ecuador hacia el continente asiático.

Figura 27.

Exportaciones de Ecuador de pitahaya subpartida 08109040 en miles de dólares hacia Asia



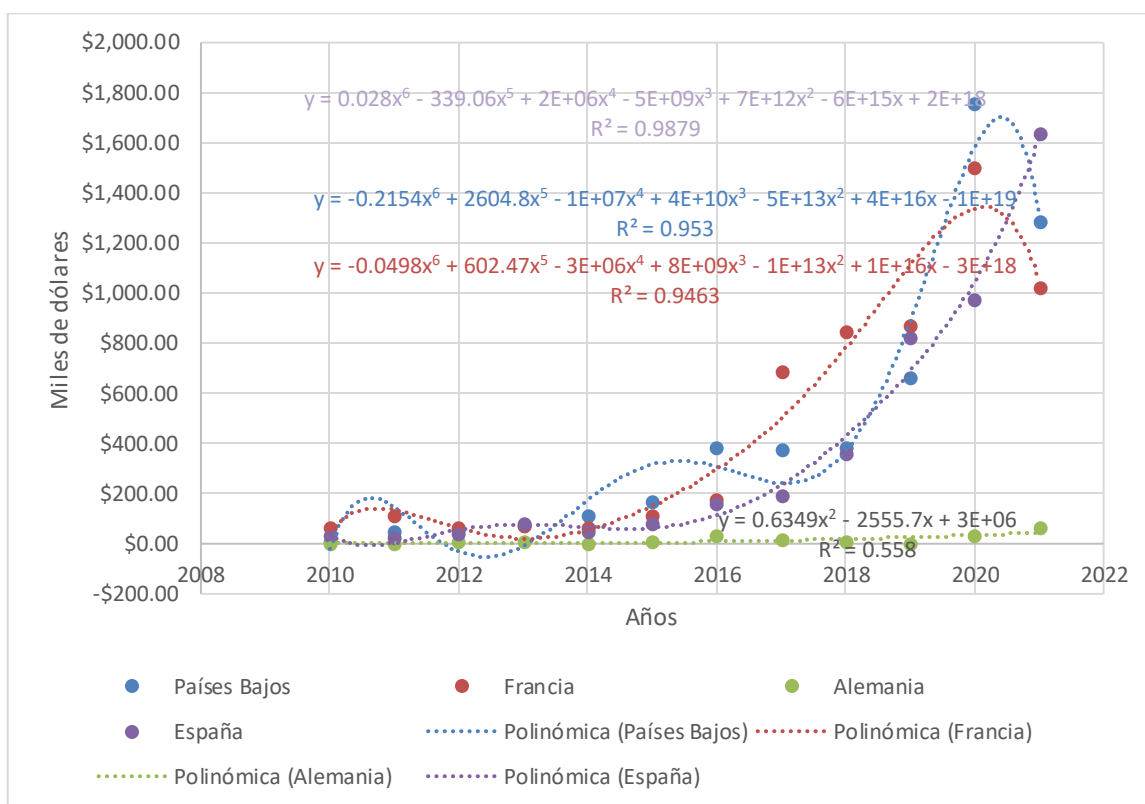
Nota. El gráfico demuestra la tendencia de las exportaciones de Ecuador hacia Asia entre el 2010 al 2021.

Como observamos en el gráfico 3, las exportaciones de pitahaya hacia Hong Kong mantenían un crecimiento a partir del 2018 hasta el año 2020. Para el año 2021 las exportaciones decrecieron en un 44%, producto de la crisis logística que afecto al comercio internacional. Los demás destinos como Singapur y Malasia se mantienen aumentando sus exportaciones año a año.

Las exportaciones de pitahaya hacia Europa se desarrollan en el siguiente gráfico.

Figura 28.

Exportaciones de Ecuador de pitahaya subpartida 08109040 en miles de dólares hacia Europa



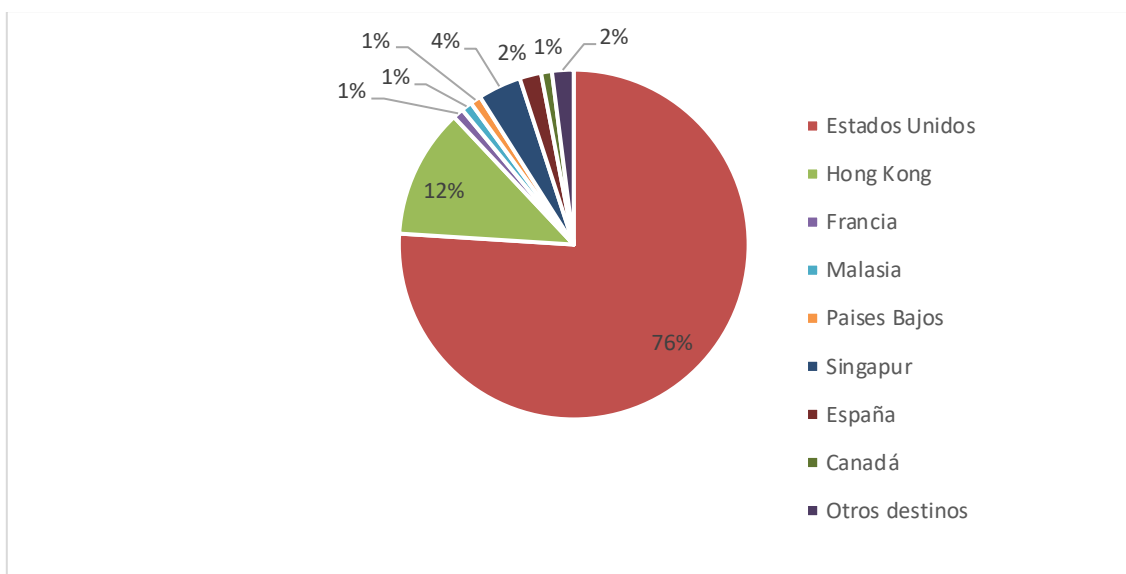
Nota. El gráfico demuestra la tendencia de las exportaciones de Ecuador hacia Europa entre el 2010 al 2021.

Las exportaciones al continente europeo se mantienen en un crecimiento. Países bajos es el principal destino europeo de las exportaciones de pitahaya ecuatoriana. El crecimiento del neerlandés mercado, junto el año con Francia y España se mantiene positiva, no obstante, en el 2021 experimentaron un decrecimiento del 5% por la crisis logística internacional. Las exportaciones con destino a Alemania son escasas.

La participación en las exportaciones de pitahaya ecuatoriana a nivel mundial se visualiza a continuación

Figura 29.

Participación en exportaciones de pitahaya año 2021



Nota. El gráfico demuestra la participación de las exportaciones de Ecuador en el 2021.

En el 2021, Estados Unidos representó el 76% de destino de las exportaciones, seguido en segundo lugar por Hong Kong en un 12%, y 4% por Singapur.

