



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ECOTEC

Título del Trabajo:

Análisis de la cadena de comercialización y exportación de la pitahaya ecuatoriana en los años 2021 y 2022

Línea de Investigación:

Emprendimiento y Desarrollo Empresarial

Modalidad de Titulación:

Proyecto de investigación

Carrera:

Administración de Empresas

Título a obtener:

Licenciada en Administración de Empresas con énfasis en Negocios Internacionales

Nombre de la autora:

Johana Victoria Aspiazu Cedeño

Nombre del tutor:

Mgtr. Mónica Armijos

Ciudad y año:

Samborondón, 2023

DEDICATORIA

Dedico este y cada uno de mis logros a mis padres, Aurelio y Sonali, por su constante apoyo y buen ejemplo enseñándome que la educación y superación personal son la herencia más grande de los padres hacia los hijos.

A mi hermana Sofia, solo Dios sabe todo lo que te quiero y todo lo que agradezco que existas en mi vida,

A mi compañero eterno, José Paúl, eres mi cable a tierra, que cada logro sea celebrado juntos y cada día crezcamos más, siempre juntos.

A mi abuelita Victoria, sé que me cuidas donde quiera que estés, yo te recuerdo con mucho amor desde aquí todos los días.

Mi Ruffo, que nuestras aventuras sean eternas y tu vida también.

AGRADECIMIENTOS

Mami, gracias por tu apoyo, por tus días de trabajo y por estar cuando lo necesito y cuando creo que no, eres uno de mis pilares.

Papi, este logro es tuyo porque sin ti no hubiera podido ser, eres grande y no me alcanzará la vida para agradecerte y para agradecer tu vida también.

Los amo papás.

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

Samborondón, 10 de julio de 2023

Magíster

Mónica Armijos Santos

Coordinador Académica

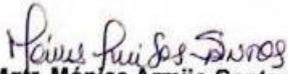
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Universidad Tecnológica ECOTEC

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación
TITULADO: "Análisis de la cadena de comercialización y exportación de la
pitahaya ecuatoriana en los años 2021 y 2022", según la 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:
Johana Victoria Aspiazu Cedeño, para que proceda a su presentación para la
revisión de los miembros del tribunal de sustentación.

Atentamente,

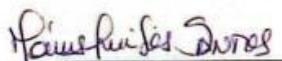

Mgtr. Mónica Armijo Santos

ANEXO N°15

CERTIFICADO DEL PORCENTAJE DE COINCIDENCIAS

Habiendo sido nombrada, Mgtr. Mónica Armijos, como tutora del trabajo de titulación "Análisis de la cadena de comercialización y exportación de la pitahaya ecuatoriana en los años 2021 y 2022" elaborado por Johana Victoria Aspiazu Cedeño, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas con énfasis en Negocios Internacionales.

Se informa que el mismo ha resultado tener un porcentaje de coincidencias 3% mismo que se puede verificar en *print* de pantalla adicional:



Mgtr. Mónica Armijos

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, 17 de Agosto de 2023

Magíster
Ana María Gallardo
Decana 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:
Análisis de la cadena de comercialización y exportación de la pitahaya ecuatoriana en
los años 2021 y 2022 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:
Johana Victoria Aspiazu Cedeño, para que proceda a la presentación del trabajo de
titulación para la revisión de los miembros del tribunal de sustentación y posterior
sustentación.

ATENTAMENTE,



Mgtr. Mónica Armijos

RESUMEN

El presente proyecto de investigación tiene como principal objetivo realizar un análisis sobre la cadena de comercialización y exportación de la pitahaya ecuatoriana en los años 2021 y 2022, en el cual se busca identificar cuáles son los pasos a seguir en la comercialización y exportación de este fruto también conocido como “la fruta del dragón”.

En el presente trabajo investigativo se ha realizado una recopilación de datos mediante entrevistas a los principales actores involucrados tal como un análisis de los datos otorgados por el Banco Central del Ecuador dando como resultado que el principal mercado consumidor de Pitahaya Ecuatoriana en la actualidad es Estados Unidos, seguido de Europa, China y Hong Kong.

En las entrevistas se ha identificado que los métodos de transporte más utilizados son el terrestre y el marítimo por la complejidad en la frescura de la pitahaya, a su vez se han identificado los principales canales en los que se exporta este fruto que son exportadores directos, distribuidores y mayoristas siendo el canal moderno el favorito para llegar al consumidor final.

En conclusión, se recalca el nivel de importancia de esta fruta como producto de exportación a nivel nacional y su continuo crecimiento en el mercado internacional pese a ser considerado como un producto de exportación “no tradicional”.

Palabras clave: pitahaya, comercialización, exportación, actores, canales de distribución.

ABSTRACT

The main objective of this research project is to carry out an analysis of the commercialization and export chain of the Ecuadorian pitahaya in the years 2021 and 2022, in which it seeks to identify the steps to follow in the commercialization and export of this fruit. also known as "dragon fruit".

In the present investigative work, a data collection has been carried out through interviews with the main actors involved, such as an analysis of the data provided by the Central Bank of Ecuador, resulting in the fact that the main consumer market for Ecuadorian Pitahaya is currently the United States. , followed by Europe, China and Hong Kong.

In the interviews it has been identified that the most used transportation methods are land and sea due to the complexity in the freshness of the pitahaya, in turn the main channels in which this fruit is exported that are direct exporters have been identified, distributors and wholesalers, the modern channel being the favorite to reach the final consumer.

In conclusion, the level of importance of this fruit as a national export product and its continuous growth in the international market are emphasized despite being considered a "non-traditional" export product.

Keywords: pitahaya, commercialization, export, actors, distribution channels.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	15
Planteamiento de la investigación	16
Antecedentes	16
Justificación	17
Metodología	17
Objetivos	21
<i>Objetivo General</i>	21
<i>Objetivos específicos</i>	21
CAPÍTULO 1. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	22
1.1. Marco Teórico	22
1.1.1. <i>Generalidades y especificaciones de la pitahaya</i>	23
1.1.2. <i>Taxonomía de la Pitahaya</i>	23
1.1.3. <i>Tipos de Pitahaya en Ecuador</i>	23
1.1.4. <i>Tabla Nutricional de la Pitahaya</i>	24
1.2. Importancia Económica de la Pitahaya para Ecuador.....	24
1.3. Principales provincias productoras de Pitahaya	24
1.3.1. <i>Cultivo de la Pitahaya en Ecuador</i>	25
1.3.2. <i>Cosecha de la Pitahaya en Ecuador</i>	26
1.3.3. <i>Principales meses para la cosecha de la pitahaya</i>	27

1.4.	Presencia de la pitahaya a nivel mundial	28
1.5.	Las Exportaciones	29
1.5.1.	<i>Tipos de Exportaciones</i>	30
1.6.	Ecuador país exportador	31
1.6.1.	<i>Exportaciones a nivel nacional año 2021</i>	32
1.6.2.	<i>Exportaciones a nivel nacional año 2022</i>	33
1.6.3.	<i>Países exportadores de Pitahaya</i>	34

