



Nombre de la Facultad:

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Título del Trabajo:

Diagnóstico del comportamiento de las exportaciones de la pitahaya ecuatoriana hacia el mercado asiático en el periodo 2018 – 2021

Línea de Investigación:

Teoría y Desarrollo Económico

Modalidad de la titulación:

Proyecto de Investigación

Título a obtener:

Licenciatura en Administración de Empresas con Énfasis en Negocios Internacionales

Autor (a):

María Teresa Guzñay Avellan

Tutor (a):

Mgs. Ana María Alcívar

Guayaquil – Ecuador

2022

DEDICATORIA

Le dedico este trabajo a Dios que me ha guiado y cuidado, a mi mami que con su bondad y atención me ha dado fuerzas para seguir adelante, a mi papá que con su sabiduría y consejos supo guiarme en el cumplimiento de este y otros objetivos.

Gracias papis por darme tranquilidad en los momentos duros, apoyarme en todo este proceso y brindarme siempre su cariño incondicional. A mi perro Tobías por acompañarme en las madrugadas.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por estar siempre a mi lado. A mis padres por ser pacientes, y hacer muchos esfuerzos para que logre cumplir este objetivo. A mi familia por todo el apoyo brindado el cual me ha ayudado a llegar hasta aquí. A todas las personas que han aportado en mi vida. A mi tutora por guiarme con sus conocimientos en el desarrollo del presente proyecto.

RESUMEN

La fruta ecuatoriana PITAHAYA, conocida científicamente como *Hylocereus undatus*, misma que posee un certificado de origen otorgado por el SENADI. Es uno de los productos no tradicionales más solicitados para su exportación, por su exquisito sabor y las nuevas tendencias mundiales mismas que están orillando a los consumidores a tener una vida saludable. Según la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro zoosanitario (AGROCALIDAD) en el año 2021 se han exportado alrededor de 17.895 toneladas de la fruta sumando alrededor de 5.975 envíos certificados por la agencia. En general el aumento es de casi un 60% a comparación de los años anteriores. (Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agrozoosanitario, 2021). A través del método descriptivo se analizará la producción y nivel de exportación de las empresas ecuatorianas dedicadas al cultivo y la comercialización nacional e internacional se busca determinar las variantes de crecimiento del mercado de la fruta en Asia. Tomando en cuenta que Ecuador tiene que sacar ventaja de los recursos naturales que le brinda la tierra ya que tiene condiciones climáticas únicas que brindan la cosecha de varios productos como la pitahaya, la fruta podría convertirse en un importante factor estabilizador de la balanza comercial.

Palabras Clave: Pitahaya, Exportaciones, Asia, Mercado internacional

ABSTRACT

The Ecuadorian PITAHAYA fruit, scientifically known as *Hylocereus undatus*, which has a certificate of origin granted by SENADI. It is one of the most requested non-traditional products for export, due to its exquisite flavor and the new world trends that are leading consumers to have a healthy life. According to the Ecuadorian Agency for Quality Assurance of Agro-zoosanitary (AGROCALIDAD) in 2021 around 17,895 tons of fruit have been exported, totaling around 5,975 shipments certified by the agency. In general, the increase is almost 60% compared to previous years. (Ecuadorian Agency for Agrozoosanitary Quality Assurance, 2021). Through the descriptive method, the production and export level of Ecuadorian companies dedicated to cultivation and national and international marketing will be analyzed in order to determine the growth variants of the fruit market in Asia. Taking into account that Ecuador has to take advantage of the natural resources that the land offers, since it has unique climatic conditions that allow the harvest of various products such as pitahaya, the fruit could become an important stabilizing factor in the trade balance.

Keywords: Pitahaya, Exports, Asia, International market

Tabla de contenido

Introducción	8
Antecedentes	9
Planteamiento Del Problema	10
Pregunta problemática:	11
Objetivos	11
Objetivo general	11
Objetivos específicos	11
Justificación	11
CAPITULO 1: MARCO TEORICO	13
Balanza comercial	14
Exportaciones	14
Importancia de las exportaciones	15
TIPOS DE EXPORTACIONES.....	16
Comportamiento de las exportaciones de productos no tradicionales de ecuador	19
Descripción de la pitahaya	21
TIPOS DE PITAHAYA.....	21
Beneficios de una denominación de origen	25
Producción de la pitahaya	25
Empresas ecuatorianas dedicadas a la producción y exportación de la pitahaya	29
Logística para la exportación de pitahaya	30
Requisitos para la exportación de pitahaya	31
¿Qué es y que debe incluir la factura comercial de exportación?	33
Impedimentos en la exportación de pitahaya	34
Protocolo de requisitos para la exportación de pitahaya ecuatoriana al mercado asiático	36
Principales destinos internacionales de la pitahaya ecuatoriana	38
Competencia desleal	39
Revisión del comportamiento comercial de la pitahaya	41
Exportaciones de bienes	43
Definición del perfil consumidor asiático	44
Vendedores minoristas en Asia	46

Acuerdos entre el mercado ecuatoriano y asiático	49
Exportación de pitahaya ecuatoriana hacia el mercado asiático	50
CAPITULO II: MARCO METODOLOGICO	53
Enfoque de la investigación	54
Tipo de investigación	54
Método de la investigación	54
Periodo y lugar donde se desarrolla la investigación	54
Operacionalización de las variables	55
Procesamiento y análisis de información	55
Universo y muestra	56
Análisis del mercado asiático	60
CAPITULO III: ANALISIS E INTERPRECACION DE LOS RESULTADOS	63
Análisis general de los resultados	64
CAPITULO IV: PROPUESTA	67
Propuesta	68
Conclusiones	70
Recomendaciones	70
Bibliografía	72

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 – EXPORTACIONES “NO TRADICIONALES”	20
FIGURA 2 – PITAHAYA AMARILLA	22
FIGURA 3 – PITAHAYA ROJA	23
FIGURA 4 – CONTENIDO NUTRICIONAL DE LA PITAHAYA	24
FIGURA 5 – PRODUCTORES ECUATORIANOS DE PITAHAYA	25
FIGURA 6 – PRODUCCIÓN DE PITAHAYA ANUAL	27
FIGURA 7 – EXPORTADORES DE PITAHAYA 2017-2021 (VOLUMEN KG)	29
FIGURA 8 - EJEMPLO DE LA DECLARACION DE EXPORTACION ADUANERA	31
FIGURA 9 - EJEMPLO DEL CERTIFICADO DE ORIGEN ¡Error! Marcador no definido.	
FIGURA 10 – PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN (2021)	38

Figura 11 – Precio Internacional De La Pitahaya	39
Figura 12 – Feria Internacional “Fruit Logística”	42
FIGURA 13 – Evolución De Las Exportaciones Ecuatorianas	43
Figura 14 – Exportadores Ecuatorianos De Pitahaya (2018-2021)	58
Figura 15 - Principales Exportadores De Pitahaya Periodo 2017-2021	59
Figura 16 – Distribución Porcentual De La Población Asiática	60
Figura 17 – Canasta Exportable No Petrolera De Ecuador.....	48
Figura 18 - Fuente: Monitoreo De Exportaciones PRO ECUADOR.....	51
Figura 19 – Comportamiento De Las Exportaciones De Hong - Kong	¡Error!
Marcador no definido.	
Figura: 20 – Exportaciones No Petroleras No Tradicionales.....	64

ANEXO N° 14

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR PARA LA PRESENTACIÓN A
REVISIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Samborondón, 17 de junio de 2022

Magíster
Gino Cornejo Marco
Decano(a) de la Facultad
Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad Tecnológica ECOTEC

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación TITULADO: **Diagnóstico del comportamiento de las exportaciones de la pitahaya ecuatoriana hacia el mercado asiático en el periodo 2018 – 2021**, según su modalidad PROYECTO DE INVESTIGACIÓN; fue revisado, siendo su contenido original en su totalidad, así como el cumplimiento de los requerimientos establecidos en la guía para la elaboración del trabajo de titulación, Por lo que se autoriza a: **Guzñay Avellán María Teresa**, para que proceda a su presentación para la revisión de los miembros del tribunal de sustentación.

ATENTAMENTE,



Firmado electrónicamente por:
ANA MARIA
ALCIVAR
ALCIVAR

Mgtr. Ana María Alcívar

Tutor(a)

CERTIFICADO DEL PORCENTAJE DE COINCIDENCIAS

Habiendo sido nombrado **Ana María Alcívar**, tutor del trabajo de titulación **Diagnóstico del comportamiento de las exportaciones de la pitahaya ecuatoriana hacia el mercado asiático en el periodo 2018 – 2021**, elaborado por **María Teresa Guzñay Avellán**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **Licenciada en Administración de Empresa con énfasis en Negocios Internacionales**.

Se informa que el mismo ha resultado tener un porcentaje de coincidencias del **5%** mismo que se puede verificar en el siguiente link:
<https://secure.arkund.com/view/134216318-254462-233910#/details/fulltext>

Adicional se adjunta print de pantalla de dicho resultado.



Document Information

Analyzed document	TESIS- GUZÑAY AVELLAN MARIA TERESA.pdf (D140625883)
Submitted	6/17/2022 4:19:00 PM
Submitted by	Ana María Alcívar
Submitter email	aalcivar@ecotec.edu.ec
Similarity	5%
Analysis address	aalcivar.ecotec@analysis.arkund.com

Sources included in the report

SA	UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ECOTEC / Arianna Desiree León Macías. Tesis Final.pdf Document Arianna Desiree León Macías. Tesis Final.pdf (D108804735) Submitted by: psanandres@ecotec.edu.ec Receiver: psanandres.ecotec@analysis.arkund.com	 2
SA	Tesis de Joselyn Pamela Acuria Morán(1).docx Document Tesis de Joselyn Pamela Acuria Morán(1).docx (D131059085)	 1
W	URL: http://www.camae.org/exportaciones/tras-firma-de-protocolo-exportacion-de-pitahaya-a-china-se-iniciaria-en-junio-esperan-productores/ Fetched: 6/17/2022 4:24:00 PM	 2
SA	34f553117a35d7964a7583f0dc9f45411968beac.doc Document 34f553117a35d7964a7583f0dc9f45411968beac.doc (D75620733)	 1



Firmado electrónicamente por:
**ANA MARIA
ALCIVAR
ALCIVAR**

FIRMA DEL TUTOR
Ana María Alcívar

ANEXO N°16

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR PARA LA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN CON INCORPORACIÓN DE LAS OBSERVACIONES DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Samborondón, 8 de julio de 2022

Magíster
Gino Cornejo Marco
Decano(a) de la Facultad
Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad Tecnológica ECOTEC

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación
TITULADO: **DIAGNÓSTICO DEL COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES DE LA PITAHAYA ECUATORIANA HACIA EL MERCADO ASIÁTICO EN EL PERIODO 2018 – 2021**, según su modalidad PROYECTO DE INVESTIGACIÓN; fue revisado y se deja constancia que el estudiante acogió e incorporó todas las observaciones realizadas por los miembros del tribunal de sustentación por lo que se autoriza a: **GUZÑAY AVELLÁN MARÍA TERESA**, para que proceda a la presentación del trabajo de titulación para la revisión de los miembros del tribunal de sustentación y posterior sustentación.

ATENTAMENTE,



Firmado electrónicamente por:
**ANA MARIA
ALCIVAR
ALCIVAR**

Mgtr. Ana María Alcívar

Tutor(a)

Introducción

El crecimiento económico de Ecuador, depende en gran parte de las exportaciones y la introducción de los productos ecuatorianos en nuevos mercados como el asiático o el europeo. Ecuador es un país que por sus privilegiadas condiciones climáticas es óptimo para el cultivo de varias frutas, verduras entre otros productos alimenticios de consumo masivo que ayudan a mantener estables económicamente a millones de familias ecuatorianas ya que el cultivo o comercialización es su principal ingreso. Por ese motivo los habitantes se han visto obligados a constantemente mejorar la calidad de su producción para abrir puertas en el extranjero. Sin embargo, esta ventaja natural ha sido desaprovechada por muchos años.

A finales de los 90s surgió el primer cultivo de Pitahaya en la provincia de Bolívar, creándose así una de las plantaciones más importantes de la fruta en el Ecuador. Luego de estos acontecimientos arranco el cultivo de la misma en otras provincias y por lo consiguiente se fundó la Asociación de Productores de Pitahaya del Ecuador (APPE) en el año 2002, les tomo alrededor de 3 años a los colaboradores de la asociación mejorar el producto para en el 2005 realizar la primera exportación.

Siendo así una de las frutas más innovadoras y llamativas como lo es la pitahaya subió sus estadísticas de consumo en Ecuador a inicios del año 2005 ya que se dieron a conocer todos los beneficios que la misma causa en el cuerpo humano.

Desencadenando así en una oportunidad económica, la pitahaya entro en la lista de exportación de productos no tradicionales. Actualmente la fruta cuenta con alrededor de 3.000 hectáreas en producción entre pitahaya roja y amarilla. Beneficiando cerca de 17 provincias ecuatorianas, específicamente a pequeñas fincas. Ecuador se ha enfocado en el cultivo de la amarilla convirtiéndose en líder de exportaciones, dejando a la fruta como un producto de alta calidad en el país.

Es importante dar a conocer en este análisis que el país se debe preparar para los nuevos retos que nos propone el mercado internacional, ya que no se encuentra

listo para disponer de grandes encargos de la fruta como sería lo esperado. Esto gracias a la falta de coordinación y apoyo del gobierno hacia los cultivadores. La oportunidad que le está brindando la fruta hacia el mercado asiático es grande y muy compleja, por esa razón el país debe gestionar de manera eficiente y eficaz el presupuesto que han destinado para los productos de exportación primarios.

En el año 2019 se registraron alrededor de \$35,3 millones de dólares por parte de las exportaciones de pitahaya, dejando así un incremento con respecto al año anterior. Siendo Asia uno de los principales compradores de la fruta acaparando el 42% de las exportaciones. Distinguiendo que el mercado se puede expandir mucho más.

Para Ecuador es importante enfocarse en otro recurso que aporte considerablemente a la balanza comercial como lo hace el petróleo, ya que este recurso es muy volátil. No obstante fomentar el crecimiento de sectores como el agrícola, empresarial e industrial sería lo óptimo para intensificar la presencia de Ecuador en el comercio exterior. Tomando en cuenta que los países alrededor de Ecuador cuentan con una fuerza industrial mayor, que los hace más competitivos.

Antecedentes:

La pitahaya conocida como fruta del dragón ha sido consumida por los ecuatorianos hace varios años, considerándose como un producto que aporta muchos beneficios a la salud (Ruiz & Menacho, 2020). Al ser una fruta que se da en varios países ha sido sometida a una gran cantidad de investigaciones logrando que se haga cada vez más reconocida en el mercado internacional, creando una necesidad donde no se da el cultivo o cosecha de la fruta dando inicio a una nueva oportunidad para el mercado de las exportaciones.