El Plan de Trabajo Operacional para la importación de fruta fresca, representa el principal requerimiento del país norteamericano. De acuerdo con (Agrocalidad) son 425

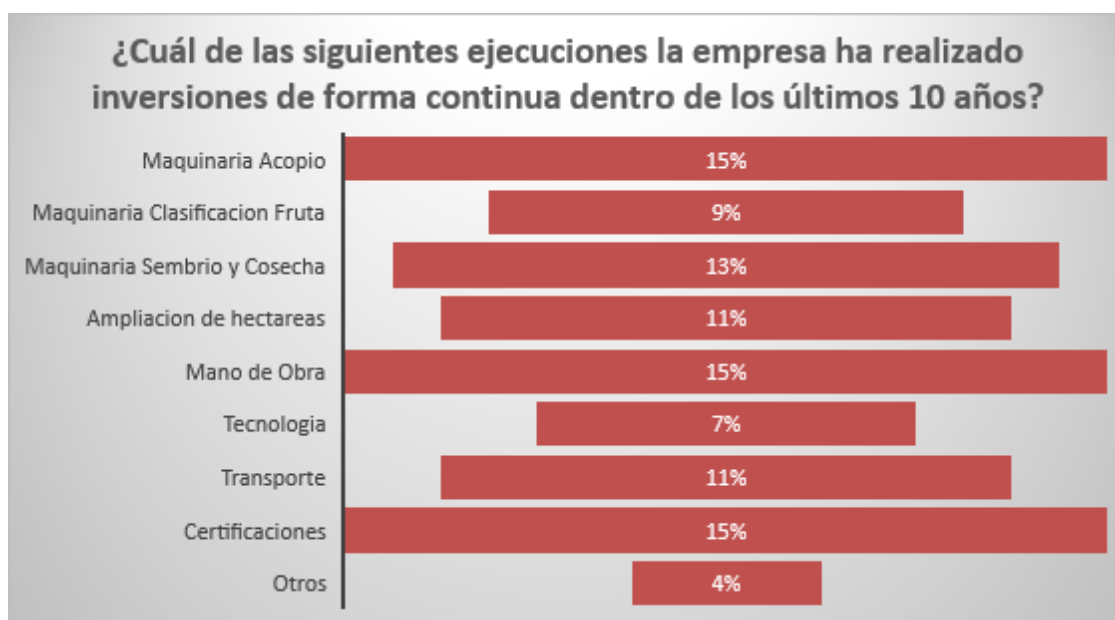
fincas y 80 centros de acopios registrados oficialmente para la exportación de pitahaya hacia EEUU.

Análisis de factores competitivos (encuesta)

Se presenta un análisis de los factores competitivos que inciden en la exportación de pitahaya amarilla, para ellos se acudió a 10 empresas nacionales exportadores de pitahaya amarilla ubicadas en el cantón Palora, con la finalidad de obtener información confiable respecto a la investigación.

Figura 30.

Inversiones continuas



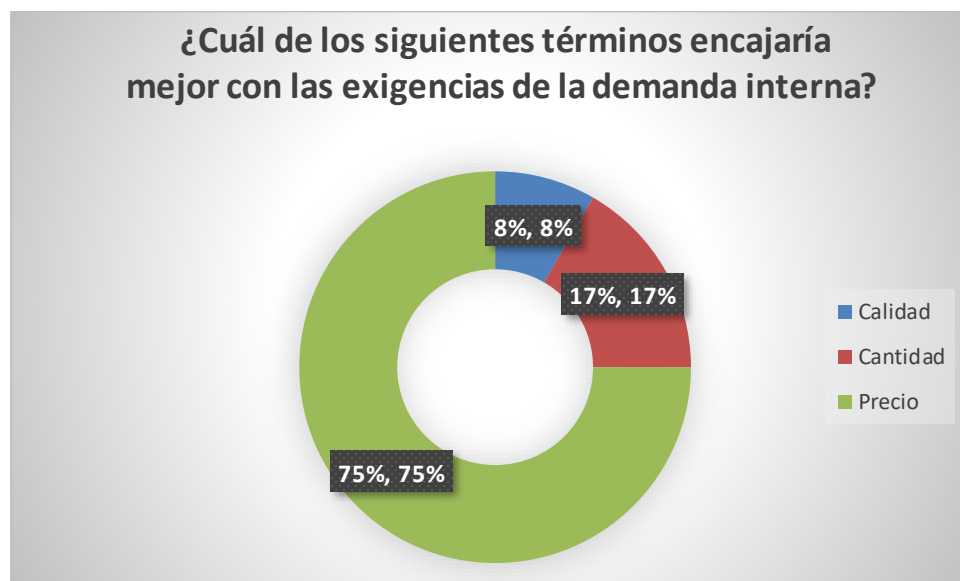
Nota. El gráfico demuestra la participación en las inversiones continuas por las empresas exportadoras-productoras de pitahaya en Ecuador entre el 2010 al 2021.

La primera pregunta aplica a las inversiones continuas que las empresas han considerado más importantes para continuar sus operaciones como productora y exportadora. Todas las empresas han implementado mejoras en todas las variables

propuestas. Además, cabe acotar que la crisis sanitaria también obligó a las empresas a realizar inversiones en desinfección a personal y cumplir con los estándares solicitados por sus clientes extranjeros durante la pandemia.

Figura 31.

Exigencias del mercado nacional



Nota. El gráfico demuestra los determinantes de la demanda interna de pitahaya amarilla en Ecuador.

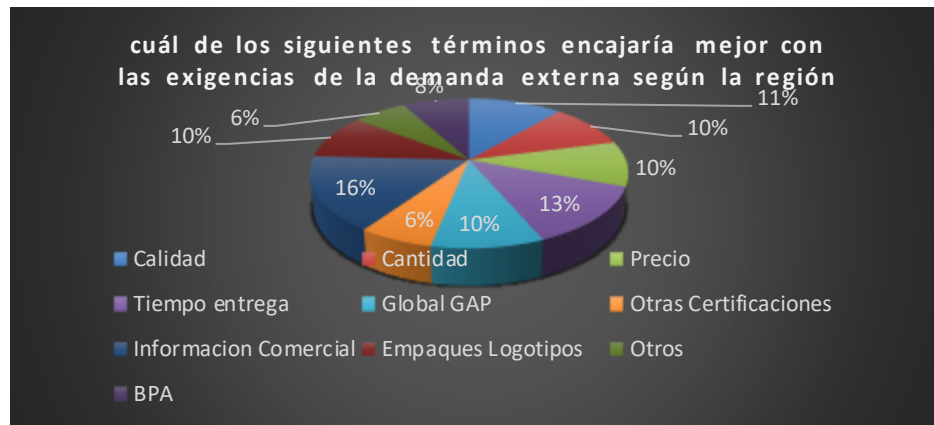
La segunda pregunta aplica a las exigencias de la demanda nacional. Recordemos que, dentro de las ventajas competitivas, una demanda nacional sofisticada ayuda a crear productos innovadores para mercados internacionales.

Dentro de las 10 empresas que conforman el análisis, 75% consideran que una exigencia de la demanda interna es el precio, seguido por la cantidad y la calidad. El mercado interno no solicita aún dentro de sus estándares como BPA, o certificaciones para comercializar en el interior del país.