1.7.	Proceso de Exportación de la Pitahaya.....	37
1.7.1.	<i>Partida Arancelaria de la Pitahaya</i>	37
1.7.2.	<i>Clasificación Arancelaria</i>	37
1.7.3.	<i>Trámite por realizar para la exportación de la Pitahaya</i>	37
1.7.4.	<i>Proceso de Preembarque</i>	38
1.7.5.	<i>3Fase de Post Embarque</i>	39
1.7.6.	<i>Registro del Exportador</i>	40
1.7.7.	<i>Ventana Única Ecuatoriana para el Comercio Exterior (VUE)</i>	41
1.7.8.	<i>Contrato de Compra y Venta Internacional y su Importancia</i>	42
1.7.9.	<i>Certificado Fitosanitario para la exportación de la Pitahaya</i>	43
1.8.	Distribución de la Pitahaya Ecuatoriana.....	44
1.9.	Medios de Transporte	45
1.9.1.	<i>Transporte marítimo</i>	46
1.9.2.	<i>Transporte aéreo</i>	47
1.9.3.	<i>Transporte Terrestre</i>	48
1.9.4.	<i>Transporte Multimodal</i>	49
1.10.	Canales de distribución de la pitahaya a nivel mundial.....	50
1.11.	Análisis de las exportaciones de la Pitahaya Ecuatoriana	51
1.11.1.	<i>Exportaciones de Pitahaya año 2021</i>	55
1.11.2.	<i>Exportaciones de Pitahaya año 2022</i>	56

1.11.3.	<i>Análisis Comparativo años 2021 – 2022</i>	57
1.11.4.	<i>Exportaciones Totales entre 2021 y 2022</i>	58
CAPÍTULO 2: METODOLOGÍA DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN.....		60

2.1.	Diseño de la investigación	63
2.1.	Objetivos de la investigación	63
2.2.	Población y muestra	58
2.3.	Recopilación de datos.....	63
2.4.	Procedimiento	64
CAPÍTULO 3: INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....		67
3.1.	Encuesta realizada	68
3.2.	Análisis.....	69
3.3.	CAPÍTULO IV PROPUESTA.....	81
4.	CONCLUSIONES	811
5.	RECOMENDACIONES	88
6.	REFERENCIAS	90
7.	ANEXOS.....	95

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Clasificación taxonómica de la pitahaya</i>	25
Figura 2 <i>Descripción de la pitahaya</i>	26
Figura 3 <i>Pitahaya roja</i>	27
Figura 4 <i>Principales provincias productoras de pitahaya</i>	29
Figura 5 <i>Proceso de maduración de la pitahaya</i>	30
Figura 6 <i>Principales países consumidores de la pitahaya</i>	31
Figura 7 <i>Exportaciones no petroleras 2021</i>	32
Figura 8 <i>Exportaciones de Ecuador</i>	35
Figura 9 <i>Producción de la pitahaya en Asia</i>	38
Figura 10 <i>Página principal de Ecuapass</i>	41
Figura 11 <i>Declaración de Exportación</i>	42
Figura 12 <i>Factura comercial</i>	43
Figura 13 <i>Packing list</i>	44
Figura 14 <i>Ejemplo de Certificado de Origen</i>	45
Figura 15 <i>Contrato de Transporte Multimodal</i>	46
Figura 16 <i>Figura Única de Exportación</i>	47
Figura 17 <i>Certificado fitosanitario</i>	48
Figura 18 <i>Transporte marítimo</i>	50

Figura 19 <i>Transporte aéreo</i>	51
Figura 20 <i>Transporte terrestre</i>	52
Figura 21 <i>Transporte multimodal</i>	53
Figura 22 <i>Gráfica 2021-2022 a nivel exportación</i>	60
Figura 23 <i>¿Su empresa ha estado involucrada en la exportación de pitahaya?</i>	69
Figura 24. <i>Programas de capacitación y desarrollo</i>	70
Figura 25. <i>Cambios notables en el volumen de exportación</i>	71
Figura 26. <i>Factores más influyentes en la comercialización</i>	72
Figura 27. <i>Programas de capacitación y desarrollo</i>	73
Figura 28. <i>Áreas de capacitación</i>	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Propiedades de la pitahaya roja</i>	22
Tabla 2 <i>Meses para la cosecha de la pitahaya</i>	26
Tabla 3 <i>Gravámenes vigentes</i>	34
Tabla 4 <i>Exportaciones de pitahaya año 2021</i>	50
Tabla 5 <i>Exportaciones de pitahaya 2022</i>	52
Tabla 6 <i>Análisis comparativo 2021-2022</i>	54
Tabla 7 <i>Exportaciones totales 2021-2022</i>	56
Tabla 8 <i>Principales desafíos en la comercialización y exportación de pitahaya</i>	73

INTRODUCCIÓN

La demanda internacional de pitahaya ecuatoriana ha crecido significativamente debido a su atractivo visual y sabor suave. Como uno de los principales productores de pitahaya, Ecuador ve la fruta como una oportunidad para diversificar su sector agrícola y aumentar los ingresos a través de las exportaciones. Sin embargo, las cadenas de comercialización y exportación son fundamentales para la distribución exitosa de la fruta del dragón en los mercados internacionales. Por lo tanto, es necesario comprender y analizar los actores, los canales y los factores que influyen en las exportaciones de este fruto.

El propósito de este artículo es brindar un análisis detallado de la cadena de comercialización y exportación de la pitahaya ecuatoriana en los años 2021 y 2022. Por lo tanto, al recopilar y analizar datos primarios y secundarios se busca obtener una visión clara del proceso, así como de los factores que intervienen en la comercialización y exportaciones de pitahaya. Esto ayudará a identificar oportunidades de mejora, desafíos y estrategias para aumentar la competitividad y sostenibilidad de la pitahaya ecuatoriana en el mercado global.

La pitahaya ecuatoriana se presenta en varias variedades, cada una con sus características particulares que la hacen única en sabor, apariencia y cultivo. Las tres variedades más comunes son: la pitahaya de pulpa blanca, reconocida por su suavidad y dulzura con una piel rosa o roja que le da un aspecto exótico; la pitahaya de pulpa roja, que se destaca por su sabor agridulce y un intenso color rojo en su pulpa; y la pitahaya de pulpa amarilla, menos común pero apreciada por su sabor suave y refrescante con una tonalidad amarilla.

Bajo ese orden de ideas, la investigación se basó en métodos mixtos, los cuales incluyen entrevistas con actores clave en la cadena de comercialización, y un análisis de datos secundarios de fuentes confiables. Se espera que el estudio de estos datos arroje información valiosa sobre el proceso de comercialización, los actores involucrados y los canales de distribución utilizados.

Planteamiento de la investigación

El presente proyecto tiene como finalidad el estudio de la cadena de comercialización y exportación de la Pitahaya Ecuatoriana hacia mercados internacionales. Para lograrlo, es necesario revisar el nivel de ventas realizadas en el 2021 a fin de compararlas con las transacciones realizadas en 2022. Esto se hace con el propósito de identificar los puntos fuertes en su camino de posicionamiento en el mercado frente a otros productos de normal exportación, como el banano o el camarón.