En Ecuador los productores están conscientes de sus recursos, mismos que deben ser cuidados para seguir obteniendo la producción de la fruta y prevenir las malas prácticas en el cultivo (Velasquez, 2020). Según el ministerio de agricultura desde el 2005 arrancaron las importaciones de la pitahaya ya que la asociación de

Pitahaya con alrededor de 70 socios logró cultivar más de 300 toneladas de pitahaya en varias provincias destacando Morona Santiago, Palora

Los principales consumidores de la pitahaya eran los del mercado asiático hasta el 2018, se consideraban uno de los principales importadores de la fruta, sin embargo, desde el 2018 en adelante Estados Unidos se convirtió en el principal comprador ya que realizó una importación significativa. Sin embargo, Asia sigue ocupando un papel importante en la lista ya que realizan el 42% de las importaciones. (Lucero, 2020)

Planteamiento Del Problema

La pitahaya es una fruta con gran potencial económico y poco explotada en el sector de las exportaciones (ESPOL, 2009). Hace pocos años atrás la pitahaya se convirtió en uno de los productos de exportación no tradicionales que llamo más la atención del mercado extranjero. El Ministerio de Agricultura y ganadería (MAG, 2019), indicó que la pitahaya es considerada uno de los 25 productos priorizados dentro de la estrategia de reconversión productiva. Especialmente en Asia, sin embargo, la cantidad de producto que sale del país aún sigue siendo limitada por la falta de personas que se dediquen a la producción de la fruta. Si bien es cierto según la Cámara Marítima del Ecuador (CMAE, 2022), se exportaron alrededor de **17.895 toneladas** de la fruta en el 2021, 60 % más que en el 2020 cuando se enviaron **11.260 toneladas**. Esto quiere decir que la demanda internacional sigue en crecimiento, pero los productores se ven cada vez más contrariados por los precios inaccesibles de los productos agrícolas y el de las hectáreas, desencadenando en que los costos de producción no están siendo lo suficientemente rentables. Según el Banco central la balanza comercial en el 2018 y 2019 presentaron un déficit gracias a una disminución en las exportaciones de los productos principales creando una cadena de irregularidades en los precios de la materia prima de la cual la mayoría de los agricultores requieren para mantener la producción y calidad de la fruta, caso contrario no pasan las rigurosas certificaciones de buenas prácticas agrícolas.

Bajo esta premisa se pretende realizar un diagnóstico sobre el comportamiento de consumo que tiene el mercado asiático hacia las frutas exóticas y los factores económicos en Ecuador que están impidiendo el aumento de la producción de pitahaya y la creación de nuevas empresas que comercialicen la fruta. Resaltando así el objeto de estudio.

Pregunta problemática:

¿Cuál ha sido el comportamiento económico de las exportaciones de pitahaya ecuatoriana hacia el mercado asiático y su aporte a la balanza comercial en el periodo 2018-2021?

Objetivos

Objetivo general

Diagnosticar el comportamiento comercial que ha tenido la pitahaya en el mercado asiático 2018-2021

Objetivos específicos

- Describir la demanda de pitahaya ecuatoriana en el mercado asiático
- Analizar la evolución de las exportaciones de pitahaya ecuatoriana al mercado asiático en el periodo 2018 – 2021
- Establecer oportunidades expansión comercial que tiene la fruta ecuatoriana en el mercado asiático

Justificación

La finalidad del presente trabajo es determinar cómo ha variado la comercialización internacional de la pitahaya siendo este un producto de exportación “no tradicional” que al darse en ciertas regiones del país no ha sido debidamente tomado en cuenta como potencial para exportación masiva. Ecuador empezó a comercializar la fruta hace menos de 10 años introduciéndose al mercado internacional con pequeñas cantidades, gracias a los análisis de mercado, clima, geografía y suelo se podría decir que actualmente la fruta forma parte del desarrollo económico. Lograr la

industrialización de la pitahaya tomando en cuenta la ventaja competitiva que naturalmente le ha sido brindada al país puede hacer que se convierta en uno de los principales productos no tradicionales que aporten positivamente a la balanza comercial.

El diagnóstico de este proyecto de investigación busca detallar los progresos se ha tenido la fruta en el mercado asiático ya que va de la mano con el apoyo que recibiría la balanza comercial por estos rubros que ingresan al país. Es necesario identificar los puntos bajos y altos en la línea de tiempo de la evolución económica que ha tenido la pitahaya al mercado asiático para poder definir los caminos más óptimos a la exportación ya que contamos con países competidores como lo es Colombia país pionero en la producción de la fruta.

CAPITULO 1: MARCO TEORICO

Balanza comercial

La balanza comercial es el registro de las importaciones y exportaciones que lleva a cabo un país en un periodo determinado, donde por medio de la disimilitud de estas transacciones se podrá determinar si la nación en cuestión está en una situación de déficit, cuando las importaciones superan a las exportaciones; o de superávit, cuando las exportaciones son mayores que las importaciones, indicando cuán alejado está el comercio de bienes de importaciones y exportaciones (Aguilar, Maldonado , & Solorzano, 2020).

Es por esto que la balanza comercial constituye un indicador económico primordial, pues a través de los datos estadísticos obtenidos se pueden tomar decisiones vitales en el ámbito comercial, relacionando simultáneamente el comercio internacional y su efecto en la economía interna (Avila , Mendoza , & Pinargote, 2017).

Según Juan Pablo Jaramillo, En los últimos años, Ecuador ha venido consolidando una Balanza Comercial negativa, lo cual nos ubica en diferentes escenarios en los cuales el flujo negativo de divisas termina siendo el detonante para que se tomen medidas muy drásticas e, incluso para muchos, impopulares (Jaramillo, 2015).

Ecuador en el año 2021 presento en la balanza comercial un superávit de 855,7 millones de euros. Esto quiere decir que el PIB fue 0,95% más bajo que el año 2020 ya que ingresaron 2.133,9 millones de euro, representando el 2,45% del PIB. Según Datos Macro la variación en la balanza es porque la cantidad de importaciones fue más alta que las exportaciones. Causando que la situación económica de Ecuador empeore (Datosmacro, 2021).

Exportaciones

Son un componente importante para las organizaciones o el país. Por qué mediante ellas se logra asegurar una buena económica. Si el país logra un año con números altos en exportaciones se garantiza un superávit. Haciendo que aumente su reconocimiento internacional

Es el régimen aduanero que se define como el intercambio de bienes y servicios que se producen en un país y que se sujetan a diversas legislaciones y acuerdos específicos según el país de destino donde se realizará su uso y consumo (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2021).

Las exportaciones son consideradas un grupo de actividades comerciales, la realizan todos los países del mundo con la finalidad de intercambiar bienes o servicios. Gracias a la globalización el tiempo que dura este tipo de intercambios es menor ya que existen convenios que aseguran el libre comercio y facilitan las gestiones internacionales. Estos acuerdos logran que la compra-venta tenga un costo más bajo de aranceles y la eliminación de barreras arancelarias (Baez, 2014).

Ecuador es un país que naturalmente tiene un potencial inigualable para poder realizar exportaciones agrícolas. Lo antes mencionado pertenece al grupo de exportaciones no petroleras, mismo que se encuentra abriendo puertas en el mercado internacional a la fecha se divide en dos grupos: exportaciones tradicionales y no tradicionales.

El primer grupo (tradicionales), está conformado por los productos más demandados como el cacao, café, atún, pescado, banano, etc. Y el segundo grupo (no tradicionales), flores, frutas tropicales y los enlatados que se incorporaron en los últimos años (Verdugo & Andrade , 2018).

Importancia de las exportaciones

Es uno de los factores más importantes para cualquier país, ya que de ahí reciben los ingresos que alimenta a una de las balanzas comerciales. A su vez mejora la relación con los países interesados en el producto nacional y da apertura a la gestión de acuerdos comerciales que busca del aumento de producción y oportunidades para los ciudadanos del país de origen y destino.

Por ese motivo se detallarán los beneficios de mantener un mercado abierto y armónico:

- Generan la mayor cantidad de ingresos al país.
- Ayudan al crecimiento socio-económico, ya que se solicitan más recursos humanos.
- Dan paso a ser un país más visible y competitivo a nivel internacional
- Brinda diversidad a la fuente de ingreso del país, disminuyendo el riesgo de resultados negativos.

TIPOS DE EXPORTACIONES

Se pueden clasificar de varias formas:

- Tradición
- Restricción
- Tiempo
- Envió.

Las exportaciones según su tradición se clasifican de la siguiente forma:

- **Exportaciones tradicionales:** transportan siempre el mismo bien (producto) frecuentemente. Al país que cuenta con poca o nula producción del mismo. Como ejemplo tendríamos al petróleo
- **Exportaciones no tradicionales:** la gestión de los productos no tradicionales es considerada baja, ya que son productos no comunes y el país que lo solicita no depende de ello. Por ese motivo se comercializan con menor frecuencia. Por ejemplo, las frutas exóticas, bebidas alcohólicas, automóviles, etc...

Según su restricción puede clasificarse en:

- **Restringidas:** requieren de una gran cantidad de permisos para ser ejecutadas ya que están limitadas por el país por temas de seguridad
- **Prohibidas:** es la demanda de productos o servicios que no están permitidos por la ley y la seguridad nacional. Ya que pueden afectar ecosistemas, como ejemplo tenemos a los animales en peligro de extinción.
- **No restringidas:** son las exportaciones que cuentan con el cumplimiento de todas las normas de seguridad. Esto quiere decir que se pueden comercializar internacionalmente sin inconvenientes

Según su tiempo tenemos las siguientes:

- **Exportación temporal:** el producto se transportado por un tiempo en específico para cumplir con algún trabajo del cual el país importador no tiene los equipos o el material. Para realizar este tipo de trámite se requiere de un acuerdo aduanero donde se aclara el tiempo que es requerido el producto o servicio
- **Exportación definitiva:** se da cuando el producto comercializado es enviado con la finalidad de ser consumido o usado indefinidamente. Esto quiere decir que es un producto sin regreso al país. Existen casos exentos por ej. Si el comprador no cumple con lo acordado en el contrato de compra, la exportación puede ser detenida y regresar al país de origen.

Según su envío

La exportación según su envío puede clasificarse en:

- **Concentrada:** un grupo de empresas acuerdan el envío de mercadería proveniente de un destino común con la finalidad de reducir costos, papeleo y recursos humanos.
- **Directa:** es comúnmente usada por empresas que cuentan con experiencia en gestiones aduaneras ya que los procesos se les más fáciles por las conexiones que han gestionado previamente. Quitando del medio cualquier persona con la función de intermediario
- **Indirecta:** este tipo de exportación la realizan las empresas con poca experiencia que desea reducir costos y gastos en el proceso. En este caso la organización contrata a un intermediario experto en el proceso de comercio internacional para que asuma toda la responsabilidad. La misma persona se encarga de indicarle a los colaboradores cual es el proceso a seguir para una gestión exitosa.

“La calidad de las exportaciones inicia en la contribución que aportan al ser fuente de ingresos fomentando el aumento de la economía del país, extienden el mercado transnacional, avivan las relaciones internacionales y evitan los riesgos de mercados internos inconsistentes” (Rueda, 2018).

Comportamiento de las exportaciones de productos no tradicionales de Ecuador

Según cifras del banco central entre los productos de exportaciones No Tradicionales al 2014 destacan:

- Enlatados de pescado (9.8%).
- Productos mineros (9%)
- Flores naturales (6.7%)
- Extractos y aceites vegetales (2.9%)
- Otras manufacturas de metal (2.7%)
- Manufacturas de cuero, plástico y caucho (1.8%)
- Madera (1.6%)
- Jugos y conservas de frutas (1.5%)
- Químicos y fármacos (1.3%)
- Vehículos (1%)
- Elaborados de banano (1%)
- Otras manufacturas textiles (0.8%)
- Resto de productos que representan el (7.9%).

Los porcentajes de cada tipo de producto “no tradicional” demuestran la presencia casi inexistente de los mismos en los mercados internacionales. (Evolución de la Balanza Comercial, 2014)

A pesar de que Ecuador se ha venido enfocando hace varios años atrás en la industrialización de los productos primarios en el intervalo desde el 2018-2021 el sector de productos no tradicionales ha tenido un gran desarrollo gracias a su avance en la calidad de los productos y la mejora en los procesos de exportación. Según el banco central en el periodo ya antes mencionado el sector evidencio un incremento del 36% en comparación a sus inicios en 1990. (Banco Central del Ecuador, 2020)

Figura 1

Exportaciones "No tradicionales"



Nota: análisis entre el periodo 2018-2021, según los datos exportados del banco central.

Se puede definir que el 2018 fue el año en el que las exportaciones no tradicionales arrancaron con su internacionalización de una forma más notoria, ese año es el que se puede definir como un antes y después.

Tomando en cuenta que en el 2021 en el periodo de enero – septiembre según el último reporte publicado por la Federación Ecuatoriana de Exportadores (Fedexpor) se han reportado alrededor de \$4.213 millones de dólares en exportaciones de productos no tradicionales. Denotando que los principales productos en obtener protagonismo con los aceites vegetales, las frutas tropicales, la madera y elaborados, flores y los enlatados. Las cifras antes mencionadas representan un incremento del 22% en contraste con el año 2020 (Escobar , 2021)

Esto quiere decir que las tendencias de crecimiento para las exportaciones no tradicionales son positivas, aunque Ecuador mantenga una filiación por las exportaciones de petróleo, cacao, camarón, etc. Los crecimientos de Ecuador hacia el mercado internacional de los productos no petroleros presentan una proyección positiva

Descripción de la pitahaya

El cactus trepador del género “Hylocereus”, nombre común pitahaya es una fruta exótica. Su origen exacto es desconocido. Muchos indican que la fruta tiene sus inicios en México, Costa Rica, Ecuador y Colombia. Se puede decir que es nativa de América del norte, centro y sur. La historia de la fruta arranca en la conquista española, en esa época fue descubierta por los conquistadores.

La pitahaya es una planta con 7 centímetros de ancho con tallos alargados de forma ovoide conocida por su valor nutricional y los beneficios a la salud. Existen alrededor de 14 especies. Al inicio de su evolución es verde y en el transcurso de su crecimiento se puede tonar amarilla, roja o rosada (Esquivel & Araya, 2012).

TIPOS DE PITAHAYA

Pitahaya amarilla

La fruta considerada como exótica en todo el mundo cuenta con una gran apertura en el mercado por su apariencia amarilla brillante, la calidad de la cosecha, su particular sabor dulce y los beneficios nutritivos que aporta a la salud (Medina, Rebolledo, Kondo, & Toro, 2013).

Los países que tienen estas condiciones son Ecuador, Colombia y Perú. La flor de la fruta es de color blanco, la pulpa también es blanca y sus semillas son de color negro.

Se identifica claramente por particular forma de espinosa y el color de la cascara que es amarillo. El sabor de este tipo de pitahaya es particularmente dulce y dentro de los beneficios que brinda tiene la vitamina c y el calcio.

Figura 2

Pitahaya amarilla



Nota: El productor

En la figura 2, según el productor así es como se ve la pitahaya amarilla que se da en varias temporadas del año. Ya que esta se produce en las zonas de los andes. Este tipo de fruta se cosecha en cortos periodos de tiempo. Esto quiere decir que no se va a dar en las 52 semanas del año.

Pitahaya roja

Llama la atención entre los consumidores por su particular color rojo, y la pulpa de color rosada o blanca. El sabor de este tipo de pitahaya no tiene algo en particular, varias opiniones indican que es insípido La primera exportación la

pitahaya roja se dio en el 2018 por una empresa llamada LAIA MARGARITA, ubicada en la provincia de Manabí.

Figura 3

Pitahaya Roja



Nota: la figura presenta como se ve la pulpa de la pitahaya roja y su particularidad. La fruta se dirigió por primera vez a Estados Unidos. Según (Martinez , 2018), el primer envío de pitahaya roja fue de 5.000k, el cliente se mostró satisfecho ante los atributos positivos del producto e indicó que desea continuar importando porque son valores acordes al mercado en relación precio – calidad, esto quiere decir que se debe preparar una segunda exportación muy pronto.