Figura 32.*Exigencias del mercado asiático*

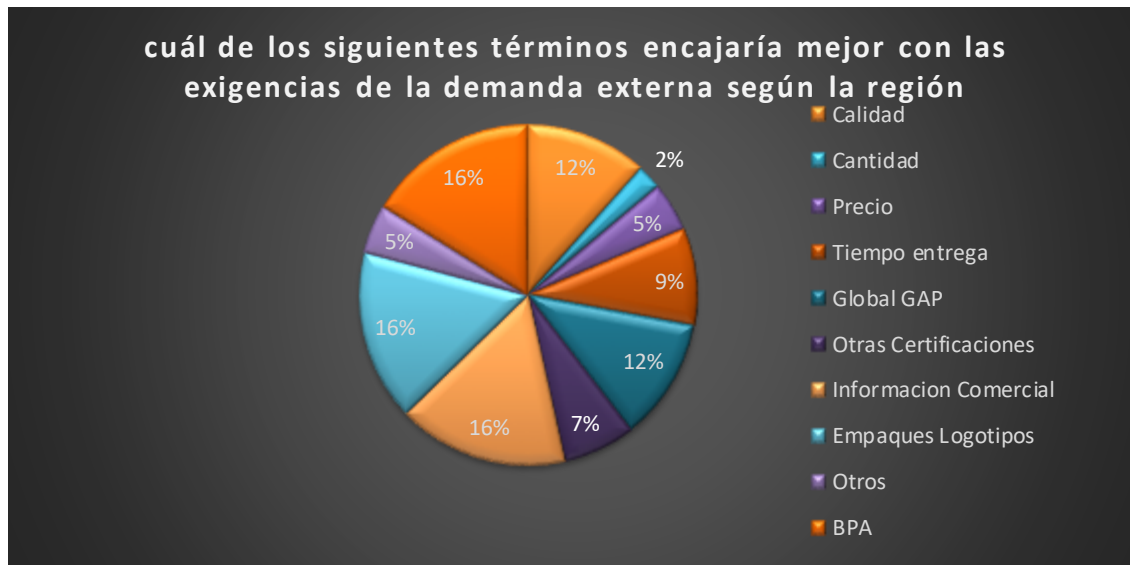
Nota. El gráfico denota las determinantes de la demanda de pitahaya amarilla en el mercado asiático.

En la tercera pregunta, definimos cuales son las competencias necesarias para exportar a cada uno de las regiones. Entre ellas se define para cada región los siguientes resultados. En el mercado asiático las exigencias se definen en los tiempos de entrega en un 18%. Las certificaciones no tienen relevancia para este destino, debido a que sus exigencias están enfocadas en el precio en 14% y en la calidad en 14%. El desenvolvimiento en temas de marketing como empaques e información comercial presente en redes de contacto es primordial en un 28%.

Figura 33.*Exigencias del mercado norteamericano*

Nota. El gráfico denota las determinantes de la demanda de pitahaya amarilla en el mercado norteamericano.

Las competencias necesarias para exportar a Norteamérica son más amplias. Es necesario en un 26%, contar con información comercial en páginas web y redes sociales, un empaque que cuente con información de la empresa, esto se traduce en que las empresas deben manejar personal que se encuentre capacitado en el área de marketing. Otro de las competencias que ellos consideran importantes son ajustarse a los tiempos de entrega, certificaciones como Global Gap y FDA.

Figura 34.*Exigencias del mercado europeo*

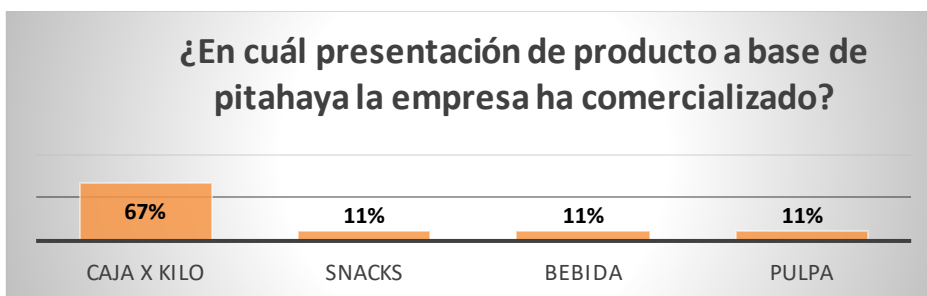
Nota. El gráfico denota las determinantes de la demanda de pitahaya amarilla en el mercado europeo.

En el mercado europeo un 32% de los empresarios consideran que es necesario mantener estrategias de marketing. Por el lado de certificaciones 16% considera que sus centros de acopio deben cumplir con las buenas prácticas de agricultura y otras certificaciones como Global Gap en un 12%. La calidad es un factor también llamativo para estos destinos en un 12%

Figura 35.*Exigencias del mercado sudamericano*

Nota. El gráfico explica las determinantes de la demanda de pitahaya amarilla en el mercado sudamericano.

Finalmente, las exigencias para el mercado sudamericano son en mayor grado el precio en un 20% y cantidad en un 20%. Todos los mecanismos mencionados son importantes para dar a conocer con mayor fuerza a la pitahaya amarilla ecuatoriana.

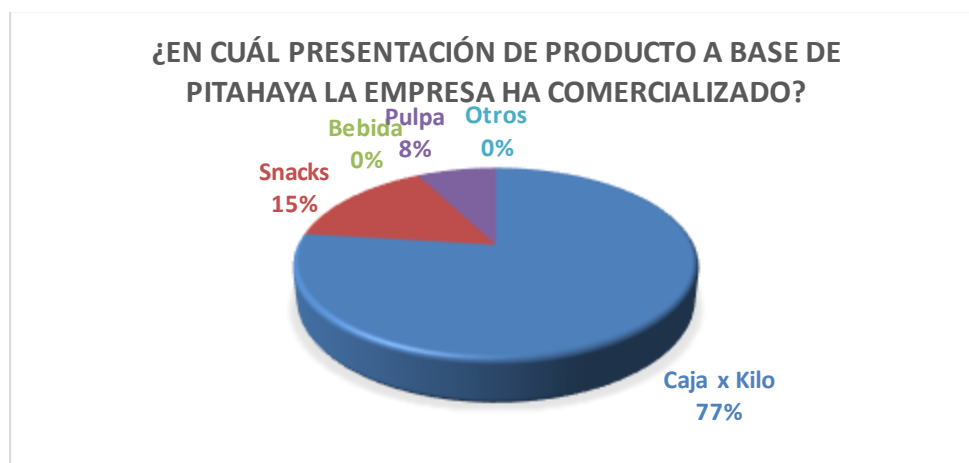
Figura 36.*Diversificación de productos en el mercado nacional*

Nota. El gráfico explica las presentaciones de pitahaya comercializadas en Ecuador.

En la tercera pregunta, conecta con la diversificación como una ventaja competitiva. ¿Existe productos a base de pitahaya en el mercado nacional? La empresa Pukuna y Organpit destacan en la diversificación de productos a base de pitahaya amarilla, entre ellos snacks, bebidas, y pulpa. Un 67% de las empresas encuestadas comercializa en cajas de acuerdo a su peso, sin mayor valor agregado.

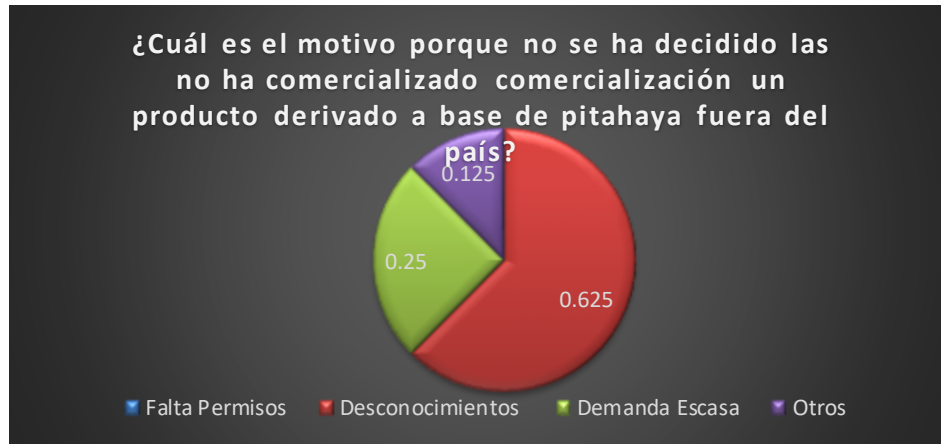
Figura 37.

Diversificación de productos en el mercado extranjero



Nota. El gráfico explica las presentaciones de pitahaya comercializadas en el extranjero.