Cabe destacar, que en el año 2002 fue creada la Asociación de Productores de Pitahaya del Ecuador (APPE) y fue en el 2005 donde se realizaron las primeras exportaciones de esta fruta. Sin embargo, fue solamente a partir del 2015 que la pitahaya ha sido incluida en la canasta de productos de exportación ecuatorianos. En la actualidad, Asia, Estados Unidos y Europa son los principales compradores de este fruto considerado exótico, representando el 42 %, 50.6 % y 4.1 % de importaciones respectivamente (Lucero, 2020).

Antecedentes

Ecuador inició las exportaciones de la pitahaya en el 2005. Sin embargo, se marcó un hito, cuando en el 2015 fue incluida como en la canasta de productos para exportación a nivel nacional, pasando de producir 35 toneladas a seis mil toneladas en 2019. No obstante, de acuerdo con la revista Ciencia Digital esto refleja que la “falta de regulación que determina el uso y gestión del suelo rural es la que ha generado cambios sustanciales en la ampliación de la frontera agrícola, cambio de uso y concentración del monocultivo” (Plan Verde, 2022, párr. 32).

Para el 2019 la venta de pitahaya ecuatoriana superó los USD 35.3 millones y alcanzó el 80 % de ingresos de la provincia de Morona Santiago (Plan Verde, 2022). En el 2020, se abrió la primera exportación de este fruto vía marítima a Europa, logrando un aumento en ventas desde seis millones de dólares en el año 2016 hasta 60 millones de dólares en el año 2020 (Diario el Universo , 2021).

Justificación

Ecuador, debido a sus niveles climáticos es un país que propicia el crecimiento de la pitahaya, tanto en la región amazónica como en su costa. Las variedades cultivadas son la pitahaya amarilla y la pitahaya roja, las cuales son consideradas como exóticas en el mercado internacional. A su vez, el cultivo de esta fruta impacta de manera positiva en el ambiente, dado que su producción se realiza en sistemas agroforestales, los cuales ayudan a conservar el suelo y a reducir la erosión mientras que se promueve la biodiversidad del lugar donde se cultiva (Revista Criterios Digital, 2023).

Durante el 2022, Estados Unidos se convirtió en el principal consumidor de la pitahaya ecuatoriana, siendo su consumo un total de USD 83 millones, lo que representa un 83 % de exportaciones de la fruta (Revista Criterios Digital, 2023).

Es importante mencionar que la producción de la pitahaya ecuatoriana en la actualidad hace frente a constantes desafíos, principalmente, el grado de competencia con países dedicados a la misma exportación, tales como Colombia, Vietnam, México, Indonesia (entre otros), los cuales ofertan precios más bajos en el mercado (Revista Criterios Digital, 2023).

Metodología

Esta investigación se desarrollará mediante un enfoque de tipo descriptivo, dado que se especializa en describir el comportamiento de la cadena de comercialización de la pitahaya. Asimismo, proporciona información basada en el método cuantitativo mediante los datos obtenidos de las distintas fuentes oficiales; y cualitativo con base en las respuestas de los profesionales dedicados a este comercio.

Se realizará la exploración de datos mediante fuentes oficiales como las de Agrocalidad, Ministerio de Agricultura y Ganadería, y el Banco Central del Ecuador. Adicionalmente, se ejecutará la revisión de revistas y artículos científicos relacionados con la exportación y comercialización de la pitahaya.

Población y muestra

Para este estudio, se ha realizado un muestreo aleatorio de 5 sitios de producción y exportación de pitahaya aprobados por la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario (2021). Los sitios seleccionados son los siguientes:

Jw Fresh: Es una empresa ecuatoriana que se destaca por su firme compromiso en ofrecer soluciones que aseguren la satisfacción plena de sus clientes. Su enfoque principal se centra en la utilización de productos y tecnologías con el propósito de facilitar la implementación de una agricultura limpia, sostenible y altamente productiva. Esta empresa se caracteriza por ser un referente en el fomento de prácticas agrícolas que respeten el medio ambiente y que impulsen la sostenibilidad en la producción. Su identidad institucional se fundamenta en la promoción de valores como la calidad, el servicio y la responsabilidad empresarial.

Okaso S.A: "Hacienda El Okaso" es una empresa agrícola con sede en Ecuador, conformada por una familia conservadora que optó por invertir en la agricultura aprovechando la riqueza de los recursos naturales del país. La empresa se especializa en la producción y comercialización de pitahayas, una fruta exótica altamente valorada en los mercados nacionales e internacionales. Con una experiencia acumulada de 20 años en el sector, "Hacienda El Okaso" ha logrado desarrollar un manejo técnico especializado en el cultivo de pitahayas, lo que les ha permitido mantener una producción de primer nivel y consolidarse como un actor importante en la industria agrícola ecuatoriana.

Pascha Roots: En la actualidad, la empresa se encuentra en una etapa de desarrollo en la región costa de Ecuador, donde se están trabajando en la producción de 10 hectáreas de frutas. Sin embargo, el proyecto de expansión es ambicioso, ya que tiene como objetivo llegar a producir alrededor de 100 hectáreas en total. Este plan de crecimiento busca garantizar el abastecimiento de los mercados en los que están incursionando y fortaleciendo su presencia. La empresa ha establecido una red de colaboración con productores en diferentes provincias del país. Estos productores forman parte de la cadena de abastecimiento y han contribuido a alinear las mejores prácticas en el campo,

con el objetivo de alcanzar los estándares de calidad requeridos por los mercados. Esta asociación ha permitido establecer un alto nivel de calidad en la producción de sus frutas.

Produambien S.A: Produambien S.A. es una empresa con sede principal en Eloy Alfaro, Ecuador, que se encuentra en el sector de Ganadería y Acuicultura. Fundada el 17 de julio de 2012, la empresa ha establecido su presencia en este campo y ha estado operando en él desde su inicio. La empresa ha demostrado un crecimiento constante y un compromiso con su actividad, lo que se refleja en su progreso a lo largo de los años.

Juanpa S.A: Juanpa, Juan Pablo Garcia Miranda S.A. parece ser una empresa ubicada en Ecuador que opera en el sector de Comerciantes al por Mayor de Frutas y Verduras Frescas. La empresa fue fundada el 21 de noviembre de 1990 y tiene su sede principal en Guayaquil. En cuanto a su desempeño financiero, según la información proporcionada, la empresa experimentó un aumento significativo en sus ingresos netos del 116,89% en el año 2020. También se informa que su Activo Total creció un 2,24% y que el margen neto aumentó un 80,24% durante el mismo año.

Estos sitios representan una muestra representativa de la población total de 1.225 sitios de producción aprobados. Se ha elegido un enfoque de muestreo aleatorio para asegurar que la muestra sea lo más representativa posible de la población total, lo que permitirá obtener conclusiones y resultados más generalizables.

En este estudio, se empleará una metodología mixta que combina el uso de encuestas y entrevistas para abordar de manera integral la investigación sobre la cadena de comercialización y exportación de pitahaya en empresas ecuatorianas durante los años 2021 y 2022.

La encuesta se utilizará como una herramienta cuantitativa para obtener datos estructurados y estadísticas relacionadas con diversos aspectos de la comercialización y exportación de la pitahaya.