De acuerdo a los datos proporcionados por PROECUADOR en el 2018, “el mayor cultivo de pitahaya que tiene Ecuador es la amarilla con un 96% y la roja con un 4%” (PROECUADOR, 2018).

Hace algunos años se identificó la especie *Cereus* sp. (Cactaceae) registrada por el nativo en el sector del Cantón de Palora, Provincia Morona Santiago. Ganando una “denominación de origen” misma que según el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales es un signo distintivo con el que identifican a un país, región o lugar determinado donde se unen factores naturales y humanos en el proceso de

producción, elaboración o extracción de un producto como lo es la pitahaya amazónica de Palora.

La pitahaya se considera como un alimento nutritivo y eficaz, si propiedad antioxidante es uno de los principales beneficios. La semilla de la fruta contiene ácido graso natural, particularmente ácido linoleico, además el aceite de sus semillas tiene un efecto laxante. Alivia problemas estomacales, mejora el funcionamiento del tracto digestivo, ayuda a disminuir el colesterol en la sangre” (Sotomayor , Pitizaca, Burbano, Diaz, & Nicolade, 2019).

Figura 4

Contenido Nutricional de la Pitahaya

**Contenido nutricional de 100 g de fruta de Pitahaya amarilla y roja.
(Claridades Agropecuarias. Junio 2000)**

Componente	Fruto de Pitahaya		
	Amarilla	Roja de pulpa roja	Roja de pulpa blanca
Agua	85.35	86	87.5
Contenido de azúcar (Grados Brix)	19	12	10.6
Proteína	0.40	1.5	1.2
Sólidos totales (%)	Sin datos	12	12.5
Carbohidratos	9.91	13.2	8.3

Nota: Manual Técnico de buenas Practicas de cultivo de pitahaya

En informes recientes la pitahaya se reportó como una posible fuente de prebiótico natural, ya que contiene **oligosacáridos**. Los prebióticos son elementos importantes en los alimentos funcionales y tienen efectos positivos en la modulación de bacterias intestinales beneficiosas, refuerza el sistema inmunológico (Verons, Urcia, & Paucar, 2019).

En cortas palabras la pitahaya cuenta con propiedades particulares como un aroma más atrayente, pulpa sólida, la corteza es más dura que la fruta cultivada en otras provincias.

Beneficios de una denominación de origen

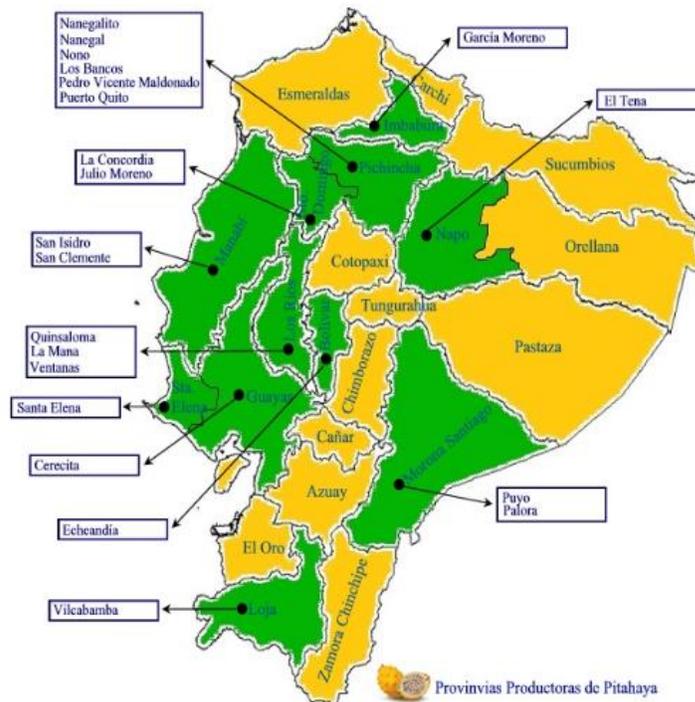
- ✓ La pitahaya adquiere un mejor precio de compra en el mercado internacional
- ✓ Al ser un producto natural ayuda a la conservación de la biodiversidad
- ✓ Se crean asociaciones que forman un grupo competitivo ante los otros países.

Producción de la pitahaya

La producción de pitahaya en Ecuador es bastante fructífera dado a las condiciones climáticas que la acompañan, con el paso de los años desde el descubrimiento de la fruta varias provincias se han sumado a la cosecha. Ya que la fruta ha ganado mercado y es altamente demandada no solo por el mercado nacional. El tipo de pitahaya que se cosecha en Ecuador es la amarilla dado a su delicado sabor. La asociación de pitahaya indica que las provincias dedicadas a la cosecha de la fruta son las siguientes:

FIGURA 5

PRODUCTORES ECUATORIANOS DE PITAHAYA



Fuente: ASOPITAHAYA

Se logra identificar que las 3 principales provincias productoras son:

- Pichincha
- Morona Santiago
- Los ríos

Sin embargo según (Nacional, 2016) en sus estudios realizados identificaron que en Palora es de donde sale la pitahaya de mejor calidad.

La producción según los cosechadores varía dependiendo de la temporada como toda fruta:

Tabla 1

Meses de producción de pitahaya

MESES	PORCENTAJE DE PRODUCCION
FEBRERO - MARZO	60%
JUNIO	5%
SEPTIEMBRE Y OCTUBRE	15%
NOVIEMBRE - DICIEMBRE	20%

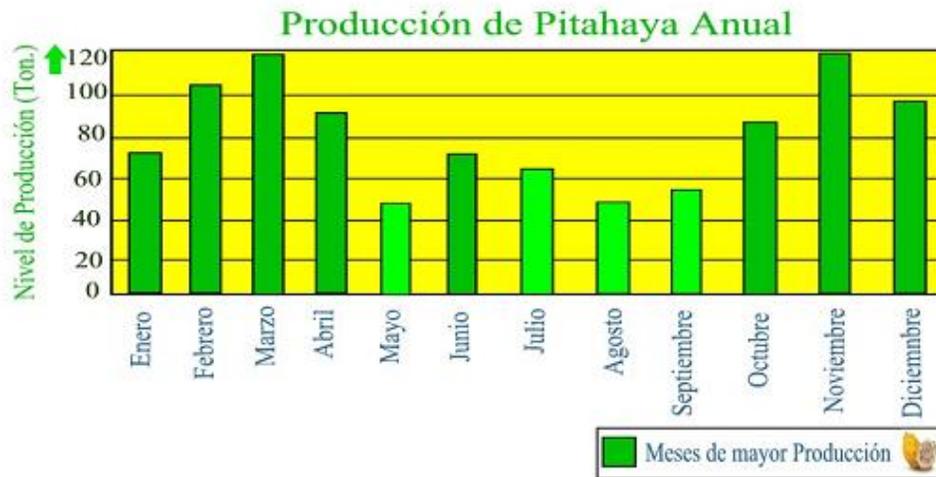
Nota: porcentaje de los meses de producción de la pitahaya para determinar los picos.

“Para obtener un producto de calidad que tenga color atractivo con mucho sabor, los sembríos requieren un suelo con buen drenaje, temperatura, luminosidad y abundante materia orgánica” (EL COMERCIO, 2018).

Analizando las estadísticas de la producción de pitahaya en toneladas según la asociación se mueve a través de los meses de la siguiente forma:

Figura 6

Producción de Pitahaya anual



Fuente: ASOPITAHAYA

Según el (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, 2019) La producción de la pitahaya depende de varios factores como el buen manejo agronómico y que se encuentre en buenas condiciones ambientales para mantener un patrón estable en el crecimiento de la fruta.

La producción de pitahaya ha demostrado tener un gran potencial en el mercado internacional, logrando la creación de miles de trabajos y mejorar el ingreso de las naciones que las producen al ser comercializada en el mercado nacional e internacional.

La fruta al tener un gran potencial de exportación se vio envuelta en un proceso de análisis de buenas prácticas por medio de capacitación al personal que cuida de los cultivos, y adicionar las herramientas adecuadas, como dispositivos que analizan los nutrientes del suelo para medir el riego entre otros cuidados que se le debe dar (Ministerio de Comercio Exterior, 2019).

Actualmente para realizar la producción de la fruta debe realizar un análisis técnico, logístico y de seguridad (TLS), caso contrario no entraría como un producto competitivo. Esto quiere decir que en los procesos de cultivo se reestructuraron

todas las etapas de producción para que cada protocolo se lleve a cabo dentro del tiempo establecido. Con respecto a la parte logística se identificaron los puntos débiles de la distribución para la mejora del movimiento físico de la fruta desde su lugar de producción hasta su lugar de exportación y por último el destino donde será consumida.

Hay que tomar en cuenta que para la logística de un producto como la pitahaya se debe seguir un sin número de procesos como la gestión del empaque donde se verifica que la fruta se mantenga en buen estado, la fumigación misma que es obligatoria para el control de plagas, la colocación de sellos entre otros pasos que han sido analizados detalladamente para que la comercialización y el consumo de la fruta sea de calidad (Gaibor & Gavilanes, 2017).

Trabajar bajo estándares TLS, lleva a las fincas que cultivan la fruta lograr cubrir las expectativas de los consumidores. Ganando así más reconocimiento en el mercado internacional. Ya que desde el momento en el que se realiza un pedido del extranjero comienza la gestión interna de producción para cumplir con todos los estándares establecidos.

El objetivo principal de las fincas productoras de pitahaya es enviar la fruta en óptimas condiciones dentro del tiempo acordado así se tengan que involucrar más recursos como mano de obra, etc. Con esto obtienen la satisfacción del cliente y un buen flujo dentro de la empresa.

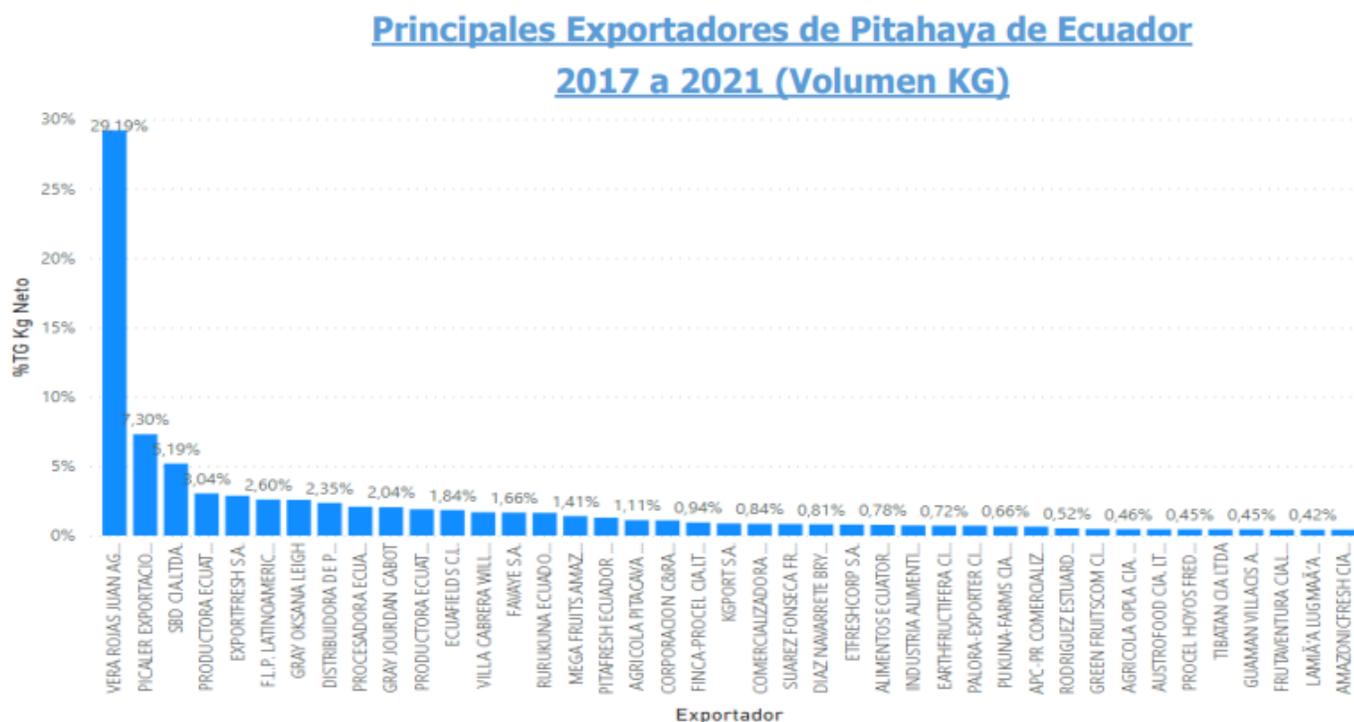
Hasta finales del 2021, se reconocieron alrededor de 2.051 lugares de producción de pitahaya que cubren los estándares de calidad para la exportación ante la agencia aduanera. Estas productoras se encuentran ubicadas en 21 provincias del Ecuador. Siendo Morona una de las que cuenta con el 65% de los lugares de producción, en segundo lugar Manabí con el 8% y Pichincha con el 5,5% (Agrocalidad, 2021)

Empresas ecuatorianas dedicadas a la producción y exportación de la pitahaya

Según la AGROCALIDAD, hasta el 2021 se registraron alrededor de 1225 de productores aprobados para el cultivo de pitahaya. Los centros de acopio son 172. Demostrando así la transición de una cosecha “domestica” a una mundial. Hace varios años solo había una persona interesada en la cosecha de pitahaya el Sr. Raúl Roldan, actualmente cuenta con el cultivo más grande de la fruta a nivel nacional. Coordinando con más personas para formar la Asociación de productores de Pitahaya del Ecuador, las cuales empezaron a enviar fruta principalmente a países asiáticos en el 2002.

Figura 7

Exportadores de pitahaya 2017-2021 (Volumen KG)



Fuente: Decker Giovanni

En la figura 7 podemos visualizar a los principales exportadores de la fruta, esta lista es encabezada por una persona natural, misma que fue de los primeros productores

de pitahaya en Ecuador. Actualmente cuenta con una de las fincas con mayor cantidad de hectáreas.

Logística para la exportación de pitahaya

En Ecuador la logística con el objetivo de exportación hace varios años era un punto débil ya que varias provincias no lo consideraban como un punto clave para la gestión efectiva de la producción. Se identificó que antes de la implementación de nuevos procesos existía mucho desperdicio del producto y claramente la ganancia de los comerciantes disminuía significativamente.

EL sector agrícola que cuenta con todos los requisitos para ser productivos ya que tienen recursos naturales abundantes no conocían nada sobre los procesos logísticos lo que detenía significativamente su desarrollo.

Sin embargo, con el pasar de los años este fue un proceso que se ha ido perfeccionando. Se comenzaron a cubrir varios puntos importantes como lo es el transporte, todos los procesos técnicos, sanitarios y de seguridad.

Los cultivadores empezaron a compartir sus conocimientos generando capacitaciones para poder identificar todos los puntos a cubrir para la exportación. Arranco también la participación de la fruta en exposiciones internacionales con el objetivo de mostrarla a nuevos consumidores para que sea adquirida por nuevos países y que sea mayormente reconocida en los mercados internacionales.