En el mercado extranjero, los productos más comercializados son cajas de 1.5, 2.0 y 2.5 kg. Organpit y Pukuna se destacan por exportar snacks a base de pitahaya. La diversificación de productos de pitahaya amarilla aún es minoría.

Figura 38.*Diversificación*

Nota. El gráfico explica las razones principales por las cuales las empresas no han optado por la diversificación de productos a base de pitahaya.

En la quinta pregunta, uno de los motivos por los cuales muchas de las empresas no toman la decisión de la diversificación es por el desconocimiento de las exigencias en el mercado exterior en un 62%. En un 25% definen como motivo principal que es la demanda escasa o nula de productos a base de esta fruta. Otras de las razones es la alta inversión necesaria para una planta de tratamiento para estos tipos de productos.

Figura 39.

Destinos de exportaciones dentro de Sudamérica

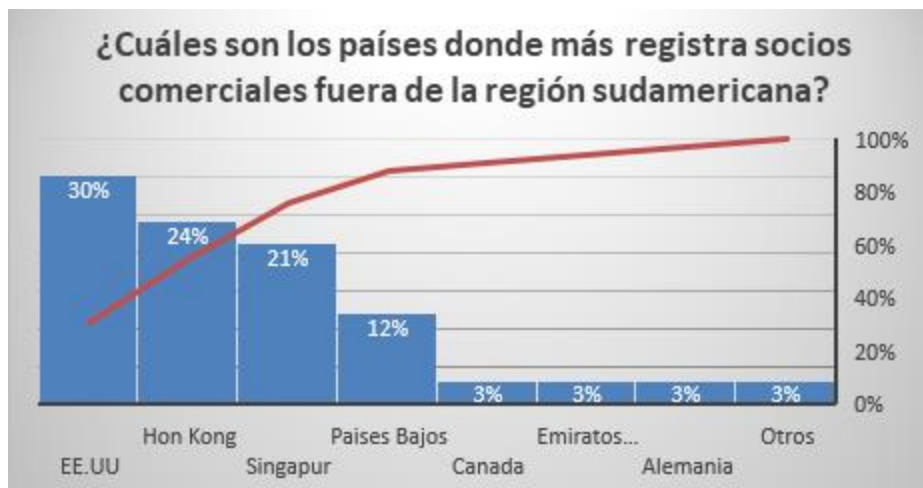


Nota. El gráfico determina el origen de las exportaciones ecuatorianas dentro de la región de Suramérica.

En la sexta pregunta, definimos los países que son socios comerciales dentro de la región sudamericana. Perú es el que acapara el 80% de las exportaciones dentro de la región. El segundo destino es Colombia. Los socios comerciales dentro de la región son limitados. Recordemos que Colombia ha logrado ingresar al mercado brasileño.

Figura 40.

Destino de exportaciones excluido Sudamérica



Nota. El gráfico determina el origen de las exportaciones ecuatorianas en el extranjero.

La séptima pregunta, se determina dentro de un diagrama de Pareto. El 30% de las empresas tienen como socio comercial a Estados Unidos, y esto coincide, ya que el país norteamericano es el principal importador de pitahaya ecuatoriana. En segundo lugar, Hong Kong, seguido por Singapur y países bajos.

Figura 41.

Medios de captación de clientes



Nota. El gráfico presenta las principales estrategias de los exportadores-productores de pitahaya amarilla para captar clientes internacionales.

La octava pregunta se enfoca a determinar los medios utilizados para captar clientes. En un 31% el principal punto de contacto es a través de una página web, en un 23% han determinado que principal medio de captación de clientes es a través de participar en ferias internacionales. En un menor grado son las redes sociales y el uso plataforma de mensajería.

Figura 42.

Riesgos que afectan a la exportación

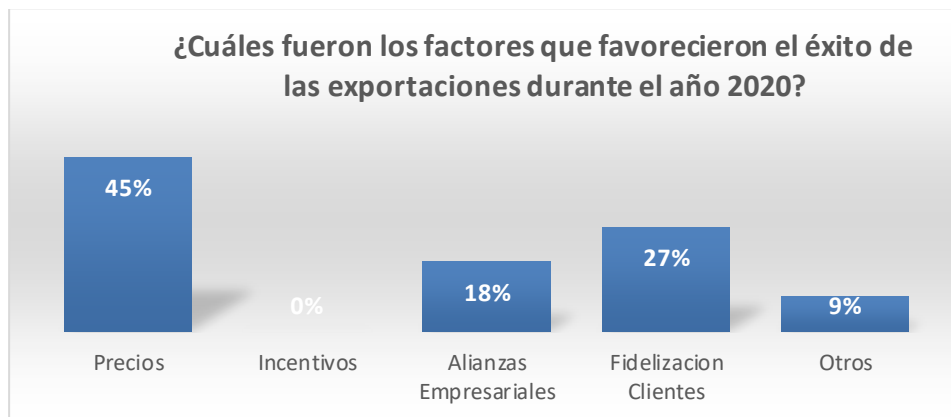


Nota. El gráfico presenta los principales riesgos que los exportadores-productores de pitahaya amarilla han afrontado entre los años 2010 a 2021.

La novena pregunta determina que los riesgos que más ha enfrentado dentro de los últimos 11 años son riesgos de sobreproducción y especulación de precios lo que determina los riesgos del sector exportador de pitahaya amarilla debe afrontar en cada una de las cosechas. Otros de los puntos son los riesgos en demoras en puertos y aeropuertos, y la demora de pago por parte de los clientes.

Figura 43.

Factores de éxito de las exportaciones durante la emergencia sanitaria



Nota. El gráfico presenta los principales factores que favorecieron el éxito de las exportaciones de pitahaya amarilla del cantón Palora durante la emergencia sanitaria por Covid-19.

La décima pregunta está enfocada a los factores que determinaron el éxito de las exportaciones durante la emergencia sanitaria. Un 45% define que los precios acordes a las circunstancias de mercado le permitió ser su estrategia de éxito para mantener las exportaciones durante la pandemia. En un 27% determina que la fidelización ya existente con sus clientes fue su factor de éxito dentro de las exportaciones durante el 2020, en 18% determino que las alianzas empresariales para controlar costos, fue la ayuda necesaria para poder sobrevivir dentro la emergencia por COVID-19.

Figura 44.

Puntos neurálgicos de la cadena de valor



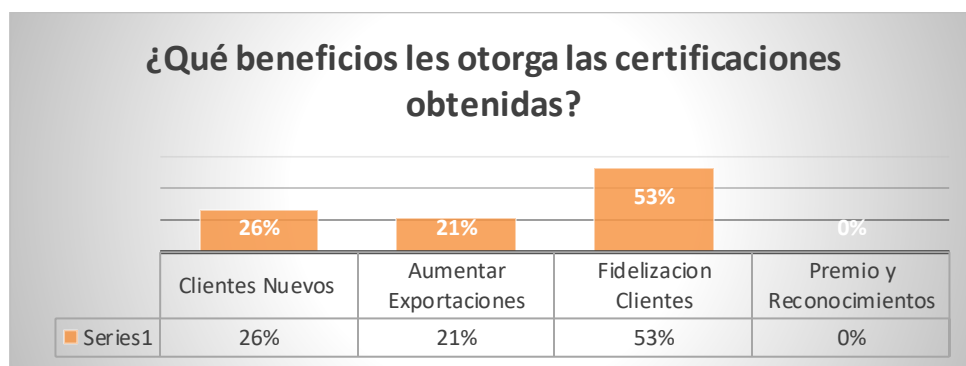
Nota. El gráfico demuestra los puntos neurálgicos en el proceso de exportación de pitahaya amarilla.