Por otro lado, las entrevistas se emplearán como una técnica cualitativa para explorar en profundidad las perspectivas, experiencias y percepciones de

los profesionales involucrados en esta industria. La combinación de ambas técnicas permitirá obtener una comprensión holística de la dinámica de la cadena de comercialización y exportación de la pitahaya, abarcando tanto aspectos cuantitativos como cualitativos para enriquecer el análisis y las conclusiones del estudio.

Objetivos

Objetivo General

- a. Evaluar la cadena de comercialización y exportación de la pitahaya en los años 2021 y 2022.

Objetivos específicos

- Establecer los aspectos teóricos relacionados al proceso de comercialización y exportación de la pitahaya ecuatoriana en los años 2021 y 2022.
- Estudiar los índices de exportación de la Pitahaya Ecuatoriana en los años 2021 y 2022.
- Determinar los factores que influyen en la exportación y comercialización de la pitahaya ecuatoriana.

CAPÍTULO I
MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO I. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Marco Teórico

1.1.1. Generalidades y especificaciones de la pitahaya

La pitahaya apareció por primera vez en los países de Centroamérica y los países norte de América del Sur. Fue recolectada en un principio por las culturas mesoamericanas con la finalidad de ser utilizada como fruta medicinal. Su nombre proviene de la lengua antillana “pitaya” que significa “fruta escamosa”. Pese a que su existencia data de hace varios siglos, su impacto no fue hasta mediados de la década de los 90 (Huerto en Casa, 2023).

1.1.2. Taxonomía de la Pitahaya

De acuerdo con el libro *The Cactus Family* escrito por Edward Anderson, se ha realizado la siguiente clasificación taxonómica de la pitahaya a nivel de taxa superior:

Figura 1

Clasificación taxonómica de la pitahaya

Reino	Plantae
Subreino	Tracheobionta
Súper división	Spermatophyta
División	Magnoliophyta
Clase	Equisetopsida C. Agardh
Subclase	Magnoliidae Novák ex Takht.
Suborden	Caryophyllanae Takht.
Orden	Caryophyllales Juss. ex Bercht& J. Presl
Familia	Cactaceae Juss.
Género	Selenicereus (A. Berger) Britton & Rose
Especie	Selenicereus sp.(K. Schum. ex Vaupel) Moran

Nota. La clasificación taxonómica de la pitahaya se basa en la nomenclatura científica estándar y puede estar sujeta a revisiones o cambios.

Fuente: Tomado de *The Cactus Family*, por E. Anderson, 2001, Timber press

1.1.3. Tipos de Pitahaya en Ecuador

1.1.3.1. Pitahaya Amarilla

La pitahaya amarilla ha ganado popularidad en los últimos años, su cosecha se realiza principalmente en las provincias de Morona Santiago, Pastaza, Los Ríos y Guayas. Cabe destacar, que su fama se debe a sus poderes vitamínicos y laxantes (Lizarzaburu, 2020). Es por esto, que Ecuador mantiene a la fecha 1.528 hectáreas de pitahaya amarilla.

En lo que respecta al diseño de la fruta, esta destaca debido a su atractiva apariencia externa, su corteza es de color amarillo con espinas, mientras que su pulpa es blanca y aromática con pequeñas semillas negras (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias).

Figura 2

Descripción de la pitahaya



Nota. Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias

1.1.3.2. Pitahaya Roja

La pitahaya roja ha ganado bastante popularidad en los últimos años, debido a su valor y propiedades medicinales. Esta variedad es conocida como “la fruta del dragón” y es muy solicitada entre consumidores a nivel mundial. En la actualidad hay unas 1.000 hectáreas sembradas, de las cuales, la mitad son plantaciones nuevas. De acuerdo con el Ministerio de Agricultura, en el 2018

solo existían 850 hectáreas de pitahaya en las provincias de Guayas, Morona Santiago, Manabí, Santo Domingo de los Tsáchilas y el Oro (Diario El Productor, 2021).

Figura 3

Pitahaya roja



Nota. Tomado de *Ecuador: La pitahaya roja sigue ganando espacio en el mercado internacional*, por Diario El Productor, 2021, <https://elproductor.com/2021/05/ecuador-la-pitahaya-roja-sigue-ganando-espacio-en-el-mercado-internacional/>

1.1.4. **Tabla Nutricional de la Pitahaya**

Esta fruta es conocida principalmente por su alto contenido en agua y su bajo nivel de calorías. Sin embargo, la pitahaya roja contiene altos niveles nutricionales en hidratos de carbono, mucílagos y fenoles. Sus principales minerales son el calcio y el fósforo, haciendo énfasis en la vitamina C (Carreira, 2022).

Tabla 1

Propiedades de la pitahaya roja

100 g de pitahaya roja	
Energía	36 Kcal
Agua	85 g
Hidratos de carbono	9,2 g
Fibra	0,4 g
Calcio	10 mg
Fósforo	26 mg
Vitamina C	25 mg

Nota. Tomado de *Tablas de composición de alimentos del CESNID*, por A. Farrán et al., 2023, Mc- Graw-Hill / Interamericana y Edicions Universitat de Barcelona

1.1.4.1. Principales Nutrientes

Dentro de los principales nutrientes que componen a la pitahaya en cualquiera de sus dos presentaciones, se destacan los mencionados a continuación:

- Agua: su principal aporte es la hidratación al cuerpo humano.
- Fibra soluble: ayuda en la digestión.
- Calcio: su principal aporte es el de evitar la osteoporosis.
- Fósforo: aporta nutrientes para el funcionamiento renal.
- Vitamina C: antioxidante, combate los radicales libres.
- Fenoles: previene enfermedades cardiovasculares (Carreira, 2022).

1.2. Importancia Económica de la Pitahaya para Ecuador

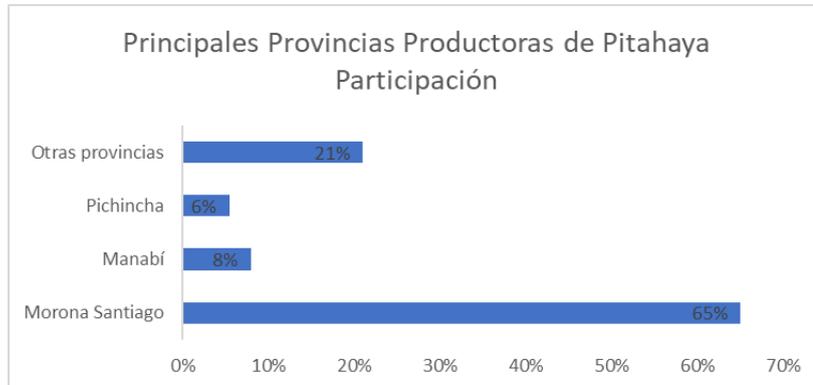
Desde que, en el 2005, la pitahaya de Palora (Morona-Santiago) entró a los mercados internacionales ha sido recibida con mucha aceptación debido a sus múltiples aportaciones de nutrientes; tanto así, que a la fecha es la principal fuente de ingresos del cantón (Lucero, 2020).

1.3. Principales provincias productoras de Pitahaya

Durante el 2021, fueron exportadas 17 895 toneladas de la fruta del dragón, dando un total de 5.975 envíos certificados por la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario – Agrocalidad. En la actualidad están registrados 2.051 sitios de producción de pitaya para venta internacional y están distribuidos en 21 provincias del país (Agrocalidad - Gobierno del Ecuador, s.f.).