También se implementó el protocolo TLS, para sumar a la competitividad de la fruta. Ya que, al tener estándares de calidad significativos, el valor de venta puede ser aumentado. Se adicionaron visitas técnicas por parte de la AGROCALIDAD disminuyendo los inconvenientes ya que las personas asignadas se encargan de revisar las haciendas para evitar la propagación de plagas. Creando así un mejor manejo de comercio exterior. Con las revisiones frecuentes se disminuía el tiempo de escrutinio en las zonas primarias y optimizaba el uso de recursos para inspecciones adicionales.

Requisitos para la exportación de pitahaya

Según (Ministerio de Comercio Exterior, 2019), Los procesos implementados para la comercialización de la fruta con necesarios para asegurar la sanidad, calidad y monto a pagar.

El objetivo es que la fruta se procese en centros de recolección certificados con las revisiones anti plagas para evitar inconvenientes a la hora de empacar. Las evaluaciones se realizan en todos los centros de acopio por 21 personas denominadas inspectores fitosanitarios, se encargan de verificar que la fruta cubra todos los estándares sanitarios requeridos por el cliente importador. Esta inspección se realiza antes de la emisión del certificado fitosanitario (Serrano, 2021).

Dentro de los documentos principales solicitados para la exportación de la fruta por primera vez se solicita la declaración aduanera de exportación DAE, funciona como una autorización permanente que se gestiona a través del sistema aduanero ECUAPASS, por parte de la SENAE para poder realizar la exportación del producto.

El siguiente documento solicitado es la declaración jurada de origen DJO, el tramite tiene una duración de alrededor 10 min, con el objetivo de constatar que la fruta para exportación cubre las normas establecidas por los diálogos comerciales definidos en los foros de regulación. Este documento se solicita como requisito previo a la gestión de otros certificados necesario Certificado de origen

Es un documento que, así como su nombre lo dice certifica que el producto, en este caso la pitahaya cumpla con todos los requisitos de origen. Indicando que puede ser exportada y que puede ingresar en la lista arancelaria del país según los arreglos comerciales preliminarmente registrados. También puede ser usado para las importaciones, el certificado se encuentra regulado bajo el ministerio de comercio exterior avalado por un acuerdo ministerial. La finalidad es permitir una buena administración aduanera.

El certificado fitosanitario es otro de los documentos solicitados que lo emite La Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro zoosanitario (AGROCALIDAD).

El rol de la agencia es ejecutar las políticas y regulaciones para poder controlar la producción del sector agro en el país.

Dentro de las tareas relevantes de la AGROCALIDAD se encuentran las siguientes:

- a) Controlar que se efectúen todas las obligaciones previamente socializadas a los productores en campo, cosecha y carga
- b) Tener todas las actualizaciones registradas de cada uno de los procesos para que puedan ser inspeccionados en todo momento
- c) Realizar revisiones técnicas a las fincas que producen pitahaya para asegurar el control de plagas antes de las fechas altas de producción.
- d) Autenticar que todos los envíos cumplen con lo establecido dentro del protocolo.

El trámite tiende a durar alrededor de 30 min. Su trabajo es certificar que los productos se encuentran libres de plagas por ese motivo esta revisión es una de las más importantes, ya que si la plaga es “exportada” esto puede causar un ajuste ambiental negativo en el país para el que la fruta fue solicitada.

Para la emisión de este documento en especial se deben cumplir varios pasos como la solicitud de inspección para que se programen las revisiones de la fruta en fechas previamente asignadas y comunicadas a las personas responsables. Al pasar esta etapa la finca puede proceder a realizar la solicitud del certificado fitosanitario donde el encargado de agro calidad hace la evaluación de los documentos llenados en la solicitud mismos que pueden ser aprobados o rechazados. En caso de ser aprobada la solicitud se realiza una asignación de tasa, esto quiere decir que se emitirá una orden de pago.

Llegando así al último de los pasos, el pago de la tasa mismo que generalmente se hace por medios electrónicos cuando ya tengan en su poder la orden, obteniendo así el certificado para poder continuar con las gestiones pendientes como lo es la factura comercial que será utilizada para ejecutar la exportación misma que se emite bajo muchas condiciones particulares para que pueda ser aceptada en el país de destino.

¿Qué es y que debe incluir la factura comercial de exportación?

La factura comercial de exportación, es un documento que contiene información vital acerca de lo que se está enviando, el valor a pagar, el método de envío y los datos de ambas empresas la que solicita el producto y la que envía. Es emitida una vez que el trato se haya concretado con el objetivo de calcular los aranceles y los impuestos. (Ministerio de Comercio Exterior, 2019), los detalles importantes que debe incluir a diferencia de una factura regular son:

- a) Nombre completo de la empresa
- b) RUC
- c) Información básica de la empresa
 - ✓ Dirección
 - ✓ Teléfonos
 - ✓ Correo electrónico
 - ✓ Página web – en caso de tenerla
- d) Trabajar bajo el formato autorizado por el SRI
- e) Indicar información del comprador
- f) Adjuntar el código tributario del comprador ya sea RUC o NIT
- g) Indicar bajo que INCOTERM se está gestionando el envío
- h) Detallar los términos de pago
- i) Poner el valor del flete y seguro
- j) De preferencia incluir información bancaria como los números de cuenta.

Se debe tomar en cuenta que la emisión de este documento se debe realizar con mucha precaución ya que bajo los valores indicaron la administración aduanera indicara cual es el valor a pagar (Connect Americas, 2021).

Si llegara a existir el caso de un documento llenado incorrectamente esto causaría retrasos en todo el proceso, modificando los tiempos indicados al comprador. Creando brechas en la relación comercial mismas que detienen el avance de las negociaciones futuras y el crecimiento económico del producto en este caso la pitahaya.

Impedimentos en la exportación de pitahaya

Lograr localizar los mercados donde hay mayor requerimiento del producto e identificar compradores que realicen una buena gestión de la fruta en su lugar de destino. Uno de los mayores obstáculos es el financiamiento ya que los productores no reciben gran apoyo por parte del gobierno ya sea financiero o burocrático (Asencio, Villegas, Tenemaza, Cando, & González, 2020).

El proceso de exportación de la fruta está lleno de pasos innecesarios que gracias a la falta de ética del personal encarecen el trámite de exportación. Los estándares de calidad solicitados suelen ser muy exigentes lo que complica mucho la exportación de la fruta generando que se comercialice a nivel nacional con un costo más bajo del previsto. Por ultimo entre los impedimentos más relevantes tenemos la falta de organización con respecto al transporte interior del país.

La crisis creada por el virus del COVID-19 hizo que el mundo se detenga económicamente impactando gravemente a las importaciones y exportaciones de todos los productos. Esto quiere decir que se redujeron significativamente las exportaciones de la pitahaya ecuatoriana. Tomando en cuenta que los países asiáticos fueron el centro epidemiológico todas las puertas que daban pie al envío de productos extranjeros hacia ese continente fueron cerradas.

La crisis sanitaria mundial dio un fuerte golpe a varias naciones que se encontraban en desarrollo económico especialmente a las del continente asiático oriental y pacífico. La pandemia, la repercusión económica que tuvo y las medidas que se tomaron para contrarrestar los efectos negativos como las pérdidas humanas crearon una recesión universal dejando a varios países en crisis. Se prospecta un crecimiento de 0,9% en el 2020, la tasa más baja desde 1967, de acuerdo con la actualización económica para Asia oriental y el Pacífico de octubre de 2020 (Banco Mundial, 2020).

Los gobernantes asiáticos cerraron cualquier punto de conexión con el exterior ya sea por vía aérea, terrestre o marítima. En los primeros días de lo que se denominó como “pandemia” se dieron varios comunicados de como las importaciones que llegaban se quedaban acumuladas en las fronteras debido a las restricciones.

Claramente el comercio se reanudo luego de los primeros días de confinamiento y la recepción de productos perecederos como la fruta se fue retomando poco a poco.

La pandemia causo un movimiento inusual en la demanda de la fruta, ya que justo coincidió con una temporada de producción alta. Según esto significo en una variación negativa en la demanda que tenían los consumidores ya que le estaban dando prioridad a los productos perecederos, dejando claramente de lado los gustos especiales como la compra de pitahaya una fruta considerada exótica (Roggiero, 2020). Sin embargo, luego de algunas semanas las familias al verse confinadas por tanto tiempo retomaron las compras de los bienes que adquirirían normalmente porque ya no estaban incurriendo en otros gastos.

Varios productores empezaron a identificar las posibles pérdidas ya que los consumidores no estaban interesados en adquirir nada más que lo necesario. Según (Roggiero, 2020), trabajador de la empresa Freshway indico que luego de un mes transcurrido de la pandemia la demanda se incrementó por que las personas sentían la necesidad de darse “gustos” para afrontar el encierro. Desde aquel entonces la pitahaya se volvió en un

producto con una demanda constante provocando así su crecimiento en el mercado

Tomando en cuenta que al existir una gran cantidad de limitantes el proceso de exportación se encareció. Al tener poca disponibilidad de vuelos los costos de un flete llegaron a incrementar su valor hasta un 100% según los comerciantes que fueron afectados económicamente. La alternativa que encontraron los productores de varios países fue fomentar el despachó de fruta congelada vía marítima ya que solamente ese método de envío no había incrementado tanto su valor de flete.

Las consecuencias de la nueva alternativa es la limitante disponibilidad de contenedores para el envío de la fruta en optimo estado obteniendo también un aumento en el costo de transporte marítimo. Sin embargo, esto se fue regularizando con el paso del tiempo y la organización de la nueva realidad para este sector económico.

Aun con toda la situación sanitaria, China uno de los países asiáticos más importantes se mantuvo entre los 10 principales importadores de la pitahaya por que se fomentó el consumo de productos saludables para brindarle defensas al cuerpo. Haciendo énfasis en que la pitahaya es una fruta con grandes propiedades ya que tiene bajas calorías y está compuesta por varias propiedades nutricionales como que ayuda a la gastritis y también genera un efecto laxante en el tracto digestivo.

Protocolo de requisitos para la exportación de pitahaya ecuatoriana al mercado asiático

La Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro en conjunto con la Administración General de Aduanas de la República Popular de China (GACC), gestionaron una serie de requisitos que deben ser tomados en cuenta para la exportación de pitahaya ecuatoriana (Ministerio de relaciones exteriores y movilidad humana , 2022).

Todos los lugares donde se realice la producción o empaqueo de la pitahaya deben estar registrados y aprobados por la AGROCALIDAD y el GACC, en esa “inscripción” deben constar datos generales como el nombre la dirección y la trazabilidad de la fruta. Con la finalidad de convertirlo en rastreable permitiéndole a las entidades en cuestión certificar que la fruta está cumpliendo con todos los requisitos antes de continuar con el proceso de exportación.

Los lugares donde se realice la producción de la pitahaya en Ecuador deben tener implementadas Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), ya que así aseguran que la fruta cuenta con un buen estado sanitario. En el protocolo se indica que la revisión de los lugares de producción debe ser realizada por un técnico acreditado por la AGROCALIDAD. Con la finalidad de gestionar una revisión integral del huerto y certificar que existe un control de plagas. Tomando en cuenta que ese reporte se envía también al GACC.

Para el control de plagas se activaron varios protocolos como el uso de trampas y medidas fitosanitarias ya que hay mosca de fruta, mosca del mediterráneo entre otros. Por ese motivo los lugares donde se coseche la fruta deben ser previamente aprobados por las dos entidades que realizan los estudios respectivos del ambiente en cuestión. En caso de que en algún huerto se detecte alguna plaga esto será notificado inmediatamente al GACC ya que ellos se deben asegurar que la plaga no sea transportada ni exportada a China en la fruta.

Asimismo, el embalaje de la fruta debe ser supervisado por una persona acreditada de la AGROCALIDAD. Ya que todos los materiales que se usen en el empaque de la pitahaya deben ser higiénicos, sin usar y cumpliendo los requisitos de planes de China.

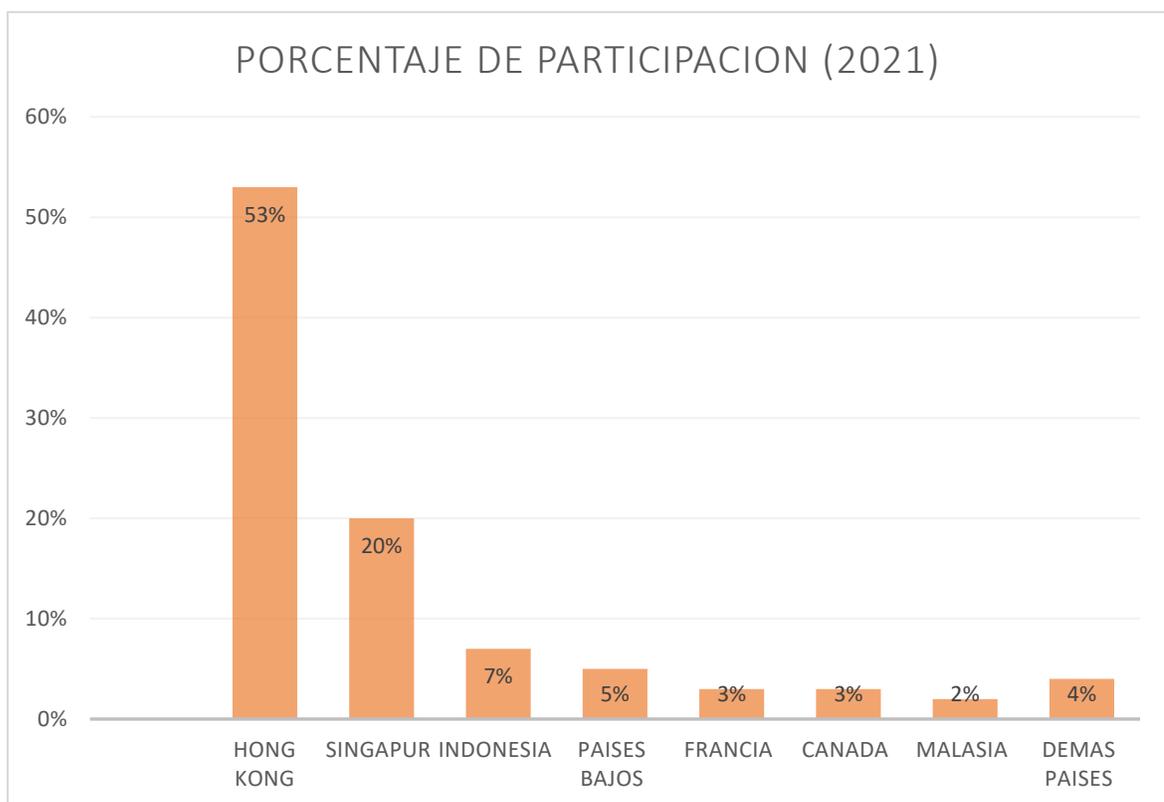
Antes de que la pitahaya salga de Ecuador se debe revisar por lo menos el 2% de cada remesa y si el envío es aprobado se emite un certificado de parte de la AGROCALIDAD indicando que la remesa de pitahaya cubre todos los estándares acordados y que está libre de cualquier plaga de interés para China a el GACC.

Principales destinos internacionales de la pitahaya ecuatoriana

Por el año 2008 arrancaron las primeras exportaciones de pitahaya, mismas que aumentaron gradualmente según como estaba previsto. La tasa de crecimiento indica un aumento del 8% al inicio y ya en la actualidad ha crecido un 100%.