Dentro de los puntos neurálgicos, nos enfocamos en aquellos puntos que causan molestias como retrasos o reprocesos dentro de la cadena de valor. El 42% de los encuestados determina que las terminales aeroportuarias es el que más afecta a sus exportaciones. En menor grado las exportaciones se ven afectadas en los puntos de terminales portuarios, revisiones fitosanitarias, fletes internacionales, y trámites aduaneros. Ninguna empresa tuvo afectaciones dentro de la consolidación de carga.

Figura 45.*Certificaciones obtenidas*

Nota. El gráfico presenta las certificaciones obtenidas por los exportadores-productores de pitahaya amarilla ubicados en el cantón Palora.

En la penúltima pregunta, determinamos cuales serían las certificaciones claves que han permitido ser competitivos y atractivos para los mercados extranjeros. Sobrepasando el 40% determina que las Buenas Prácticas de Agricultura, y 30% determina que la certificación Global GAP es uno de las principales certificaciones claves.

Figura 46.*Beneficios de certificaciones obtenidas*

Nota. El gráfico presenta los beneficios que las certificaciones han entregado a los exportadores-productores de pitahaya amarilla ubicados en Palora.

Para finalizar el análisis de las preguntas efectuadas la encuesta, exploramos cuales eran los beneficios que otorgan las certificaciones obtenidas por las empresas. Un 53% afirmo que estas certificaciones permiten la fidelización con clientes, un 26% determina que permite la captación de clientes nuevos, un 21% determina que estas certificaciones permiten aumentar las exportaciones a un destino.

Capítulo VI

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

Podemos concluir los siguientes puntos

Para dar respuesta a la hipótesis 1.

- Se cumple la primera hipótesis estipulada, los factores de competitividad han incidido en el crecimiento de las exportaciones. Estos factores de competitividad nacen desde los acuerdos comerciales suscritos y los protocolos en que los productores deben cumplir para poder tener acceso a nuevos mercados. Un caso notable, es el mercado de Estados Unidos que se apertura en el 2017 gracias a los esfuerzos conjuntos con Agrocalidad y APHIS en que los productores acaten los procedimientos establecidos en el Plan de Trabajo Operacional de pitahaya, y mantenga trazabilidad en sus procesos productivos y exportación, cerciorando que la fruta mantenga un parámetro de calidad. En el 2021, las exportaciones han crecido en un 4817% desde el año que se abrió este mercado. Muchas empresas han sucumbido a certificaciones como GLOBAL GAP y FDA, tras el éxito rotundo de las exportaciones de pitahaya amarilla a este mercado.

Para dar respuesta a la hipótesis 2.

- Se cumple la segunda hipótesis estipulada, tras el análisis de la matriz BCG, las exportaciones de pitahaya de Ecuador han crecido en un 47000% entre los años 2010 a 2021, incluso convirtiéndose en el proveedor regional de Colombia.

Para dar respuesta al objetivo específico A.

- Se cumple el primer objetivo, se identifican los aspectos macro ambientales y micro ambientales que tienen repercusión en las exportaciones de pitahaya amarilla. Dentro del punto macro ambiental, en el punto político, las protestas políticas que el país ha vivido, traen consigo retrasos en la logística de exportación de la fruta. En el asunto económico, la especulación, como mayor incidencia negativa tienen sobre los precios, y creando competencia desleal; los acuerdos comerciales permiten el ingreso a nuevos mercados. En la cuestión social, la construcción del puente de Palora trae consigo repercusiones positivas para el sector en la parte logística reduciendo los riesgos por demoras, igualmente, otros de los puntos importantes es que el 99% de los productores son dueños de sus tierras, lo que permite holgura para establecer precios; no así, el contrabando que genera inconvenientes al sector afectando la imagen comercial y los acuerdos establecidos entre las naciones fronterizas. En el aspecto tecnológico, el escaso desarrollo tecnológico que existe genera poca oferta de productos a base de pitahaya amarilla. En la parte ecológica, existen diversas certificaciones que amplían el ingreso de las exportaciones a destinos más rigurosos. De acuerdo al instrumento de recolección de información, las certificaciones Global Gap y BPA facilitan las negociaciones con mercados europeos y norteamericanos. Finalmente, en el tema legal, las legislaciones son guía fitosanitaria, logística, y apoyo económico para los exportadores.
- En el análisis de microambiente nos permite identificar que dentro de las empresas exportadoras y productoras 10 fincas productivas poseen Global Gap, 132 se encuentran certificadas de BPA, 32 se encuentran registradas para realizar exportaciones para China, y 425 centro productivos registrados para exportación a

los Estados Unidos. No obstante, hay que distinguir que no todos exportan, 80% de la producción de Palora está conformada por pequeños productores.

- Las certificaciones es la principal barrera de entrada para nuevos exportadores-productores.
- El poder de negociación de los clientes es alto en temporadas de sobreproducción, rompiendo precios en el mercado para poder concretar las ventas.

Para dar respuesta al objetivo específico B

- Se cumple el segundo objetivo, el crecimiento de las exportaciones de Ecuador frente a la región sudamericana es de un 47140% siendo un país con alta participación en el campo de exportaciones de pitahaya como fruta fresca. Perú ha demostrado un crecimiento del 91% entre los años 2010 al 2021 con una baja participación. Colombia al igual que Perú se encuentra en el cuadrante de pocos ingresos, con una contracción de sus exportaciones en un 31%

Para dar respuesta al objetivo específico C

- Se cumple el tercer objetivo propuesto, las tendencias de las exportaciones son de crecimiento a futuro, el comportamiento de las exportaciones en el 2021 muestra favorables resultados. Estados Unidos es líder de crecimiento dentro de los destinos del continente americano. En el continente asiático Hong Kong es el principal importador de la fruta, a pesar de que en el 2021 sus importaciones se vieron afectadas por la crisis logística internacional, al igual que fueron afectadas las exportaciones de Europa. Países como Países Bajos y Francia son los mercados con estable crecimiento en el viejo continente.

Conclusiones de la encuesta aplicada a 10 empresas productoras-exportadoras.

- El factor de competitividad “calidad” es percibido para los mercados más exigentes como son Europa y Estados Unidos. Los productores-exportadores de Palora, además, consideran que para tener un acceso exitoso al mercado es necesario certificarse Global GAP y obtener las BPA.
- El factor de competitividad “tiempos de entrega” es percibido para los mercados de Europa y Estados Unidos. El protocolo PLTS es la mejor guía para los exportadores que están interesados en estos destinos.
- El factor de competitividad “precio” y “cantidad” es más exigido para los mercados como Sudamérica, Asia y el mercado interno.
- El mercado interno aún no es el que establece como una demanda sofisticada. Los requerimientos de los mercados internacionales son los que definen a las exportaciones de pitahaya amarilla y productores diversificados de esta fruta.
- El sector exportador de pitahaya amarilla cumple con 2 de 3 de las condiciones: Ha innovado antes que la competencia en situaciones de riesgo, debido a que el cumplimiento de protocolos y manuales, que se traducen en el compromiso del sector con autoridades nacionales e internacionales. Estos aciertos han permitido que las exportaciones de pitahaya no disminuyan durante el año de la pandemia.
- El sector exportador de pitahaya fue uno de los pocos sectores que con éxito aumentaron sus ingresos durante la emergencia sanitaria. A pesar de los retrasos logísticos, se lanzaron a cumplir los pedidos de sus clientes ya fidelizados, acomodándose a precios de acuerdo a las condiciones que permitía el mercado.
- Las exportaciones de pitahaya no han logrado diversificarse. Dos empresas exportadoras como Organpit y Pukuna son las pioneras en utilizar el rechazo de la fruta para la diversificación de productos a base de pitahaya. Sin embargo, el alto costo de invertir en este tipo de productos desalienta a otros exportadores.