Figura 4

Principales provincias productoras de pitahaya



Nota. *La producción de pitahaya puede variar año tras año y las provincias más productoras pueden cambiar según diferentes factores.*

Actualmente, las provincias productoras de esta fruta se encuentran en monitoreo constante para evitar plagas como la mosca de la fruta. Es por esto por lo que el Plan de Trabajo Operacional, firmado entre Ecuador y Estados Unidos, solicita que toda fruta a exportarse a EE. UU. Sea procesada en los centros de acopio aprobados como “estructuras de exclusión de plagas” (Agrocalidad - Gobierno del Ecuador, 2021, párr. 1).

1.3.1. Cultivo de la Pitahaya en Ecuador

El cultivo de la fruta del dragón en Ecuador se ha incrementado significativamente en los últimos años, debido a que el país tiene el clima y la geografía adecuados para cultivar con éxito esta fruta exótica.

En Ecuador existen aproximadamente 850 hectáreas de pitahaya en las provincias de Guayas, Morona-Santiago, Manabí, Santo Domingo de los Tsáchilas. No obstante, en El Oro se encuentran seis grandes productores que cuentan con un total de 15 hectáreas (Ministerio de agricultura y Ganadería, 2018). La producción de la fruta del dragón a nivel nacional varía cada año,

dado que Ecuador cuenta con dos temporadas óptimas para la cosecha de esta. La primera, es de febrero a marzo; y la segunda, entre julio y agosto.

En el oriente la mayor producción de pitahaya es en la primera temporada, puesto que se obtiene el 60 % de la cosecha del año (Bustos, 2006).

1.3.2. Cosecha de la Pitahaya en Ecuador

La pitahaya cosechada especialmente para exportación requiere encontrarse en el estado de maduración número cuatro según la Norma Técnica Colombiana (NTC), esto correspondería al 70 % de su madurez total (NTC 3554, 1996).

La Pitahaya es cosechada según el mercado al que va a llegar. Por lo tanto, si es fruta para exportar requiere estar en estado de maduración cuatro, y para ser vendida dentro del país el estado de maduración debe estar entre el cinco y el seis (Vargas et al., 2020). A continuación, se muestra una imagen de referencia.

Figura 5

Proceso de maduración de la pitahaya



Nota. Tomado de *Manual del Cultivo de Pitahaya para la Amazonía Ecuatoriana*, por Y. Vargas et al., 2020, Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias.

1.3.3. Principales meses para la cosecha de la pitahaya

Tabla 2

Meses para la cosecha de la pitahaya

<i>Mes de cosecha</i>	<i>Producción (%)</i>	<i>Cantidad (kg/ha)</i>
Enero	10	1 500
Febrero	25	3 750
Marzo	15	2 250
Abril	10	1 500
Septiembre	10	1 500
Noviembre	5	750
Diciembre	25	3 750
Total	100	15 000

Nota: Información proporcionada por MAG Palora-Morona Santiago, 2017.

Nota. Tomado de *Manual del Cultivo de Pitahaya para la Amazonía Ecuatoriana*, por Y. Vargas et al., 2020, Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias

1.4. Presencia de la pitahaya a nivel mundial

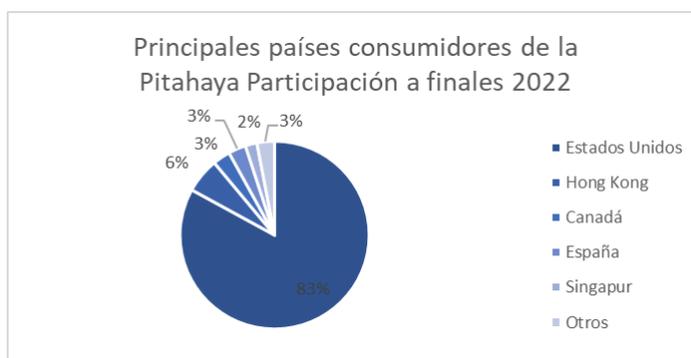
Según la *Food and Agriculture Organization* (FAO), en el 2017, las frutas tropicales representaban un promedio de compra de USD 10 mil millones al año (Pesantes, 2019).

Actualmente, Estados Unidos es el principal consumidor de pitahaya ecuatoriana, con un total de 83 millones de dólares estadounidenses; seguidamente, se encuentra Hong Kong que ocupa el segundo lugar con seis millones de dólares en exportaciones; posteriormente, Canadá se ubica en tercer lugar, gracias a una tasa de crecimiento del 109 % en 2022. No obstante, en la Unión Europea destacan como países consumidores de la fruta del dragón, tales como España, Francia y Holanda (Criterio Digital, 2023).

Ecuador hoy en día exporta pitahaya a 56 países, por lo que otorga a los ciudadanos grandes oportunidades, como lo son una sólida base comercial, generación de empleos y más productos ecuatorianos en los estantes internacionales (La Hora, 2022).

Figura 6

Principales países consumidores de la pitahaya



Nota. La producción de pitahaya puede variar año tras año y las provincias más productoras pueden cambiar según diferentes factores.

1.5. Las Exportaciones

Exportar es la acción de vender un bien o servicio a un mercado internacional para su consumo en el exterior (Ceballos, 2019). Es por esto, que la aduana indicó que exportar es una actividad de negocio que radica en la venta y envío de productos fuera del territorio nacional.

En Ecuador están capacitadas para exportar todas las personas naturales y jurídicas, bien sean ecuatorianas o extranjeras. No obstante, deberán estar radicadas en el país y encontrarse registradas en el sistema ECUAPASS, así como también deberán ser aprobados por el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2021).

1.5.1. Tipos de Exportaciones

En lo que respecta al tipo de exportación, en Ecuador se destacan los siguientes:

- **Por su tradición:**
 - Tradicionales: son los bienes o servicios más conocidos o mayormente exportados por el país. Ejemplo: banano.
 - No tradicionales: son los bienes o servicios que no tienen una gran frecuencia de exportación y su producción genera mayor valor y consumo de tiempo. En esta categoría entran las frutas exóticas como la pitahaya.
- **Por su restricción:**
 - Restringidas: aquellas exportaciones que demandan mayores permisos y de distintas entidades, a causa de la mayor vigilancia para su salida del país
 - Prohibidas: aquellos productos que la ley prohíbe salir del país.
 - No restringidas: son los bienes o servicios que pueden salir del país sin restricciones y cumplen todos los requisitos de la ley.
- **Por su Tiempo:**
 - Temporal: se da cuando el bien a exportar sale del país con un acuerdo aduanero existente que especifique que solo estará en el otro país por un periodo estimado con el objetivo de regresar a su lugar de origen.
 - Definitiva: se da cuando el bien sale del país con el fin de ser consumido en el mercado internacional y no regresar a su origen.
- **Por su envío:**
 - Concentrada: se usa principalmente cuando hay un acuerdo previo entre empresas para el envío y comercialización del bien.
 - Directa: es cuando una empresa se encarga directamente de la exportación, y por ende es responsable de dicho proceso.
 - Indirecta: lo utilizan las empresas para reducir riesgos en el proceso de exportación, por lo cual se contrata a un intermediario para que lleve a cabo el proceso.