Figura 10

Porcentaje de Participación (2021)



Fuente: elaboración propia

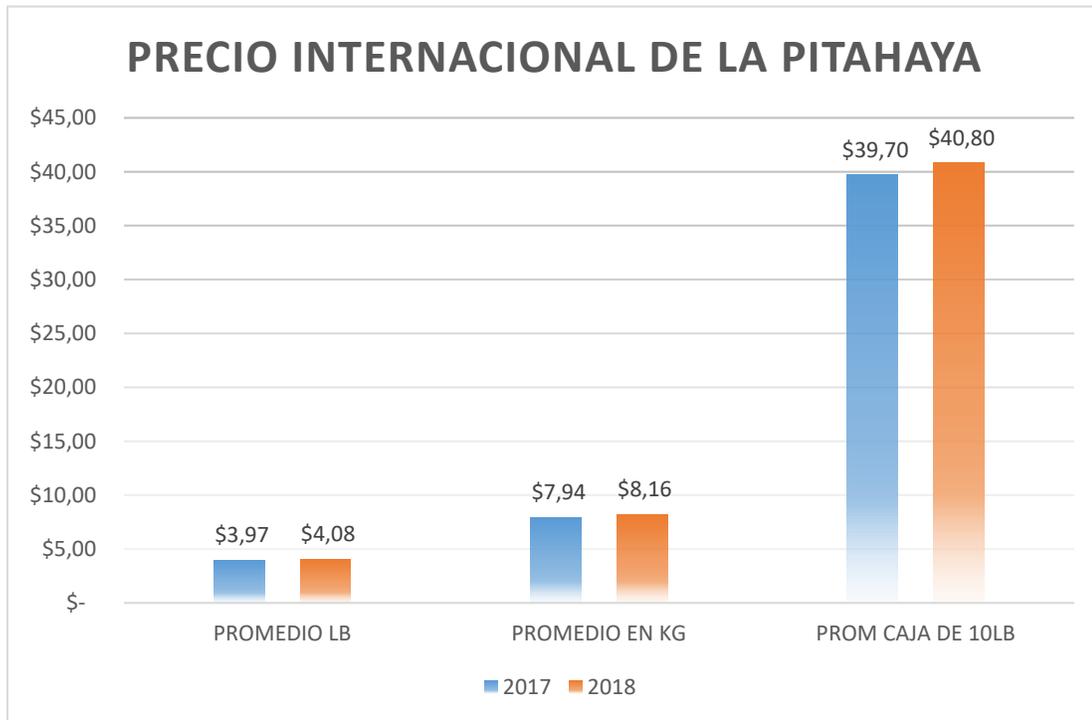
En la figura 10 se visualiza como actualmente la pitahaya ecuatoriana se comercializa en varios continentes como el europeo, asiático, y americano.

El país que recientemente ha recibido más de la fruta es Hong Kong, se lo considera como el principal importador de la fruta ecuatoriana, las toneladas que son requeridas rodean las 4,310. Si tomamos en cuenta los precios de la pitahaya en el

año 2018 tenían un promedio de \$7,94 en comparación al 2017 que la fruta tenía un precio de \$8,16.

Figura 11

Precio Internacional de la pitahaya



Nota: Esto quiere decir que el precio bajo 0.22 centavos. Dejando la caja de pitahaya entre los \$40,80 - \$39,70 dólares americanos.

Competencia desleal

La Organización Mundial de Comercio (OMC) es una entidad internacional que se encarga de controlar que las normas implementadas en los convenios comerciales se cumplan. Con el objetivo de fomentar que los intercambios comerciales sean lo más fluido posible. Sin embargo, en todos los países del mundo se habla sobre la competencia desleal o el dumping.

Según (Sistema de Información sobre Comercio exterior, 2022), las exportaciones “dumping” son aquellas en las que su precio es menor al valor normal de un producto similar, destinado al consumo o utilización en el país de origen o de exportación, en operaciones comerciales normales. Esta práctica está prohibida ya que genera un desbalance en la línea de precios poniendo en desventaja a los demás productores.

Por ese motivo se desarrollaron 3 tipos de “barreras” para el comercio internacional:

Barrera comercial: buscan proteger al país y la producción nacional, bloqueando de cierta manera la gestión excesiva de importaciones. Podrían ser aranceles, cuotas, precios de referencia, regulaciones sobre etiquetado de productos, regulaciones sobre estándares técnicos de productos, entre otros.

- Aranceles: es un impuesto que se le aplica a los productos que se importan o exportan, se les brinda una tarifa conforme al bien. Mismos que se dividen en 3 tipos:
 - Ad - valorem
 - Especifico
 - Mixto

Barreras Políticas: son las disposiciones indicadas por el gobierno local. Con la finalidad de salvaguardar las industrias nacionales.

Barreras Económicas: se implementan por parte del gobierno para proteger a las nuevas industrias, con la finalidad de apoyarlas en su crecimiento hasta que pasen la etapa introducción al mercado.

En Ecuador hay varias entidades orientadas a la regulación de la competencia leal y el comercio justo:

- PROECUADOR
- Subsecretaria de Comercio e Inversiones
- Dirección de Comercio Inclusivo
- Ministerio de agricultura, ganadería, acuacultura y pesca

Existen otras organizaciones en este caso privadas cuyo objetivo es lograr un mercado competitivo y leal que fomente el desarrollo de las pymes ecuatorianas.

Revisión del comportamiento comercial de la pitahaya

La fruta al ser denominada como “exótica” en el extranjero tiene un valor alto, por ese motivo no es adquirida en grandes cantidades a diferencia de la frutilla, banano, etc. Las personas que adquieren este producto generalmente son de clase media alta o alta esto quiere decir que tienen fuertes ingresos económicos. Otro de los factores que influyen en su valor es que muy pocos países cuentan con la producción de esta fruta y dentro de cada país no todas las provincias la cosechan.

Puntualmente enfocándonos en Ecuador de las 24 provincias solo 11 cosechan la fruta y en cada una de ellas hay muy pocos productores de pitahaya. Esto quiere decir que la oferta es muy baja ante la cantidad demandada por los consumidores. Hasta el momento no se ha logrado un punto de equilibrio, desencadenando que la fruta solamente se comercialice en mercados selectos.

Analizando los últimos años de la demanda de pitahaya ecuatoriana se puede identificar un incremento en las exportaciones ya que los consumidores se están enfocando en la “vida saludable”. Actualmente la fruta es altamente solicitada por el mercado asiático, estadounidense, británico y europeo.

Para finales del año 2021, se registró un aumento las zonas productoras de la fruta en el país. La venta de la fruta ha superado las cifras de otros productos como el mango o la piña. Ecuador cerró con 90M de dólares exportados en pitahaya y 19 millones de exportaciones en kilo.

Hace 15 años aproximadamente la pitahaya entro a nuevos mercados como el asiático, y en la actualidad la fruta es una de las más solicitadas, participando en ferias internacionales como la feria “Fruit logística” en el año 2019 misma que recibió alrededor de 80 paises.

Figura 12

Feria Internacional “Fruit logística”



Nota: Se dio la participación de 23 compañías ecuatorianas dedicadas a la producción y exportación de pitahaya y otras frutas como el banano, maracuyá, etc.

En la feria internacional se corroboró la calidad de la fruta. Al presente la pitahaya se ha convertido en una de las frutas que tiene mayor connotación en las exportaciones no petroleras del Ecuador.

Exportaciones de bienes

Esta gestión es clave para que el gobierno ecuatoriano y los ciudadanos obtengan estabilidad económica. Gracias a los acuerdos y las conversaciones gestionadas desde el 2018, se han logrado abrir varias puertas en mercados complicados.

Figura 13

Evolución de las exportaciones ecuatorianas



Nota: Movimiento de las exportaciones periodo 2018-2021

Claramente la exigencia de calidad es más alta sin embargo con el apoyo del gobierno brindando capacitaciones o financiamiento muchos empresarios han logrado internacionalizar sus empresas generando más empleo e ingreso monetario

al país. La evolución de las exportaciones desde el 2018 según estadísticas del (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2021) como se visualiza en la figura 13

Esto quiere indica que las exportaciones tuvieron una caída específicamente en los siguientes productos:

1. petróleo (25,2%)
2. banano, café y cacao (4,4%)
3. productos de metales (0,6%)
4. productos de madera tratada (8,4%)
5. maquinaria, equipo y aparatos eléctricos (6,5%).

Las afectaciones de las exportaciones de petróleo se dieron por un paro en los oleoductos que inicio en diciembre del 2021 hasta enero de 2022. Sin embargo, hay otro tipo de productos que si dieron buenos resultados en el transcurso del año 2021 como:

1. camarón elaborado (18,9%)
2. pescado y otros productos acuáticos elaborados y conservas de pescado (13,2%)
3. flores y frutas (16,4%)

Las exportaciones en su mayoría se detienen por ya que en el camino se presentan varios costos que al final encarecen el producto para el consumidor final. Varios productores han indicado que para ver ganancias en lo que comercializan deben triplicar el valor original ya que el costo de transporte es demasiado exagerado.

Definición del perfil consumidor asiático

Asia es un continente donde se encuentra el centro del consumo, es un mercado al cual varias empresas desean acceder. Sin embargo, para esto se debe conocer un poco sobre los requerimientos que los habitantes.

Según (NIELSEN, 2013) “La calidad de los productos ha sido el factor principal para los consumidores de todas partes. Más del 78% de las personas encuestadas a nivel mundial respondieron que la calidad es el detalle que ven primero antes de adquirir un producto en Latinoamérica (83%) y Asia Pacífico (82%) los encuestados excedieron el promedio global”

Los consumidores asiáticos con el tiempo han cambiado sus hábitos y valoran más vivencias que salen de su rutina, ya que su entorno es muy ajetreado. Las auto exigencias los llevan a vivir con estrés y ansiedad, por esa razón valoran mucho el momento en el que pueden vivir cualquier experiencia ya sea grande o pequeña.

Con el cambio ya mencionado los asiáticos buscan preservar mucho su salud física y mental. Enfatizando un poco más en la salud física esto quiere decir que los ciudadanos desean consumir alimentos naturales y orgánicos ricos en nutrientes que les aporten a su bienestar. Sin importar que eso implique invertir un poco más. La pandemia también realizó un aporte interesante que orillo a los consumidores a ese nuevo estilo de vida.

Los ciudadanos al verse aislados por mucho tiempo han podido ahorrar y formar un capital robusto, esto les ha permitido darse un estilo de vida un poco más “sofisticado” al momento de realizar las compras del hogar (Chen, 2020).

En el auge de la vida saludable es donde varios cultivadores ven nuevas oportunidades para sus productos como por ejemplo la pitahaya. Mismo que se volvió uno de los productos no tradicionales más exportados de Ecuador hacia países asiáticos.

Dentro del mercado asiático la pitahaya es una de las frutas más adquiridas por los habitantes. La comunidad tiene la creencia de que la fruta brinda buena suerte por sus colores y la forma, suele ser usada como parte de las ofrendas que arman en fechas especiales para sus Dioses en el templo.

En la celebración del año nuevo en china se registra un aumento en la demanda de la fruta debido a sus creencias. No obstante, en Japón el requerimiento de la fruta es bajo, si bien es cierto efectivamente hay un mercado en el que se puede comercializar, pero no tiene la misma demanda que los países como China. El enfoque para incrementar el requerimiento seria influenciar al mercado femenino ya que se enfocan más en un estilo de vida saludable.

Vendedores minoristas en Asia

Este sector está teniendo un gran repunte ya que china gracias a los diálogos realizados le ha brindado muy buenas oportunidades a los exportadores de productos alimenticios como Ecuador mismo que exporta banano, camarón, pitahaya, etc. EUROMONITOR, una empresa dedicada a el análisis de datos de investigación de mercado indico en un estudio que las ventas de retail en el mercado de alimentos en China fue de 226.300 millones USD en 2016.

Esto quiere decir que se han logrado abrir varias puertas en el mercado asiático, gracias a que los consumidores prefieren productos con altos niveles de calidad como los importados mismos que deben cubrir las normas de calidad detalladas en los diálogos para poder ingresar en el mercado asiático.

El motivo principal del crecimiento de las ventas minoristas es el efecto de la urbanización que solamente ha ido en aumento. En China se ha registrado un rápido crecimiento de la clase media desde un 3,1% de la población en 2000 a 50,88% en 2019. La Oficina Nacional de Estadística de China, define como clase media a aquella parte de la población cuyos ingresos oscilan entre 6.170 euros y 53.240 euros anuales. Por ese motivo se ha identificado un aumento en la demanda de alimentos y productos varios (Diego Herranz, 2021).

Relación comercial entre Asia y Ecuador

Ecuador es un país con una fuerza de producción agrícola bastante alta. Gracias a esto varios de los productos se han logrado posicionar en el mercado internacional como el banano o el cacao. Asia identifico las oportunidades convirtiéndose en uno

de los continentes que más demandan los productos que se cultivan en la tierra ecuatoriana.

La relación comercial con China siendo este socio principal de Ecuador se han fortalecido luego de varias conversaciones con la finalidad de crear desarrollo en el mercado ecuatoriano haciendo énfasis en la gestión de crear una asociación que resulte beneficiosa para ambas partes. Dentro de los puntos tratados se conversa sobre intercambio de capital, tecnología, bienes, etc. (Galarza, Chimbo, & Villamar, 2020)

No obstante, en la actualidad Ecuador y Asia tienen una relación comercial y política un poco controversial por obligaciones económicas que no se han cumplido según lo acordado. Debido a que China es uno de los países que más prestamos le ha dado a Ecuador aumentando progresivamente la deuda externa.

Sin embargo, existen varios diálogos comerciales que han permitido a los ecuatorianos mantener una relación dinámica con el continente logrando una mayor cantidad de exportaciones hacia varios países como China, Japón, entre otros.

Permitiendo que los ecuatorianos puedan recaudar un mayor capital para poder aumentar la comercialización de sus productos como el camarón o el banano, mismos que actualmente representan casi el 50% de la exportación de productos no petroleros. Así como los productos no tradicionales como la pitahaya.

En las conversaciones con los países asiáticos, el ministro siempre busca lograr un acuerdo que amplíe la presencia de los productos ecuatorianos como también lo son los granos o las frutas en el continente. Indica (Arizaga, 2021), director de la Escuela de Negocios de la Universidad SEK y exministro de Finanzas de Ecuador que las negociaciones para tratados comerciales con los países de Asia se deben plantear instancias prejudiciales o judiciales creíbles. La idea es que se genere confianza entre los potenciales inversionistas.

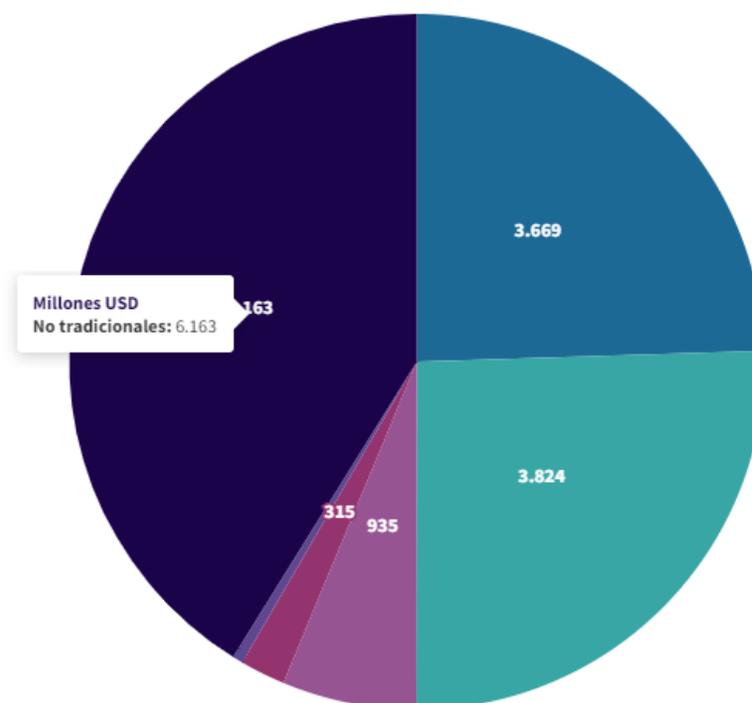
Bajo la premisa de que durante el periodo 2018-2021 las exportaciones hacia el continente asiático han cumplido todos los estándares de calidad, se mantenido constantes generando una gran demanda. Logrando que las exportaciones hacia ese continente sean más altas que los demás.