- La especulación y la sobreproducción son riesgos que las empresas exportadoras del cantón deben enfrentar cada año. La especulación disminuye los precios nacionales e internacionales, y en muchas ocasiones bordea el costo de producción. Por otro lado, la sobreproducción se produce porque la fruta es estacionaria, los sembríos de pitahaya están destinados a cumplir un periodo estacionario en los meses de diciembre, enero, febrero y marzo.
- Las inversiones en maquinarias, transporte y tecnología han sido necesarias para el auge del sector exportador de pitahaya amarilla. En cuanto a la necesidad de obtener mano de obra cualificada permite reducir riesgos en la producción y en las ventas internacionales.
- Las exigencias que cumplen los exportadores-productores de pitahaya amarilla se han convertido una barrera de entrada para nuevos competidores. El enfoque no es solamente en la adquisición de hectáreas productivas, sino en la obtención de maquinarias, transporte, mano de obra cualificada y certificaciones internacionales.

Recomendaciones

1. Situación: Uno de los principales problemas en el aspecto económico es la competencia desleal que produce especulación de precios internacionales, así como los precios nacionales, y el contrabando hacia las fronteras terrestres.

Recomendación 1.1 La creación de clusters pueden fomentar controles más estrictos dentro y fuera del cantón Palora. Estos clusters deben comprometer a Agrocalidad, policía nacional, y empresas de rastreo, con el fin de frenar el contrabando, y obtener trazabilidad de la cadena de exportación.

Recomendación 1.2 El rastreo de las exportaciones dentro de territorio ecuatoriano, es una solución a la especulación. Mantener trazabilidad en la cadena de la exportación permitirá a los productores identificar si la carga nacional ha sido destinada para entrega en el país, y a su vez, si la carga de exportación fue rechazada o logró cumplir su salida al exterior

2. Situación: Los principales socios de exportación dentro de la región latinoamericana son Perú y Colombia, no existen protocolos que avalen la apertura de nuevos mercados en Sudamérica.

Recomendación 2.1 El posicionamiento de las exportaciones de pitahaya amarilla de Ecuador en la región sudamericana, es un excelente motivo para establecer protocolos de exportación a otros destinos de Suramérica como Chile, Brasil, Argentina, entre otros. El correcto ingreso de la fruta a estos países, también necesitará apoyo de los entes gubernamentales de promoción como ProEcuador.

Recomendación 2.2 Exportadores, productores, Agrocalidad, y la Institución Nacional de Investigaciones Agropecuarias del MAGAP deben propiciar investigaciones que definan la denominación de origen de la pitahaya amarilla originaria del cantón Palora.

3. Situación: Las tendencias en las exportaciones en Alemania, Canadá, Malasia y Emiratos Árabes Unidos demuestran que la demanda de estas naciones se ha ralentizado en comparaciones a otros destinos dentro del mismo grupo geográficos

Recomendación 3.1: El Viceministerio de Promoción de Exportaciones e Inversiones debe fomentar el nexo entre exportadores y productores con clientes internacionales geográficamente localizados en los destinos mencionados a través de la promoción en ferias internacionales.

4. Situación: Existe escasa industrialización en el sector exportador de pitahaya amarilla, y desconocimiento de los mercados demandantes.

Recomendación 4.1 La creación de clusters con universidades, centros de investigación del sector de agroalimentos y asociaciones de pitahaya, son una excelente propuesta para promover productos con valor agregado a base de pitahaya. El apoyo gubernamental del Ministerio de Producción, Inversiones, Comercio y Pesca también es necesario para fomentar la inversión extranjera en estas áreas de constante crecimiento económico, pero con escaso desarrollo industrial.

Recomendación 4.2 Instituciones de educación superior deben fomentar trabajos investigativos sobre productos no tradicionales que tienen impacto en las exportaciones no tradicionales. Deben promoverse la investigación que entregue estrategias a los exportadores para el acceso exitoso a mercados internacionales. ¿Es la pitahaya amarilla exportada solamente para consumo como fruta fresca?

Bibliografía

- Acción Educa. (2018). *Análisis PEST y análisis FODA*. Obtenido de Acción Educa: http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/pest-y-foda_1563803873.pdf
- Agribusiness, A. A. (1992). *Manual técnico del cultivo de la pitahaya*. Quito: Corporación Andina de Fomento.
- Agrocalidad. (2015). *Producción de pitahaya en Palora*. Quito: Publicaciones MAGAP.
- Agrocalidad. (2022). *Lista Oficial de Sitios de Producción Aprobados de Fruta Fresca de Pitahaya para EEUU*. Quito.
- Agronegocios.co. (12 de Abril de 2021). Obtenido de <https://www.agronegocios.co/agricultura/policia-fiscal-y-aduanera-incauto-ocho-toneladas-de-pitahaya-provenientes-de-ecuador-3152348>
- Alcaide, L. (2015). *¿Es la corrupción un obstáculo al desarrollo y al crecimiento económico? Un análisis micro, macro y empírico. Casos de estudio Haíti y Marruecos*. Madrid: Universidad San Pablo.
- Anaya, J. (2007). *Logística integral: la gestión operativa de la empresa*. Madrid: Esic Editorial.
- Andrade, M. (2017). *Análisis de la diversificación de exportaciones no tradicionales en el ecuador período 2007-2015: caso de la exportación de pitahaya deshidratada al mercado internacional*. Quito: Universidad Pontificia Católica del Ecuador.
- Arrieta, T. (2018). *Estudio de Factibilidad para Exportación de Pitahaya de Colombia hacia París-Francia*. Bogotá: Universidad Católica de Colombia .
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2011). *Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria*. Quito.
- Asamblea Nacional Republica del Ecuador. (20 de 08 de 2018). *la Ley Orgánica de Fomento Productivo, Atracción de Inversiones y Generación de Empleo*. . Obtenido de Gobierno del Ecuador: <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018->

09/Documento_Ley-Org% C3%A1nica-Fomento-Productivo-Atracci% C3%B3n-Inversiones.pdf

Banco Mundial. (20 de Enero de 2023). Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador/DT.DOD.DECT.CD?end=2021&locations=EC&start=1970>

Beltrán, V. (2015). *Desarrollo de un proyecto para la creación de una microempresa de producción y comercialización de pitahaya ubicada en la comunidad Chinimpí del Cantón Palora, Provincia de Morona Santiago*. Quito: Universidad Central del Ecuador.

Bertsekas, D. (1998). *Network Optimization: Continuous and Discrete Models*. MA: Mitpress.

Betancourt, B. ., (2010). *Agenda Prospectiva de Investigación y Desarrollo Tecnológico para el Desarrollo de Cadena Productivas de Pitaya Amarilla en Freso en el Valle del Cauca*. Bogotá: Giro Editores Ltda.

Borrero, C. (2015). *El Cultivo de Maracuyá (Passiflora edulis) en el apoyo al Cambio de la Matriz*. Quito: Universidad Católica de Guayaquil.

Cardozo, C., Medina, J., & Martinez, M. (2013). Prácticas agronómicas en la producción de pitaya amarilla. *Corpoica*, 40-49.

Carrera, A. (2011). *El desarrollo de tecnología para la industrialización de la Pitahaya y su incidencia en baja oferta de productos en el mercado local*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.

Carrió, J., & Consolación, C. (2006). La diferenciación como estrategia. *MK Marketing+Ventas*, 52-56.