Es por esto, que la importancia de las exportaciones radica en su contribución como fuente de ingresos para promover el crecimiento económico nacional, ampliar los mercados transfronterizos, promover las relaciones internacionales y evitar riesgos de inestabilidad en los mercados internos (Frederick, 2018).

1.6. Ecuador país exportador

En 2021, el PIB de Ecuador ocupó el puesto 60 en el mundo y el 68 en exportaciones totales. La data histórica de las principales fuentes de divisas por exportaciones fuera del petróleo son el camarón y el banano con USD 5.323 millones, y USD 3.381 millones respectivamente; seguidos por el cacao, el oro, el pescado y las flores nacionales (Revista Ekos, 2022).

Según un reporte emitido en el 2021 por la Federación ecuatoriana de exportadores (Fedexpor): Estados Unidos, Asia y Europa son los principales mercados consumidores de la materia prima ecuatoriana. En los últimos dos años el banano ha tenido una baja de aproximadamente el 9 % de exportación en comparación a sus años anteriores contrario a los productos como el cacao y el camarón, donde el índice de exportaciones es cada vez mayor (Ocaru Ecuador, 2021).

En abril del 2021, el Consulado ecuatoriano en la charla sobre “identidad culinaria de los productos andinos y exportación de frutas no tradicionales al mercado europeo” mencionó el potencial de exportación de frutas no tradicionales, destacando que la pitahaya ya se encuentra comercializándose en mercados europeos como Alemania, Reino Unido y España, así como también en Canadá y Estados Unidos (Consulado de Ecuador en Valencia, 2021).

1.6.1. Exportaciones a nivel nacional año 2021

Según la página de la cámara de comercio de Guayaquil, en el año 2021 las exportaciones a nivel nacional tuvieron un alza del 31 % respecto del año anterior, siendo una cifra de USD 16 838 millones. Cabe destacar, que Estados Unidos, Asia y Europa son los principales consumidores de los productos exportados por el país (Cámara de Comercio de Guayaquil [CCG], 2022).

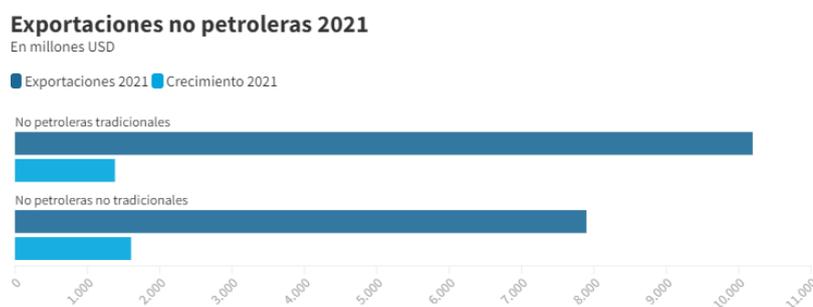
El sector tradicional con mayor desempeño en exportaciones durante el año 2021 fue el camarónero, el cual tuvo un alza de 33 % con base en lo reflejado para el 2020, logrando superar los USD 1000 millones de exportaciones una sola empresa en el mercado estadounidense (Diario El Comercio, 2022).

Durante el 2021 en contraposición al 2020, se registró que los envíos no petroleros y no mineros representaron el 60 % de lo exportado, con un superávit del 12 %, a su vez el atún y el pescado tuvieron un crecimiento del 12 % y el cacao del 3 %. Sin embargo, en el sector frutas, el banano obtuvo un decrecimiento del 7 % (Diario El Comercio, 2022).

De acuerdo con el Gerente General de Banco Central del Ecuador, las exportaciones no tradicionales no petroleras llegaron a 7.897 millones, significando un alza del 26 % frente al año 2020, mientras que, de ese 26 %, el 11 % lo representó el sector frutas (Coba, 2022).

Figura 7

Exportaciones no petroleras 2021



Fuente: Tomado de *Crecen 26% las exportaciones de productos no tradicionales en 2021*, por G. Coba, 2022, <https://www.primicias.ec/noticias/economia/productos-tradicionales-impulso-exportaciones-ecuador/>.

1.6.2. Exportaciones a nivel nacional año 2022

Según la información indicada por el Banco Central del Ecuador, las exportaciones nacionales en el año 2021 ascendieron a USD 22 233 millones entre los meses de enero y agosto del 2022 (Coba, Exportaciones crecen 30% en los ocho primeros meses de 2022, 2022).

En el año 2022, las exportaciones totales registraron un incremento récord del 22 %; de este valor, el 56 % equivale a ventas no petroleras no mineras, las cuales aumentaron un 14 % con respecto al año 2021.

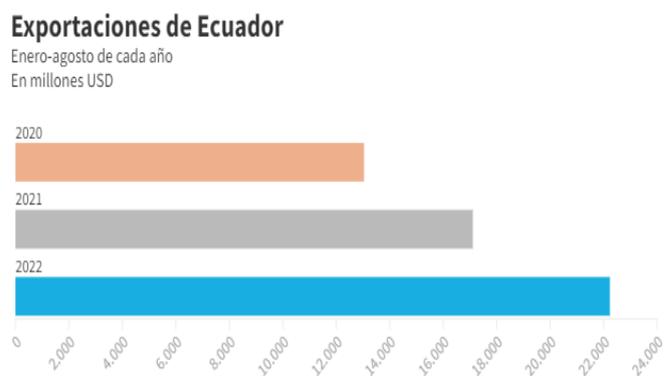
Por su parte la Fedexpor apuntó que el sector exportador no petrolero es actualmente la principal fuente de divisas para el país, superando las exportaciones petroleras (Swissinfo, 2023).

En ese sentido, las exportaciones no petroleras en el 2022 alcanzaron 149 países, llegando principalmente a China, Estados Unidos y la Unión Europea. Cabe destacar que los principales productos de exportación son los pescados, el cacao y las frutas naturales (The Logistic World, 2023).

Según un estudio realizado por el Banco Central del Ecuador, los productos que han generado la mayor fuente de ingresos de enero hasta agosto en el 2022 (fuera del petróleo) son el camarón con USD 5.085 millones, banano y sus derivados con USD 2.175 millones, minería con USD 1.866 millones, y las flores con USD 922 millones (Coba, 2022).

Figura 8

Exportaciones de Ecuador



Fuente. Tomado de *Exportaciones crecen 30% en los ocho primeros meses de 2022*, por G. Coba, 2022,

<https://www.primicias.ec/noticias/economia/exportaciones-ecuatorianas-crecimiento-petroleo-camaron/>.

1.6.3. Países exportadores de Pitahaya

Pese a que esta fruta es conocida a nivel mundial desde hace poco tiempo, su producción es realizada especialmente en países como Israel, Taiwán, Tailandia, China o Vietnam desde 1990. Debido a sus características exóticas, la convierten en un fruto versátil y frescas, es por esto por lo que su acogida global es cada vez mayor, lo que ha hecho que cada vez más personas la incluyan en sus compras recurrentes (Jones, 2021).

Actualmente el mercado de la pitahaya es liderado por Vietnam, país que se lleva el 50 % de las exportaciones a nivel mundial, seguido de otros países de Asia y algunos de Europa (Sierra y Selva Exportadora, 2021). Así pues, a continuación, se detalla el nivel de exportación por país.