Las exportaciones de productos no tradicionales cada vez se vuelven en un asunto más relevante para mantener la relación comercial. Si bien es cierto la mayoría de los ingresos provienen del sector petrolero este es un producto cuyo precio fluctúa constantemente. Por ese motivo se busca adquirir un poco más de estabilidad a través de los productos no tradicionales.

Figura 17

Canasta exportable no petrolera de Ecuador 2020

■ Banano ■ Camarón ■ Cacao ■ Atún y pescado ■ Café y elaborados ■ No tradicionales



Nota: Gráfico en pastel de la canasta exportable en millones.

Acuerdos entre el mercado ecuatoriano y asiático

Con el objetivo de obtener un tratado de libre comercio entre Ecuador y China, el país espera poder duplicar las cifras de exportaciones al país asiático. El precio del mercado estaría aumentando 1.000M de dólares americanos. Como resultado se fortalecería la oferta para las exportaciones de los productos tradicionales como el camarón, banano, cacao, etc. A finales del 2021 se lograron alrededor de 3.300 millones de dólares en exportaciones, esto quiere decir que representa un crecimiento del 20% en comparativa con el año 2020. En aquel entorno el presidente del Ecuador se mantuvo en una junta con su par chino Xi Jinping en Pekín, donde suscribieron un memorando de conocimiento para firmar un tratado de libre comercio (Serrano, 2021)

Al momento de realizar la firma del memorando, Ecuador podrá comenzar a definir los términos para el consenso final. En este proceso trabajara un equipo de personas especializadas en negociaciones. También se solicitará la presencia de los representantes de cada sector comercial del país para definir posibles beneficios. Con el TLC el objetivo es desarrollar los ingresos de la balanza comercial en el lado de las exportaciones incorporando el protagonismo de nuevos productos como ejemplo los no tradicionales. Para esto se pondrá en marcha un plan de acción el cual consiste en personas que realicen visitas a las zonas productivas para socializar nuevas oportunidades en los protocolos pautados.

La pitahaya es uno de los productos principalmente considerados en la negociación gracias a su aceptación en los demás países asiáticos. Para finalizar se organizarán comitivas con entidades públicas de china, para tratar temas de inversión, ya sea de capital, fuerza humana o tecnología.

El presidente Guillermo Lasso con la finalidad de crear nuevas oportunidades busca firmar un TLC con china. Otro de los objetivos es la renegociación de la deuda bilateral vigente.

Varios comercializadores y productores de la fruta esperan que con el convenio antes mencionado aumente la demanda, ya que aspiran ingresar al mercado chino hace años, objetivo que no han logrado por la falta de acuerdos y altos valores arancelarios. Con el apoyo del gobierno se prevé alcanzar las cifras esperadas por los productores de las grandes y pequeñas empresas ya que se le dará más visibilidad al producto a nivel nacional (Palma, 2022).

Según Felipe Rivadeneira, director de la Federación Ecuatoriana de Exportadores (Fedexpor), los acuerdos comerciales no sólo implican asegurar un mercado, sino también recibir inversión y transferencia de tecnología, que es la otra parte interesante. Hay que mejorar la logística. Y, por último, se debe trabajar en una agenda de competitividad, es decir, mejorar la productividad.

Un TLC entre Ecuador y china mejoraría el ingreso de los productos, sin el impuesto que actualmente se cancela para poder exportar un producto, que corresponde al 10% del valor de venta, como la salida de productos chinos que necesitamos aquí. Otro beneficio también sería la entrada de fertilizantes a precios más accesibles que los que recibimos ahora. (Franklin , 2022)

Exportación de pitahaya ecuatoriana hacia el mercado asiático

Entre el periodo 2016 – 2018, la mayoría de las exportaciones de pitahaya ecuatoriana se dirigieron a Hong Kong, país asiático, líder en importación de la fruta del dragón originaria de Ecuador, donde se exportaron 4.310 TON equivalente a valor FOB US\$30.949. Esto se debe gracias al contenido nutricional y dulce sabor de la pulpa, que ocasiona que el consumo de la fruta sea con mayor frecuencia en estaciones como el verano y que también puede ser utilizada para preparar postres (EL PRODUCTOR , 2014)

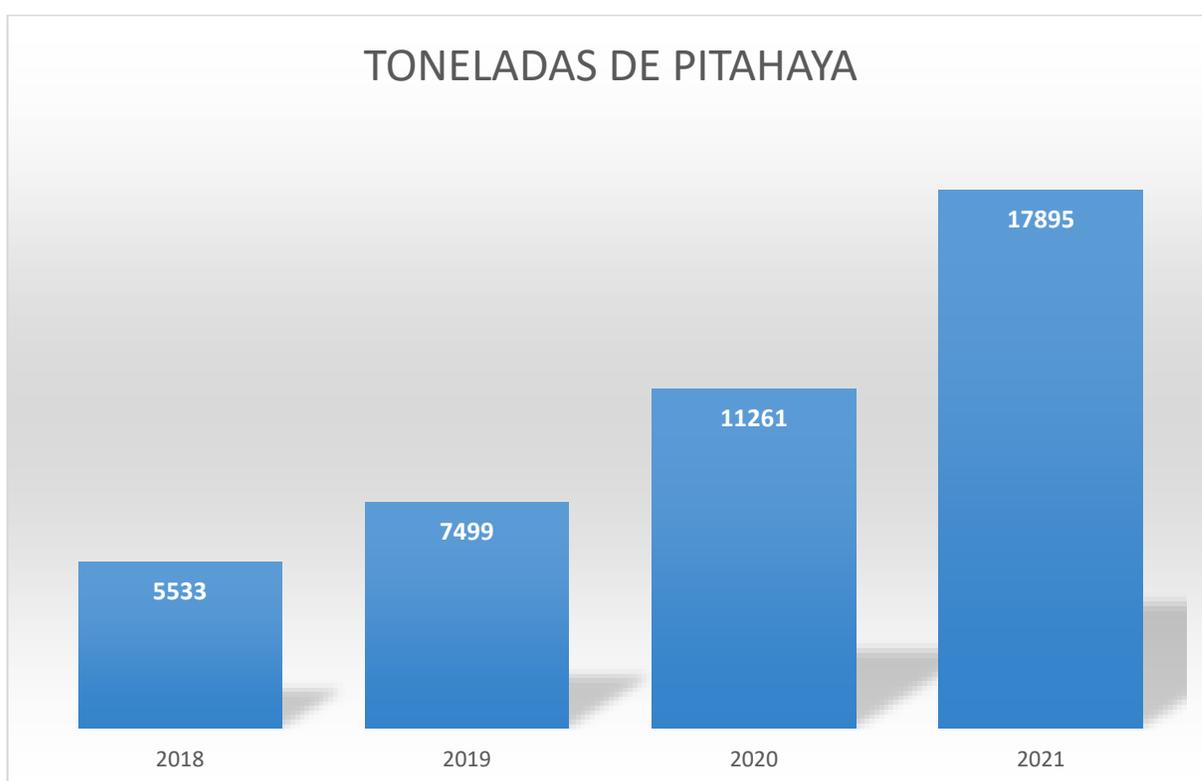
Según lo detallado en la figura 18, La pitahaya ha demostrado un crecimiento importante a través de los años gracias a la calidad que posee la fruta. En el 2018 se exportaron alrededor de 5.533 toneladas (TON) de pitahaya siendo este uno de los años que marco la mayor diferencia. En el 2019 la cantidad demandada seguía

en aumento convirtiéndose en una de las frutas más solicitadas por el mercado internacional y desde ahí solo podemos notar un crecimiento imparable. En el año 2020 se exportaron 11.261 TON, fue distribuida por más de 20 países.

La fruta al ser parte de las exportaciones no petroleras forma parte de la partida arancelaria de “frutas no tradicionales” y su notoria demanda abre muchas puertas para una gran cantidad de agricultores.

Figura 18

Fuente: Monitoreo de Exportaciones PRO ECUADOR



Nota: la figura presenta un análisis del periodo 2018-202 de las exportaciones de pitahaya.

Revisando las cifras de los países asiáticos, podemos determinar que gradualmente la demanda ha ido creciendo. En la figura 18, podemos observar como el precio FOB está por los \$17.938.1M, siendo este un gran arranque. Luego hay una leve la diferencia en el año 2019 en comparación con el año anterior es de \$169,9mil.

En el año 2020, todo el mundo fue golpeado por la pandemia siendo los países asiáticos el centro epidemiológico. En la curva de demanda los primeros meses de pandemia claramente disminuyeron las exportaciones e importaciones en todo el mundo, sin embargo, luego tuvieron un repunte porque todas las personas se encontraban en casa. Dejando al 2020 con una totalidad de \$19.886,2. Y por último el año 2021 retomando la normalidad de los acontecimientos sanitarios el precio FOB de la pitahaya en Hong Kong se cerró en \$11.211.9

CAPITULO II: MARCO METODOLOGICO

Enfoque de la investigación

El proyecto presenta un enfoque cuantitativo ya que ejecutaron una serie de análisis de gráficos estadísticos que ofrecen entidades públicas como el banco central, Superintendencia de compañía, Senae, ASOPITAHAYA y el ministerio de agricultura. Los cuales nos permiten identificar la evolución en la demanda de pitahaya para el mercado asiático en el periodo 2018 - 2021.

Tipo de investigación

El tipo de investigación considerados para este proyecto descriptiva, según (Arias, 2012), “la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento”.

Se busca diagnosticar la profundidad del sector de la exportación de pitahaya y los acuerdos entre Ecuador y Asia para la gestión de la misma. Bajo este tipo de investigación se busca diagnosticar la eficiencia de los procedimientos de exportación y las estadísticas brindadas por parte de los ministerios involucrados acerca de la línea de tiempo de las exportaciones, documentos y revisiones bibliográficas.

Método de la investigación

El método que se usa en este proyecto es el “observacional” ya que se busca analizar el comportamiento de las exportaciones de pitahaya sin intervenir.

Periodo y lugar donde se desarrolla la investigación

El presente trabajo se desarrolla en base a empresas ecuatorianas y sus exportaciones en el periodo 2018 – 2021

Operacionalización de las variables

Tabla 2

Operacionalización de variables

VARIABLE	CONCEPTUALIZACION	INDICADORES	Instrumento o método
Factores económicos	Tendencias económicas que impiden el crecimiento de un sector.	Costo de exportación de la fruta: Aranceles altos	<ul style="list-style-type: none">• Informes oficiales• Datos estadísticos• Reportes anuales de gobierno
Exportaciones de pitahaya al mercado asiático	Estudio del crecimiento de la demanda de pitahaya ecuatoriana al mercado asiático en el periodo 2018-2021	Detalles económicos: ventas por año, desarrollo del mercado internacional. Cantidades de exportación. Acuerdos comerciales entre Ecuador y Asia.	<ul style="list-style-type: none">• Datos estadísticos• Revisión de documentos

Nota: indica la operacionalización de variables: factores económicos y la exportación de pitahaya

Procesamiento y análisis de información

Recolección de datos o respuestas

Implica elaborar un plan detallado de procedimientos que conduzcan a reunir datos con un propósito específico. (Moscariello, 2017)

El trabajo se realizó bajo la técnica de revisión bibliográfica ya que existió una recolección de información de varias fuentes oficiales en referencia a la evolución

de las exportaciones de pitahaya y su apertura al mercado asiático. Se obtuvieron datos estadísticos del Banco Central del Ecuador, Ministerio de Agricultura y Ganadería, Superintendencia de Compañías, el Servicios de Rentas Internas entre otros dentro del periodo 2018-2021.

Universo y muestra

Para lograr un diagnóstico de las oportunidades en el mercado asiático Se analizaron 7 empresas ecuatorianas dedicadas netamente a la exportación de la Pitahaya:

1. PITACAVA

La actividad comercial de la agrícola es netamente el cultivo y la comercialización de pitahaya. Son una empresa ecuatoriana que arranco sus actividades en el 2005 con la finalidad de producir fruta de calidad. Se encuentran ubicados en la provincia de pichincha. Ha obtenido varias certificaciones de seguridad, calidad y bienestar humano.

2. FENATURA

Arranco sus actividades en el 2019, se dedica a la venta y exportación de frutas al por mayor. Tomando en cuenta que uno de sus principales productos comercializados es la pitahaya. La empresa regulada bajo la superintendencia se encuentra ubicada en Pastaza.

3. PUKUNA-FARMS CIA.LTDA.

Empezó a incursionar en el mercado comercializando de manera internacional la fruta estudiada en el 2019, en la actualidad toma uno de los principales puestos de exportadores en Ecuador.

4. ECUAFIELDS C.L.

La empresa inicia sus actividades comerciales en el 2916, aseguran que la calidad de la fruta ofertada es Premium. Han participado en ferias como

“Berlin Fruit Logistica” en la cual se hizo presente por 3 años. Y también en “Asia Fruit Logistica” de la cual fue participante en el 2019.

La empresa asistió a las ferias con la finalidad de darse a conocer en el mercado asiático, la estrategia dio excelentes resultados ya que al 2021 según la SENAE y el banco central del Ecuador se encuentra entre los 15 exportadores de pitahaya más renombrados. Abarcando el 2,52% del mercado.

5. PITAFRESH ECUADOR CIA.LTDA.

Es una compañía que brinda servicios relacionados con la agricultura y venta de la pitahaya. Se fundó en el 2017, a la actualiza reporta un crecimiento de 43,77% según la información brindada a las entidades públicas. La empresa se encuentra en el puesto 16 entre los principales exportadores de Ecuador hasta el periodo 2021.

6. AMAZONICFRESH CIA. LTDA.

La empresa dio inicio a sus actividades económicas en el año 2015, dedicándose a la venta al por mayor y menor de pitahaya. Mantenía una curva de crecimiento positiva, el principal país al que exporta es Hong-Kong, el 47% de su producción se dirigía a este país, seguido por Singapur a la cual se le destinada el 23% de la producción según los datos publicados en Veritrade. Ocupa el puesto número 9 entre las empresas exportadoras de pitahaya con una presencia del 2,62%.