CEPAL. (2008). *La Transformación Productiva 20 años después: Viejos Problemas, Nueva Oportunidades*. República Dominicana.

CEPAL. (2011). *Manual de Comercio Exterior y Política Comercial. Nociones Básica, Clasificaciones*. Documento de Proyecto.

- CEPAL. (27 de Enero de 2023). *Cepal.org*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/comunicados/la-pandemia-provoca-aumento-niveles-endeudamiento-paises-la-region-pone-peligro-la>
- Cerón, I. (1987). Oferta Exportable de Productos Agrícolas: Evolución y Prespectivas. *Revista Estudios Públicos*.
- Crane, J., & Balerdi, C. (2005). Pitaya Growing in the Florida Home Landscape. *Horticultural Sciences Department*, 2-9.
- Delgado, A., Pico, J., Navia, D., & Suárez, C. (2019). *Nemátodos fitoparásitos asociados al sistema radical del cultivo de pitahaya amarilla en el cantón Palora*. Quito, Pichincha, Ecuador: Universidad San Francisco de Quito.
- Diario El Comercio. (16 de Septiembre de 2020). Obtenido de Ecuador logra nueva reestructuración de deuda con China; en total se han negociado 891 millones de dólares
- Diario El Universo. (4 de Abril de 2019). *eluniverso.com*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/04/04/nota/7267454/papeles-panama-aun-varios-casos-abiertos/>
- Dúran, P. (02 de 2015). *Gobierno Municipal del cantón Morona Santiago*. Obtenido de Gobierno Municipal del cantón Morona Santiago: <http://www.morona.gob.ec/sites/default/files/Proyectos/SUBSISTEMA12/MEMORIA%20TECNICA%20ALCANTARILLADO%20SUBSISTEMA%2012.pdf>
- Economipedia . (30 de Septiembre de 2021). *Economipedia* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/mercado.html>
- EcuRed. (2017). *Provincia de Morona Santiago (Ecuador)*. Obtenido de Ecu Red: [https://www.ecured.cu/Provincia_de_Morona_Santiago_\(Ecuador\)](https://www.ecured.cu/Provincia_de_Morona_Santiago_(Ecuador))
- Escuela Superior Politécnica del Litoral. (18 de 03 de 2022). *Proyecto de ESPOL para potenciar la producción de Pitahaya en el país*. Obtenido de ESPOL: <https://www.espol.edu.ec/noticias/proyecto-espol-potenciar-produccion-pitahaya-Ecuador#:~:text=Ecuador%20es%20l%C3%ADder%20en%20exportaci%C3%B3n,ecuadoriano%20se%20ubica%20como%20premium.>

- Estrada, P. (2016). *Comercio Exterior y Negocios Internacionales*. Quito: Cognitio Ecuador.
- Facultad de Economía de la UNAM. (2017). *Principales Teoría sobre Comercio Internacional*. Obtenido de Facultad de Economía de la UNAM: <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/mcam/1.pdf>
- FCD Ciudadanía y Desarrollo; Transparency International. (2021). *Ciudadaniaydesarrollo.org*. Obtenido de Obtenido de <https://www.ciudadaniaydesarrollo.org/wp-content/uploads/2022/01/I%CC%81ndice-de-Percepcio%CC%81n-de-la-Corruptio%CC%81n-Ecuador-2021-2-3.pdf>
- Gobierno Descentralizado de Palora. (2010). Obtenido de <http://www.palora.gob.ec/personal/ubicacion.html>
- González, R., & Rojas, A. (2014). La Relevancia Evolutiva de los Ecotipos. *Elementos*, 49-54. Obtenido de Ele.
- Hanel, J., & Hanel, M. (2004). *Análisis Situacional* (Vol. Módulo II). Ciudad de México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Hausmann, R., & Klinger, B. (2007). *Achieving Export-Led growth in Colombia*. Bogotá: CID.
- Hernández, L. (2003). *Los Riesgos y su cobertura en el Comercio Internacional*. Madrid: ARTEGRAF, S.A.
- Ida del Greco, N. (2010). *Estudios sobre tendencias de consumo de alimentos*. Obtenido de <http://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/2603.pdf>
- IICA. (2002). *Guía de comercio exterior y Fomento de Exportaciones Agropecuarias de los Países del Cono Sur*.
- IICA. (2004). *Estrategia Boliviana Para Acceder Mercados Internacionales de Carne Bovina*. Sucre.
- INEC. (2012). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los hogares urbanos y rurales 2011 - 2012*. Quito.
- INEC. (2017). *Encuesta a Empresas 2017*. Quito: Dirección de Estadísticas Económicas.

- INEC. (2018). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo*. Quito.
- INEC. (2019). *Encuesta Estructural Empresarial*. Quito.
- INTAGRI. (2018). *Tipos de Tutores en el Cultivo de la Pitahaya*. Obtenido de Intagri: <https://www.intagri.com/articulos/frutales/tipos-de-tutores-en-el-cultivo-de-la-pitahaya#:~:text=Cultivo%20de%20Pitahaya%E2%80%9D.-,Tutores%20vivos,de%20la%20fijaci%C3%B3n%20de%20nitr%C3%B3geno.>
- Jimenez, F., & Lahura, E. (1997). *La Nueva Teoría del Comercio Internacional*. Lima: Universidad Pontificia Católica del Perú.
- Kamalesh, D. (2016). *The fast food industry in the UK. Analysis of McDonalds with PESTEL, VRIN and Porter's Five Forces*. Grin.
- keyence.com.mx. (07 de 09 de 2023). Obtenido de https://www.keyence.com.mx/ss/products/marketing/traceability/basic_about.jsp#:~:text=La%20trazabilidad%20es%20la%20capacidad,producido%20qu%C3%A9%20y%20por%20qu%C3%A9%22.
- Kotler, P. (1994). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. New York: Prentice-Hall.
- Kotler, P. (2000). *Dirección de Marketing*. Madrid: Prentice Hall.
- Krugman, P., & Wells, R. (2007). *Introducción a la Economía*. Barcelona: Reverté S.A.
- Le Bellec, F., Vaillant, F., & Imbert, E. (2006). Pitahaya (*Hylocereus* spp.): A new fruit crop, a market with a future. *Fruits*, 237-250.
- Lim, T. (2012). *Hylocereus megalanthus*. *Edible Medicinal and non-Medicinal Plants*, 640-642.
- Lombana, J., & Rozas, S. (2008). Marco analítico de la competitividad Fundamentos para el estudio de la competitividad regional. *Revista Científica Pensamiento y Gestión*, 26.
- Mafla, E. (2021). Evolución y legitimidad de la deuda externa ecuatoriana. Entrevista a Edison Estévez. *Estudios de la Gestión: Revista Internacional de la Administración*, 277-288.

- Maldonado, N., & Sánchez, E. (2012). Rutas de Transformación Productiva. *Cuadernos de Economía*, 113-145.
- Mata, L. (21 de 05 de 2019). *El enfoque cuantitativo de investigación*. Obtenido de Investigalia: <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-cuantitativo-de-investigacion/>
- Mauro, P. (1995). *Corruption and Growth*. The Quarterly Journal of Economics.
- Medina, J., & Martinez, M. (2013). Importancia económica de la pitahaya amarilla. . *Tecnología para el manejo de pitahaya amarilla Selenicereus megalanthus* , 20-25.
- Méraz, M., Gómez, M., & Schwentesius, R. (2009). *Pitahaya de México Producción y Comercialización a Nivel Mundial*. CIESTAAM.
- Ministerio de Producción, C. E. (2020). *Covid-19: Impacto en las exportaciones de organizaciones de pequeños productores, afectaciones, desafíos y oportunidades*. Quito.
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2019). *Protocolo Técnico, Logístico y de Seguridad para la Exportación de Pitahaya*. Obtenido de Observatorio Logístico: http://logistica.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/05/PTLS-PITAHAYA-3.7_compressed-1.pdf
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (30 de 06 de 2023). *Portal Único de Trámites Ciudadanos*. Obtenido de <https://www.gob.ec/mpceip/tramites/emision-certificados-origen-productos-originarios-ecuador-exportacion>
- Molina, D., Vásconez, J., Veliz, C., & Gonzalez, V. (2009). *Producción y Exportación de la Fruta Pitahaya hacia el mercado*. Guayaquil: Escuela Politécnica del Litoral.
- Moncada, M., & Cuellar, J. (2004). *El Peso de la Deuda Externa Ecuatoriana*. Quito:: Producciones Digitales Abya-Yala.
- Montecristi, A. C. (2008). *Constitución del Ecuador*. Montecristi.
- Moreno, G. (2002). *Compilación de Planificación Estratégica*. Quito.

- Mosquera, H. (2011). Vigilancia Comercial de la Cadena Productiva de Pitaya Amarilla. *Cuadernos de Administración. Universidad del Valle*, 27(45), 75-93.
- Mújica, R., Rodríguez, R., & Valdes, M. (1978). *Potencial de Oferta Exportable de Productos Agrícolas: El Caso de Manzana y Ajos*. Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Ocampo, J. (2005). *Más allá de las reformas. Dinámica estructural y vulnerabilidad económica*. Bogotá D.C.: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- OCARU Observatorio del Cambio Rural. (1 de 06 de 2021). *Sembrío de Pitahaya roja, una alternativa para exportar*. Obtenido de OCARU: <https://ocaru.org.ec/2021/06/01/sembrio-de-pitahaya-roja-una-alternativa-para-exportar/#:~:text=Valor%20nutricional&text=Tambi%C3%A9n%20posee%20compuestos%20fen%C3%B3licos%20y,con%20bondades%20nutritivas%20y%20curativas>.
- OIRSA. (2000). *Manual de Cultivo de la Pitahaya*. Nicaragua.
- Orozco, M. (02 de 02 de 2022). *Falta de vuelos tiene varadas toneladas de frutas y flores ecuatorianas*. Obtenido de Primicias: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/falta-vuelos-frutas-flores-exportacion-ecuador/>
- O'Shaughnessy. (1991). *Marketing Competitivo*. Madrid: Díaz de Santos S.A.
- Palazuelos, N. (2018). *Regulación Económica y Estado de Derecho*. Madrid: Instituto de Administración Pública.
- Pino, S., Aguilar, H., Apolo, A., & Sisalema, L. (2018). Aporte del sector agropecuario a la economía del Ecuador. Análisis crítico de su evolución en el período de dolarización. Años 2010-2016. *Revista Espacios*, 7.
- Porter, M. (1980). *Estrategia Competitiva*. Nueva York: The Free Press.
- Porter, M. (2009). *Ser competitivo*. Barcelona: Ediciones Deusto.
- Pozo, E. (2011). Vamos a cultivar pitahaya. *Concepto, Recursos y Estrategias Agropecuarias*, 7-20.

Primicias.ec. (02 de 08 de 2023). Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/crisis-logistica-costos-exportaciones-ecuador/>

PROEcuador. (2016). *Perfil de la Pitahaya*. Quito.

Proecuador. (2016). *Perfil de las frutas no tradicionales*. Quito.

Redacción Negocios. (18 de Marzo de 2019). Exportaciones no tradicionales ecuatorianas, a la baja. *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/exportaciones-tradicionales-ecuatorianas-baja-reduccion.html>

Regalado, R. (2007). *La MIPYMES en América Latina*. Latinoamérica: OLA.

Revista Líderes. (16 de Julio de 2020). Pitahaya para Asia y Norteamérica.

Revista Líderes. (08 de 07 de 2022). *Xavier Rosero: 'Nos enfocaremos en la recuperación de la producción exportable'*. Obtenido de Revista Líderes: <https://www.revistalideres.ec/lideres/xavier-rosero-recuperacion-produccion-exportaciones.html>

Revista Vistazo. (16 de 11 de 2022). *Pitahaya ecuatoriana llega a 56 países, Perú es el nuevo destino*. Obtenido de Revista Vistazo: <https://www.vistazo.com/enfoque/pitahaya-ecuatoriana-llega-a-56-paises-peru-es-el-nuevo-destino-AX3653615>

Ricardo, D. (1817). *The Principles of Political Taxation*.

Rivadeneira, R., & Buitrón, C. (2014). Panorama económico de la deuda externa e interna del Ecuador periodo 2000-2016. *Revista Publicando*, 10, 431-447.

Rojas, P., & Sepúlveda, S. (1999). *¿Qué es la Competitividad?* San José: IICA.

Rojas, P., Chavarría, H., & Sepúlveda, S. (2001). *La Competencia en la Agricultura: La Cadena Agroalimentaria y el Impacto del Factor Localización Espacial*. Coronado.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva*. Quito: SENPLADES.

- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva*. Quito: SENPLADES.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, Senplades. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo*. Quito.
- SENPLADES. (2009). *Plan Nacional del Buen Vivir 2009-2013*. Quito.
- SENPLADES. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva*. Quito.
- SENPLADES. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017*. Quito .
- Servicio Nacional de Derechos Intelectuales. (28 de 06 de 2018). *SENADI entrega el certificado de Denominación de Origen por la Pitahaya Amazónica de Palora*. Obtenido de SENADI: <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/senadi-entrega-el-certificado-de-denominacion-de-origen-por-la-pitahaya-amazonica-de-palora/#:~:text=La%20Pitahaya%20de%20Palora%20es%20el%20producto%20de%20mayor%20calidad,un%20nivel%20de%20calidad%20constante>.
- Suárez, R., Gilces, M., Menéndez, A., & Ferrin, K. (2021). El proceso de producción y distribución de la pitahaya en Manabí para su exportación directa. *Brazilian Journals of Business, III*(4), 3330-3344.
- Sulser, R., & Pedroza, J. (2004). *Exportación Efectiva: Reglas Básicas para el Pequeño y Mediano Exportador*. Ciudad de México: ISEF.
- Toca, C. (2009). *Fundamentos del marketing: guía para su estudio y comprensión*. Bogotá: Universidad de Rosario.
- Trujillo, D. (2014). *Microorganismos asociados a la pudrición blanda del tallo y manchado del fruto en el cultivo de pitahaya amarilla en Tumbaco-Pichincha*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Vargas, Y., Pico, J., Díaz, A., Sotomayor, D., Burbano, A., Caicedo, C., . . . Vera, W. (2020). *Manual del Cultivo de Pitahaya para la Amazonia Ecuatoriana*. La Joya de los Sachas, Orellana, Ecuador: Instituto Nacional de Investigadores Agropecuarios.
- Verona, A., Urcia, J., & L., P. (2020). Pitahaya (*Hylocereus* spp.): Cultivo, características físicoquímicas, composición nutricional y compuestos bioactivos. *SciELO, 11*(3).

Vicepresidencia de la República de Ecuador. (2015). *Estrategia Nacional Para El Cambio de La Matriz Productiva*. Quito.

Wu, J. (2005). *Manual del Cultivo de la pitahaya*. Ciudad de Guatemala: Instituto de Ciencia y Tecnología Agrícolas de Guatemala.

Zamora-Boza, C. (2017). La importancia del emprendimiento en la economía: Caso Ecuador. *Revista Espacios*, 7.

Apéndices