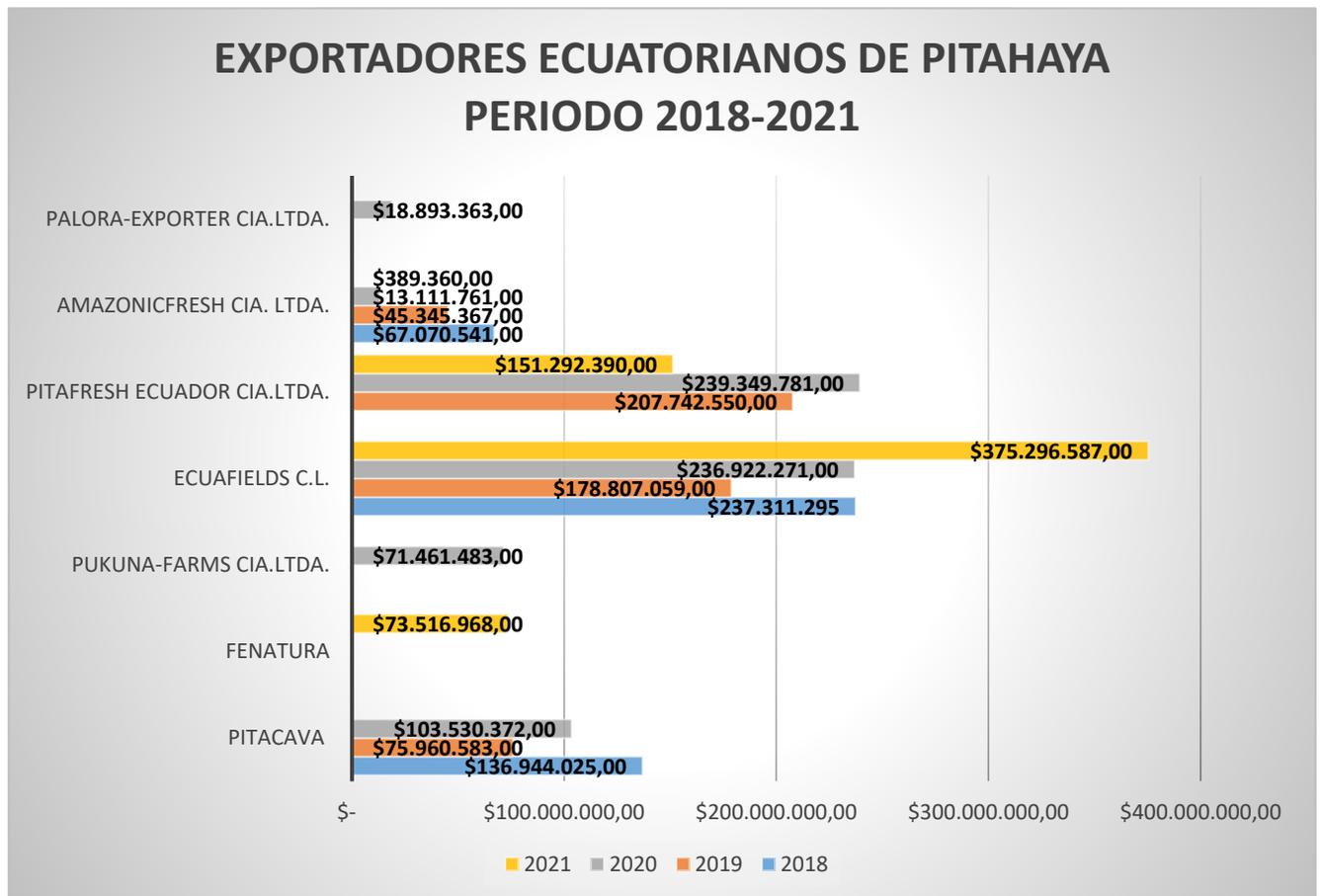
7. PALORA-EXPORTER CIA.LTDA.

Sus inicios se dieron en el año 2017, la particularidad de la compañía es que se unió a pequeños agricultores dándoles acceso a tecnología agrícola para que la producción de la fruta tenga calidad. El crecimiento de la empresa se dio en el año 2020 ya que recién comenzaron con la gestión de las exportaciones al ver una apertura en el mercado internacional.

Como podemos ver en la siguiente figura de las 7 empresas analizadas, realizaron la apertura de sus compañías al ver el crecimiento que presenta el mercado de la pitahaya. Especialmente ante la solicitud de más producto por parte del mercado asiático. Tomando en cuenta que Hong-Kong es uno de los principales importadores.

Figura 14

Exportadores ecuatorianos de pitahaya (2018-2021)

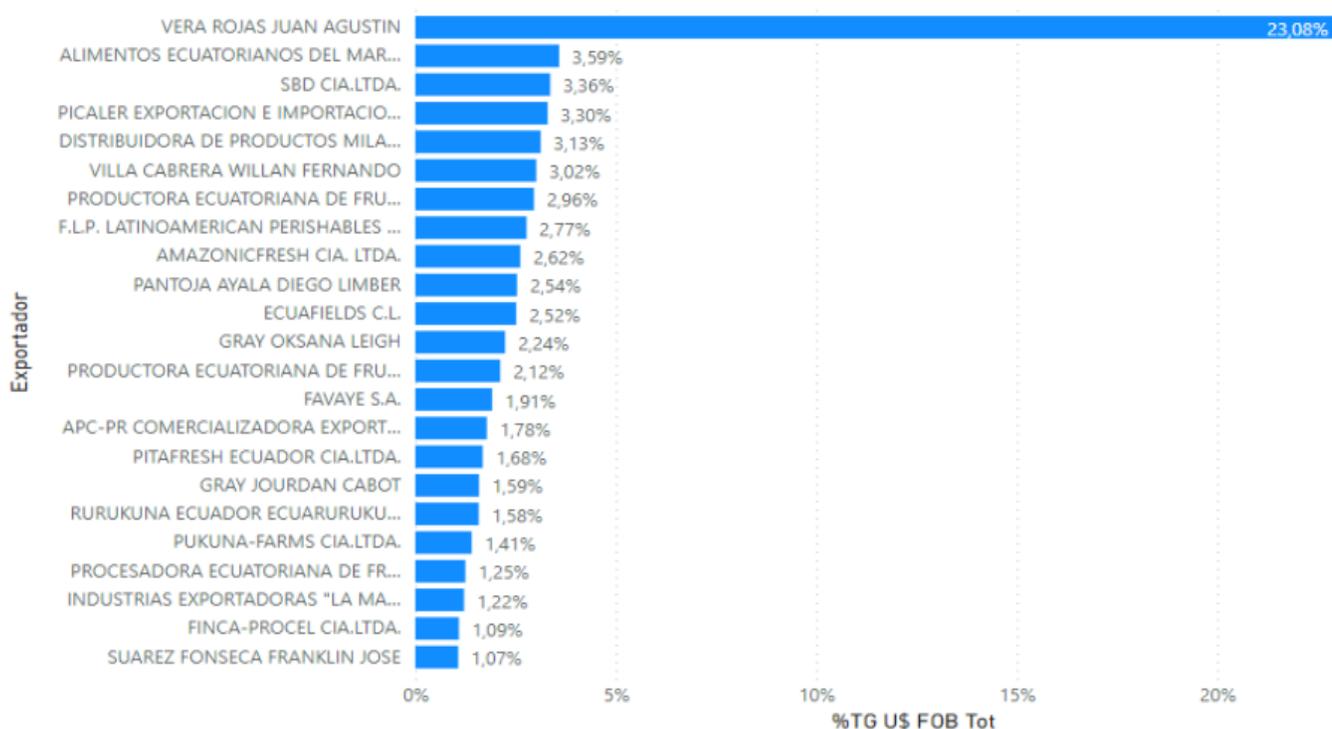


Nota: Análisis comparativo de las empresas ecuatorianas exportadoras de pitahaya desde el 2018 hasta 2021

Según los datos de la SENA E podemos visualizar una cantidad mayor de exportadores, tomando en cuenta que el primer lugar lo tiene una persona natural, el Ing. Juan Agustín Vera, ya que fue la primera persona que vio un gran potencial en la pitahaya para su exportación.

Figura 15

Principales exportadores de pitahaya periodo 2017-2021



Nota: Lista de principales exportadores de pitahaya en valor FOB

En una entrevista indico que ingresar al mercado europeo es muy complicado ya que las solicitudes con respecto a estándares de calidad son alcanzables, pero poco rentables para los productores ecuatorianos. Sin embargo, aclara que en los países asiáticos como:

- Dubái
- Singapur

- Indonesia
- Malasia

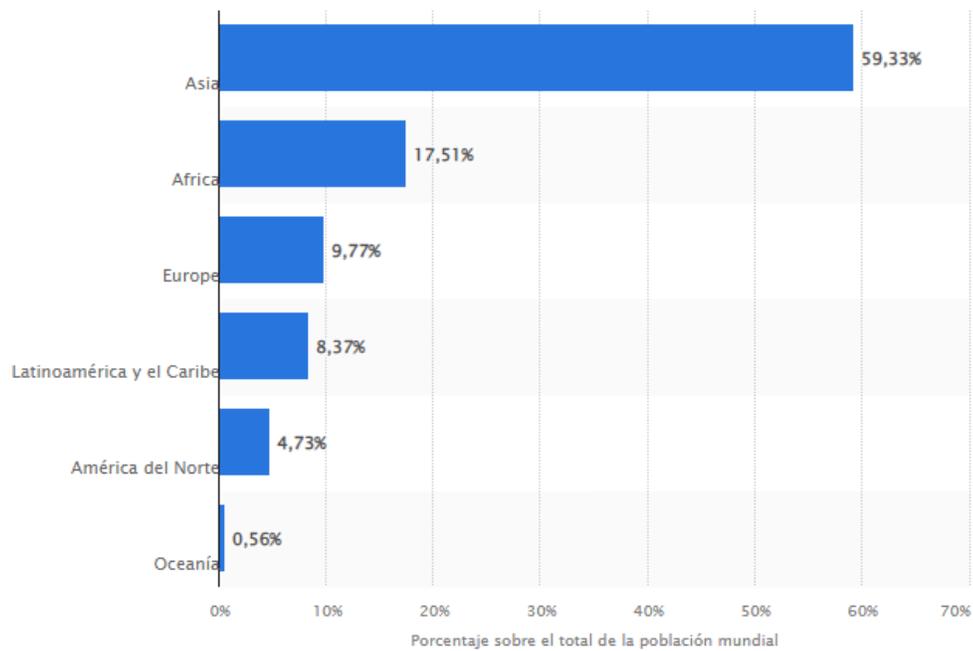
Solicitan frecuentemente grandes cargas de pitahaya amarilla.

Análisis del mercado asiático

Asia es uno de los continentes con mayor territorio y habitantes en el mundo. Según (Fernandez, 2022) A mediados de 2021 indico que, cerca del 60% de la población del mundo vivía en Asia.

Figura 16

Distribución porcentual de la población asiática



Fuente: Stadista

En cifras absolutas, esto significa que aproximadamente 4.600 de los 7.773 millones de habitantes del planeta Tierra se encontraban en el continente asiático.

Entre los principales países más poblados tenemos:

- Tokio
- Seúl
- Bombay
- Nueva Delhi,
- Hanghái

El continente se encuentra participando en una gran cantidad de organizaciones y acuerdos ya que es el que más produce y también demanda. Esto quiere decir que la cantidad de importaciones realizada es significativa. Las importaciones realizadas por china en el 2021 son alrededor 2.272.367,8 millones de euros. (Datos Macro, 2021). Dejándola como el segundo país con la mayor cantidad de importaciones en el mundo. En porcentajes podríamos decir que ha crecido un 25,6% en contraste con el año pasado.

Este mercado se considera de los más imponentes ya que acapara la mayoría de la parte industrial, la ventaja competitiva que tiene en comparación a otros continentes como por ejemplo el americano es inigualable.

Por esa razón las empresas se enfocan en ofertar sus productos en los países de este continente. Enfocándonos en Ecuador la producción que genera el país con respecto al costo es bastante llamativo para el mercado asiático, por ese motivo la cantidad de producto que envía nuestro país hacia el continente antes mencionado ha logrado aumentar con el paso de los años. Los principales productos aparte de los tradicionales, son los exóticos como las frutas, y Ecuador es uno de los países más destacados por brindar la calidad requerida.

Realizando un breve análisis en la balanza comercial en el año 2021, China registro un superávit. Tomando en cuenta que las importaciones y exportaciones son componentes fundamentales. Debido a la globalización y la tecnología el sector de las exportaciones se ha vuelto altamente competitivo lo que obliga al país a mejorar sus propuestas adquisitivas.

Las exportaciones solamente fueron en aumento desde el 2018 así como las importaciones.

Tabla 3

Importaciones a china periodo 2018-2021

DETALLE DE IMPORTACIONES DE CHINA	
2018	1.808.424,4M€
2019	1.856.530,9M€
2020	1.808.758,2M€
2021	2.272.367,8M€

Nota: registro de las importaciones de chima en euros.

Esto quiere decir que realizar tratos de compra y venta con el continente aún resulta beneficioso a pesar de la crisis sanitaria y el declive económico. La producción principal del continente asiático es el arroz y el trigo siendo el trigo uno de los cultivos que más ha progresado con alrededor de 130 millones de toneladas.

En el penúltimo puesto de producción tenemos a los vegetales y por ultimo las frutas por sus condiciones climáticas. Por ese motivo Asia es uno de los principales importadores de frutas y vegetales en Ecuador, ya que el país latinoamericano cuenta con los recursos naturales para proveer.

CAPITULO III: ANALISIS E INTERPRECACION DE LOS RESULTADOS

Análisis general de los resultados

Durante el periodo 2018-2021, la pitahaya ha presentado un gran crecimiento en el mercado internacional. En el 2021 se registró un aumento del 26%, siendo esto 7.897 millones en comparación al año 2020. Según los datos analizados con la información proporcionada por el banco central el porcentaje registrado en el 2021 se considera como una “cifra record”.

Figura 20

Exportaciones no petroleras no tradicionales

Exportaciones no petroleras no tradicionales

En millones USD



Nota: análisis de las exportaciones no petroleras desde el año 2011 contemplado en millones.

A pesar de la situación sanitaria en general podemos definir que la pitahaya ha tenido un comportamiento comercial positivo en el mercado asiático. Ya que cuenta

con varios países que mantienen la demanda del producto estable a través de los años.

Las oportunidades de expansión se han abierto ya que el país se encuentra en conversaciones con China para abrir paso a la pitahaya ecuatoriana. Si bien es cierto un mercado como el de Estados Unidos ha demostrado una gran apertura lo óptimo sería mantener un acuerdo con China ya que es uno de los socios comerciales más importantes que tiene Ecuador.

Lo que se debe tomar en cuenta es que la pitahaya es una fruta con gran demanda, pero con un proceso interno de siembra y cosecha costoso, sin mencionar que la burocracia para la comercialización internacional de la fruta es muy tediosa. Establecer nuevos lineamientos en el sector sería lo óptimo para que la fruta siga creciendo en el mercado.

Esto quiere decir que se debe socializar con las comunidades donde su principal ingreso es el cultivo de la fruta para que renueven sus procedimientos y así lograr mejorar la calidad de la fruta. Debe existir un apoyo gubernamental significativo en este proceso ya que la fruta está formando parte importante en el proceso de estabilización de la balanza comercial. Ecuador es un país con una fuerza de producción petrolera bastante grande sin embargo es un recurso no renovable esto quiere decir que es importante apoyar a nuevos sectores como el agrícola para abrir la puerta a productos como la pitahaya.

Se indicó en el segundo capítulo como las empresas ecuatorianas dedicadas a la producción y exportación de pitahaya han logrado un crecimiento exponencial en el periodo 2018-2021 a pesar de las trabas como la falta de financiamiento o hectáreas para aumentar los metros cuadrados de producción de la fruta ante la demanda creciente.

El consumidor asiático es bastante detallista con respecto a su calidad de vida, trabajan y estudian largas horas con la finalidad de poderse dar ciertos gustos como la accesibilidad a marcas de lujo o el consumo de alimentos exóticos como lo es la pitahaya. Por ese motivo se debe empujar a las pymes para que logren el ingreso a

más países asiáticos, ya que al momento la pitahaya ecuatoriana se comercializa, pero en muy pocos países del continente.

El dialogo está funcionando como una de las principales herramientas para la apertura del mercado asiático ya que mediante este se han formado convenios con restaurantes o supermercados en países como Hong-Kong, en estudios analizados previamente se definió que esa es la mejor vía para ingresar al mercado al ser líneas de consumo masivo. La relación comercial entre Ecuador y el continente asiático ha ido mejorando progresivamente, tomando en cuenta que era bastante controversial por varios acuerdos incumplidos a lo largo de los años.

CAPITULO IV: PROPUESTA

Propuesta

Se propone analizar la posibilidad de reducciones arancelarias para permitir el paso de la fruta al mercado chino. El costo de producción de la pitahaya para exportación es alto, por ese motivo su valor final al llegar a países asiáticos aumenta tres veces. Esto se da con el objetivo de cubrir costos de producción, certificados de calidad, logística, proceso aduanero y transporte. Al reducir el arancel disminuiría el costo del producto convirtiendo a la fruta en un producto competitiva ya que en países como Colombia también existe una fuerte producción de pitahaya a menor precio de venta final.

Los últimos acontecimientos reportados por parte de la presidencia del Ecuador indican que existen conversaciones abiertas para firmar un TLC con China. Mismo que se espera este firmado a finales del año 2022. Aunque este acuerdo signifique un aumento del 35% en el comercio ecuatoriano se han presentado una gran cantidad de inconvenientes por lo que se propone lo siguiente:

PROBLEMA

PROPUESTA

REDUCCION DE ARANCELES

Uno de los problemas notorios al momento de realizar una exportación es el % de los aranceles ya que no existe un convenio por medio. Con el tratado se prevé reducir a la mínima para poder brindar más productos al mercado chino el cual se caracteriza por su alto consumismo.

PROTECCION DE MERCADOS

Se quitarán los productos de exportación delicada o compleja con la finalidad de lograr procesos logísticos más ágiles. Y se reestructuraran los

	<p>procesos de exportación en frutas dándole más claridad a la comercialización de pitahaya</p>
<p>PANDEMIA</p>	<p>La crisis sanitaria afecto fuertemente a los agricultores, potenciar la industria con apertura a nuevos mercados sería lo más beneficioso para las empresas que se dedican a la comercialización y exportación de la fruta.</p>
<p>IMPLEMENTACION DE TECNOLOGIA</p>	<p>La demanda de pitahaya ha crecido notablemente, esto quiere decir que la demanda sigue incrementando, pero la fuerza de producción o los medios para obtener la fruta de calidad siguen siendo los mismos. La opción viable sería lograr acuerdos con el gobierno para implementar nuevos procesos logísticos y tecnológicos para optimizar el tiempo de producción y entrega de la fruta</p>
<p>TECNICAS DE CULTIVO, PRODUCCION, EMPAQUETADO Y TRANSPORTE ANTICUADAS</p>	<p>Crear entre la ASOPITAHAYA y el Ministerio de Agricultura y Ganadería un programa de capacitaciones donde se cubran temas como nuevas técnicas de cultivo, como prevenir plagas, simplificar procesos de cosecha y empaquetado, transportar con la mínima en desperdicios en colaboración con las nuevas tecnologías. Dirigido netamente a los</p>

sectores donde se encuentra la producción de la pitahaya

Conclusiones

- En base a lo revisado sobre la evolución de las exportaciones no tradicionales podemos indicar que el sector ha crecido de manera sustancial brindándole un poco más de estabilidad a la balanza comercial.
- La fruta tiene un gran mercado en el continente asiático gracias al comportamiento del consumidor el cual exige productos como frutas exóticas con estrictos estándares de calidad mismos que Ecuador ha logrado cumplir
- La evolución que ha tenido la fruta en Asia ha sido impresionante. Hasta el 2021 se registró que Hong-Kong adquirió el 23,5%TM de la fruta exportada, y Singapur el 2,39%. Los reportes anuales a la superintendencia indican que casi el 80% de su producción se dirige a Hong-Kong y Singapur.
- Dentro de las oportunidades de mejora se podrían definir procedimientos eficientes, brindando financiamiento y apoyo gubernamental en base a tratados o acuerdos que beneficien a los pequeños y grandes agricultores. Ecuador debe enfocar sus esfuerzos en ampliar su productividad ya que la demanda de la fruta solo va en aumento.

Recomendaciones

- Darle más relevancia a la pitahaya en la categoría de productos no tradicionales dentro de la balanza comercial, brindarle una partida arancelaria única para que pueda ser clasificada de una forma más eficiente.

- Mantener las relaciones estables con el mercado asiático es bastante importante ya que es uno de los mercados que más consumen la pitahaya por varios factores socio-culturales y se llegan gran parte de la producción ecuatoriana para su consumo.
- Ecuador tiene una ventaja natural bastante competitiva, los dirigentes de la ASOPITAHAYA, deberían analizar que métodos de cultivo usan en los países con las condiciones climáticas parecidas a Ecuador, con el objetivo de acelerar el proceso de plantación y cultivo para que los agricultores puedan sacar mayor provecho a sus procesos evitando desperdicios y previniendo plagas que se vuelven en algo difícil de controlar y en otros casos irreparable.
- La firma del TLC con Asia va a tener repercusiones positivas en Ecuador, sin embargo, debe existir una preparación previa por parte del sector ya que al tener una demanda más alta se van a requerir más fuerza productiva abriendo más oportunidades de trabajo para miles de familias.

Bibliografía

Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agrozoosanitario. (2021). *AGROCALIDAD*.
Obtenido de <https://www.agrocalidad.gob.ec/exportaciones-de-pitahaya-crecieron-casi-60-en-2021/>

Agrocalidad. (2021). Obtenido de <https://www.agrocalidad.gob.ec/exportaciones-de-pitahaya-crecieron-casi-60-en-2021/>

Aguilar, P., Maldonado, D., & Solorzano, S. (2020). Incidencia de la balanza comercial en el crecimiento económico del Ecuador. *Espacios*, 10.

Arias, F. (2012). Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0106802/cap03.pdf>

Arizaga, A. (Junio de 2021). *PRIMICIAS*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/acuerdos-comercio-Ecuador-asia-china/>

Asencio, L., Villegas, M., Tenemaza, D., Cando, J., & González, E. (Febrero de 2020). *I Congreso Virtual Internacional sobre Economía Social y Desarrollo Local Sostenible*. Obtenido de <https://www.eumed.net/actas/20/economia-social/20-el-proceso-logistico-de-exportacion-y-su-vision.pdf>

Avila, P., Mendoza, V., & Pinargote, E. (DICIEMBRE de 2017). *GRUPO EUMED*. Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/actas/2017/innovacion/5-las-salvaguardias-y-su-incidencia.pdf>

Baez, D. S. (2014). Comercio Internacional: Un Breve Analisis Desde Ecuador en los países en Vías en Desarrollo. *EUMED*. Obtenido de 2014:
<https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2014/comercio-internacional.html>

Banco Central del Ecuador. (Junio de 2020). Evolucion del comercio no tradicional ecuatoriano . 4.

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (2021). Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/CuentasNacionales/cnt65/InformeIVT_2021.pdf

Banco Mundial. (30 de Marzo de 2020). *Banco Mundial* . Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2020/03/30/east-asia-and-pacific-countries-must-act-now-to-mitigate-economic-shock-of-covid-19>

Chen, A. (2020). *Consultosa WSGN*.

CMAE. (2022). *Camara Maritima del Ecuador* . Obtenido de <http://www.cmae.org/exportaciones/tras-firma-de-protocolo-exportacion-de-pitahaya-a-china-se-iniciaria-en-junio-esperan-productores/>

Connect Americas. (2 de junio de 2021). Factura comercial de exportación: Cómo hacerla.

- Datos Macro. (2021). *Datos Macro*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/comercio/importaciones/china>
- Datosmacro. (2021). *DATOSMACRO*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/comercio/balanza/ecuador>
- Diego Herranz, E. O. (2021). *ESTUDIOS DE MERCADOS Y OTROS DOCUMENTOS DE COMERCIO EXTERIOR*. ICEX España Exportación e Inversiones.
- EL COMERCIO. (2018). *Palora, la tierra de la pitahaya que va a Estados Unidos*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/palora-tierra-pitahayaestados-unidos.html>
- EL PRODUCTOR . (2014). *EL PRODUCTOR*. Obtenido de <https://elproductor.com/noticias/ecuador-y-su-oferta-de-frutas-no-tradicionales/>
- Escobar , L. (5 de Diciembre de 2021). Más de 30 productos no tradicionales ecuatorianos se abrieron mercado en el exterior este 2021 con certificados de calidad. *EL UNIVERSO*, págs. <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/mas-de-30-productos-no-tradicionales-ecuatorianos-se-abrieron-mercado-en-el-exterior-este-2021-con-certificados-de-calidad-nota/#:~:text=Econom%C3%ADa-,M%C3%A1s%20de%2030%20productos%20no%20tradicionales%20ecua.>
- ESPOL. (2009). Obtenido de <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6307/1/Produccion%20y%20Exportacion%20de%20la%20fruta%20Pitahaya%20hacia%20el%20mercado%20Europeo.pdf>
- Esquivel, P., & Araya, Y. (2012). Características del fruto de la pitahaya (*Hylocereus* sp.) y su potencial de uso en la industria alimentaria. *Revista de Ciencia y Tecnología de Alimentos* 113-129., 113.
- Evolución de la Balanza Comercial*. (Mayo de 2014). Obtenido de Repositorio del banco central : <https://repositorio.bce.ec/handle/32000/805>
- Fernandez, R. (9 de Febrero de 2022). *Statista*. Obtenido de <https://es.statista.com/estadisticas/634787/distribucion-de-la-poblacion-mundial-en--por-continente/#:~:text=A%20mediados%20de%202021%2C%20cerca,contraban%20en%20el%20continente%20asi%C3%A1tico.>
- Franklin , T. (16 de Marzo de 2022). El TLC propuesto por Ecuador con China genera oportunidades y preocupaciones. (J. Palma, Entrevistador)
- Gaibor , V., & Gavilanes, C. (2017). *EUMED*. Obtenido de <https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/falquez.html>
- Galarza, I., Chimbo, C., & Villamar, G. (2020). Emergencia sanitaria del covid-19 y su efecto en las relaciones comerciales internacionales del Ecuador. *Revista científico-profesional*, 75-88.

- Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias. (2019). *Ministerio de Desarrollo agrario y riego*. Obtenido de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2055424/Perfil%20de%20Mercado%20de%20la%20Pitahaya.pdf.pdf>
- Jaramillo, J. P. (2015). *¿Cómo está la Balanza comercial del Ecuador?* Guayaquil. Obtenido de https://www.ecotec.edu.ec/material/material_2016D_ECO350_11_59284.pdf
- Lucero, K. (24 de Enero de 2020). *Gestion empresarial*. Obtenido de <https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/pitahaya-la-fruta-exotica-mas-exportada-del-ecuador>
- MAG. (2019). *Ministerio de Agricultura y ganaderia*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/ecuador-realiza-su-primera-exportacion-de-pitahaya-organica-a-estados-unidos/>
- Martinez , R. (noviembre de 2018). *EL PRODUCTOR*. Obtenido de <https://elproductor.com/2018/11/ecuador-ya-exporta-pitahaya-roja-a-ee-uu/>
- Medina, j., Rebolledo, A., Kondo, T., & Toro, J. (2013). *Manual Técnico. Tecnología para el manejo de pitaya amarilla Selenicereus sp. (K. Schum. ex Vaupel)*. Obtenido de <https://www.researchgate.net>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2019). *Protocolo Técnico, Logístico y de seguridad para la exportación de pitahaya*. Guayaquil. Obtenido de http://logistica.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/05/PTLS-PITAHAYA-3.7_compressed-1.pdf
- Ministerio de relaciones exteriores y movilidad humana . (8 de MARZO de 2022). Obtenido de <https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2022/04/PROTOCOLO-EXPORTACION-CC%81N-PITAHAYA-CHINA.pdf>
- Moscariello, M. G. (2017). Obtenido de <https://proyectoseducativoscr.wordpress.com/elaboracion-del-ante-proyecto/capitulo-iii-marco-metodologico-de-la-investigacion/3-6-tecnica-de-procesamiento-y-analisis-de-datos/>
- Nacional, E. P. (2016). Obtenido de <https://repositorio.iniap.gob.ec/bitstream/41000/4860/1/iniapscR2016v34n1p1081.pdf>
- NIELSEN. (Julio de 2013). Obtenido de <https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/NUEVA20ERA20NUEVO20CONSUMIDOR-REPORTE202013.pdf>
- Palma, J. (2022). *Dialogo chino*. Obtenido de <https://dialogochino.net/es/comercio-y-inversiones/tlc-propuesto-ecuador-china-oportunidades-preocupaciones/#:~:text=El%20acuerdo%20comercial%20con%20China,que%20buscan%20reactivar%20la%20econom%C3%ADa.>

- PROEcuador. (2018). *Estudio de mercado Pitahaya en Emiratos Árabes Unidos*. Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/pitahaya-en-emiratos-arabesunidos/>
- Roggiero, J. (Septiembre de 2020). *El productor*. Obtenido de <https://elproductor.com/2020/09/lacampana-de-pitahaya-amarilla-de-ecuador-comenzara-en-octubre/#>
- Rueda, V. J. (2018). Clasificación de las exportaciones ecuatorianas según sus particularidades. *Todo comercio exterior*, <https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/clasificaci-n-de-exportaciones-ecuatorianas-seg-n-sus>.
- Ruiz, V., & Menacho, P. (2020). Cultivo, características fisicoquímicas, composición nutricional y compuestos bioactivos. *Scientia Agropecuaria*, 11(3), 439-453.
- Serrano, D. (2021). Exportaciones de pitahaya de Ecuador aumentaron casi 60% en 2021.
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2021). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- Sistema de Información sobre Comercio exterior. (2022). *SICE*. Obtenido de http://www.sice.oas.org/antidumping/legislation/ecuador/rprdsp_s.asp#:~:text=Una%20importaci%C3%B3n%20se%20efect%C3%BAa%20a,exportaci%C3%B3n%2C%20en%20operaciones%20comerciales%20normales.
- Sotomayor, A., Pitzaca, S., Burbano, A., Diaz, A., & Nicolade, J. (2019). Physical chemical evaluation of pitahaya fruit (*Selenicereus* sp.) in different development stages. 89 - 96. Obtenido de <https://doi.org/https://doi.org/10.29019/enfoqueute.v10n1.386> Link de la página: <https://www.secretariadelamazonia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/07/Manual-de-cultivo-de-Pitahaya-para-la-Amazoni%CC%81a-Instituto-Nacional-de-Investigaciones-Agro>
- Velasquez, C. (2020). Prevención de riesgos laborales en el cultivo de pitahaya. 41.
- Verdugo, N., & Andrade, V. (2018). Productos tradicionales y no tradicionales del Ecuador: posicionamiento y eficiencia en el mercado internacional. *Xpedientes*, https://ojs.supercias.gob.ec/index.php/Xpedientes_Economicos/article/view/43/16.
- Verons, A., Urcia, J., & Paucar, L. M. (22 de Agosto de 2019). *Scientia Agropecuaria*. Obtenido de <http://www.scielo.org.pe/pdf/agro/v11n3/2077-9917-agro-11-03-439.pdf>