- Vietnam: la pitahaya vietnamita se exporta a más de 40 países, siendo sus primordiales compradores China, India, EE. UU., Tailandia, Países Bajos y Japón. La producción y exportación de estos frutos en el país se ha incrementado significativamente en los últimos años (La Voz de Vietnam - VOV Mundo, 2023).
- China: en los últimos años, China también se ha involucrado en la producción y exportación de pitahaya. Hay una gran demanda interna de esta en el país, pero también han comenzado las exportaciones a otros mercados. Sin embargo, debido al suelo atípico de esa región, su producción suele ser costosa, por lo tanto, el precio por kilogramo varía entre 70 y 120 RMB, correspondientes a diez o 17 dólares (PROECUADOR, 2019).
- Indonesia: la pitahaya en Indonesia ha ido ganando impulso desde el año 2000. El cultivo de este fruto se ha extendido actualmente a casi todas las regiones de Indonesia, como las islas de Sumatra, Kalimantan, Java, Sulawesi, Bali y entre otras. En el 2020, Indonesia obtuvo permiso por parte del Gobierno Chino para entrar con su fruta y competir con la vietnamita. En efecto, las exportaciones de este producto han tenido un crecimiento sostenido a lo largo de los años, en volumen del 45.7 % y valor del 34.4 % (2016-2020) (Sierra y Selva Exportadora, 2021).

- Tailandia: la pitahaya tailandesa tiene una pulpa con más dulzor que las de sus países competidores. Cuando se encuentra en su punto de maduración, tiene mucho mejor sabor que las diferentes diversidades de carne blanca, de igual manera puede durar la mayor parte del año en cosecha. Por lo tanto, han sido populares entre los consumidores chinos en los últimos años (Fresh Plaza, 2017).
- Taiwán: el clima subtropical de Taiwán, combinado con métodos de cultivo avanzados, ha permitido que prospere la industria de la fruta del dragón de Taiwán. La variedad más común de esta fruta en esa regiones la de pulpa blanca o "fruta del dragón blanca". Las frutas producidas en la estación fría del mencionado país son más populares que las frutas de verano, debido a que son más grandes y dulces (Estudiando Agricultura en Taiwán, 2012)

Figura 9

Producción de la pitahaya en Asia



Nota. La producción de pitahaya en Asia puede variar año tras año y según las condiciones climáticas, la demanda y otros factores.ss

Nota. Tomado de *Tendencias del Mercado de Pitahaya, Retos y Oportunidades*, por Sierra y Selva Exportadora, 2021,

<https://repositorio.sierraexportadora.gob.pe/bitstream/handle/SSE/282/Tendencias%20de%20mercado%20de%20la%20Pitahaya%20y%20oportunidades%20para%20el%20Per%C3%BA-final.pdf?sequence=3&isAllowed=y>.

1.7. Proceso de Exportación de la Pitahaya

1.7.1. Partida Arancelaria de la Pitahaya

Partida Arancelaria: 0810.90.40.00 – Pitahaya (Cereus spp)

1.7.2. Clasificación Arancelaria

Tabla 3

Gravámenes vigentes

Gravámenes vigentes	Valor
Ad / Valorem	6 %
Impuesto selectivo al consumo	0 %
Impuesto general a las ventas	0 %
Impuesto de promoción municipal	0 %
Derechos específicos	N.A.
Derecho <i>antidumping</i>	N.A.
Seguro	2.5 %
Sobretasa	0 %
Unidad de medida:	KG

Nota. Adaptado de *Tratamiento arancelario por subpartida nacional, por Aduanet, 2010,*

<http://www.aduanet.gob.pe/servlet/AIScrollini?partida=810904000>.

1.7.3. Trámite por realizar para la exportación de la Pitahaya

Para llevar a cabo el proceso de exportación de este fruto, es necesario seguir una serie de pasos, los cuales se enlistan a continuación:

- Registro en el sistema GUIA de Agrocalidad (Guia.agrocalidad.gob.ec).
- Registro en la VUE (Portal.aduana.gob.ec).

- Solicitud de inspección fitosanitaria de 48 horas de anticipación a la salida del envío.
- Solicitud de emisión del certificado de la VUE.
- Comprobante del pago (\$ 0.043 por Kilogramo, no grava IVA).
- Verificar si se requiere algún certificado adicional según el país a exportar.

1.7.4. Proceso de Preembarque

1.7.4.1. Sistema GUIA

Con el objetivo de registrarse al sistema GUIA, es necesario ingresar al enlace proporcionado por la Agrocalidad (agro.agrocalidad.gob.ec). Una vez allí, se procederá a registrar los datos de acuerdo con lo solicitado por la página. Estos incluyen, tipo y número de identificación, así como de datos generales, con el objetivo de ser redirigido a la pestaña de asignación de claves de accesos.

1.7.4.2. Ecuapass

El Ecuapass es un sistema aduanero que facilita las transacciones de comercio exterior, ayudando a efectivizar el cumplimiento de las formalidades aduaneras. Asimismo, ayuda a realizar las operaciones en un solo *software*, dando seguridad en las transacciones. También permite realizar trámites aduaneros desde cualquier lugar y automatiza los pagos de los impuestos en el comercio exterior (Endara, 2019).

Mediante el sistema Ecuapass se realiza una Declaración Aduanera de Exportación (DAE), en la que los operadores de comercio exterior brindan a la Aduana Nacional del Ecuador información sobre las mercancías exportadas o reexportadas, así como los documentos electrónicos correspondientes de respaldo, estableciendo vínculos legales y dando cumplimiento a las obligaciones del SENA E (SENAE, 2022).

Figura 10

Página principal de Ecuapass



Nota. Tomado de Manual de usuario Instalación de Dispositivos y Registro en Ecuapass, por Security Data Seguridad en Datos y Firma Digital, S.A., s.f., <https://acortar.link/xrJGdK>.

1.7.4.3. La DAE

El proceso de exportación inicia con la DAE, el cual es el documento en el que la persona que realizará la exportación declara información relacionada con las mercancías por correo electrónico, indicando el destino aduanero aplicable. Este documento debe pasar por un proceso de verificación que dará como resultado su aceptación o rechazo (<https://www.gob.ec/senae>). La DAE se llena con los datos del despacho de la mercancía. A continuación, se presenta un ejemplo:

Figura 11

Declaración de Exportación

Compañía		ITEM	Documentos
Información de General			
* A05. Código del declarante	01000003	* A01. Código del distrito	--Selección--
* A03. Código de Régimen	--Selección--	* A04. Tipo de despacho	--Selección--
Información de exportador			
* B04. Código de tipo de identificación del exportador	--Selección--	* B01. Nombre del exportador	
B02. Dirección del exportador		B03. Teléfono del exportador	
* B06. Ciudad de residencia del exportador		* B07. CIJU	--Selección--
INFORMACION DE AGENTE			
* B08. Código de tipo de identificación del declarante	--Selección--	* B10. Nombre del declarante	
B11. Dirección del declarante			
Compañía			
D19. Nombre del consignatario		B20. Dirección del consignatario	
* B25. Código de país de destino final	--Selección--	* B21. Ciudad del consignatario	
* B12. Valor FOB	\$ 0	* B13. Código de forma de pago de la transacción comercial	--Selección--
* B14. Código de unidad de moneda de transacción	--Selección--	B10. Fecha de emisión de la carta de crédito	10/09/2013
* C01. Código de moneda	--Selección--	* C02. Tipo de cambio	1.00
* C03. FOB total de moneda de transacción			\$ 0
* B22. Tipo de carga	--Selección--	B24. Medio de transporte del lugar de partida	--Selección--
* B15. Código de puerto de embarque	--Selección--	B16. Código de puerto privado según datos embarca	--Selección--
* B17. Código de puerto de llegada o de destino	--Selección--	* B23. Almacén de lugar de partida	--Selección--
Totales			
* C04. Cantidad total de ítem			0
* C05. Peso neto total	0.000	* C06. Peso bruto total	0.00
* C07. Cantidad total de bultos	0	* C08. Cantidad de contenedores	0
* C09. Cantidad total de unidades físicas	0	* C10. Cantidad total de unidades comerciales	0
C11. Código de la mercancía de despacho urgente	--Selección--	C12. Código de solicitud de atajo	--Selección--

Nota. Tomado de Home, por Todo Comercio Exterior, s.f., Todocomercioexterior.com.

Una vez aprobada la DAE, la pitahaya pasa a la “zona primaria” para proceder con la embarcación.

1.7.5. Fase de Post Embarque

Es la etapa final en el momento de la exportación, en esta se establece la DAE y su debida aprobación, este proceso debe ser acompañado de los siguientes documentos:

- Copia de la factura comercial.
- Copia de la lista de empaque.

1.7.5.2. Lista de Empaque

La lista de empaque es aquella que establece información de alta importancia. Para el envío internacional debe ser emitida por la persona que realizará la exportación, incluyendo los siguientes datos: lugar y fecha de emisión, detalles del que exporta, información del comprador o importador, número de la factura a la que va ligada, orden de compra, país de origen, país final, nombre de la embarcación y detalles del modo de precarga (Ortiz A. , 2022).

Figura 13

Packing list

PACKING LIST
STAN'S SOFTWARE
www.StansTrains.com
Sammamish, WA 98075
(425) 555-1212

SOLD TO My Customer 200 Main Street Great City, WA 98000 (206) 555-1212	SHIP TO My Customer 200 Main Street Great City, WA 98000 (206) 555-1212
--	--

P.O. # Verbal - George S. INVOICE # 501
TERMS: Net 30 DATE: 6/16/2007

QTY	ITEM	PRICE/PER	EXT.
5	Handy Converter for Model Railroaders CD		
4	Fast Clocks CD		
2	Simple Inventory Printer CD		
4	Waybill Master CD		
TOTAL INVOICE			

THANK YOU

Nota. Tomado de *Documentos de exportación: factura comercial*, por Todo Comercio Exterior, 2014, <https://acortar.link/nl42UG>.

1.7.5.3. Certificado de Origen

El Certificado de Origen es el instrumento que indica el origen de la mercancía a transportar. Es importante debido a que gracias a este certificado se facilitan las transacciones comerciales internacionales, y se acceden beneficios en los acuerdos comerciales (Weisson, 2016).

Figura 14

Ejemplo de Certificado de Origen

El formulario muestra la estructura de un Certificado de Origen. En la parte superior izquierda hay un sello circular con el logo de la ALADI. A la derecha del sello, se indica 'ESTADO MIEMBRO DE ALADI' y 'Asociación Latinoamericana de Integración (Asociación Latinoamericana de Integración)'. Debajo de esto, se encuentran los campos 'País de Origen' y 'País Destinado'. El cuerpo principal del formulario está dividido en secciones: 'DECLARACION DE ORIGEN' y 'CERTIFICACION DE ORIGEN'. La 'DECLARACION DE ORIGEN' contiene un texto que declara que la mercancía cumple con los requisitos para ser considerada de origen de acuerdo con el Acuerdo de Comercio y Comercio Exterior. La 'CERTIFICACION DE ORIGEN' contiene un texto que certifica la veracidad de la información declarada. En la parte inferior del formulario, se encuentran las firmas y sellos de los funcionarios autorizados.

Nota. Tomado de *Documentos de exportación: factura comercial*, por Todo Comercio Exterior, 2014, <https://acortar.link/nI42UG>.

1.7.5.4. Documento de Transporte Multimodal

El Documento de Transporte Multimodal (DTM) es aquel instrumento que ha sido reemitido por un operador de transporte multimodal en calidad de consignatario, quien realiza la formalización del contrato de transporte multimodal internacional y el compromiso del operador responsable de la mercancía (Mise, 2023).

Figura 15

Contrato de Transporte Multimodal

Remitente EXPOR S.A. CALLE 12 BARCELONA, ESPAÑA		FBL NEGOTIABLE FIATA MULTIMODAL TRANSPORTE BILL OF LADING FETEIA CONOCIMIENTO FIATA NEGOCIABLE PARA EL TRANSPORTE MULTIMODAL expedido bajo las normas UNCTAD/CCI para el documento de transporte multimodal (Publicación CCI 481)		ES	
Destino CCIPSA, S.A. DE C.V. Av. Francisco I Madero 402, Centro, Coatzacoalcos, Veracruz C.P. 96400					
Lugar y fecha de recepción COATZACOALCOS, VERACRUZ 21 DE OCTUBRE DE 2013					
Lugar y fecha de carga de mercancía BARCELONA, ESPAÑA 21 DE OCTUBRE DE 2013 Docúmenes adjuntos:					
Forma de pago					
Marcas y números 090290J2	Número y clase de billetes 2	Descripción de la mercancía PIEZAS DE CONTRUCCION DE MAQUINARIA	Peso bruto 1221 kg	Volumen 10 M ³	
Indicador de número de empaque sobre el tipo de empaque (Código C2)		Valor de tránsito para la tasa regular de tránsito de tránsito (Código T1 y T2)			
Las mercancías e instrucciones se acogen y están sujetas a las condiciones generales impresas al dorso					
Importe del flete \$150,0	Flete pagado en	Lugar y fecha de expedición BARCELONA, ESPAÑA			
Seguro por cuenta de los que suscriben <input type="checkbox"/> No cubierto <input type="checkbox"/> Cubierto según póliza	Número de FBL originales	Sello y firma del remitente			
Para la entrega de la mercancía según dispone a: Oficina central CCIPSA, S.A. DE C.V. Av. Francisco I Madero 402, Centro, Coatzacoalcos, Veracruz C.P. 96400		Sello y firma del transportista			
		Sello y firma de consignatario			

Nota. Tomado de *Contrato de Transporte Multimodal*, por Alberto, s.f..
<https://acortar.link/oiOJ8C>.

1.7.6. Registro del Exportador

El objetivo principal del registro de exportadores es encontrar y dar acceso a empresas que puedan realizar operaciones de exportación y cumplan con todas las leyes y reglamentos aplicables. Al registrarse, la empresa puede llevar a cabo oficialmente sus actividades como exportador autorizado y hacerlo de manera regular.

1.7.7. Ventana Única Ecuatoriana para el Comercio Exterior (VUE)

Es una plataforma o sistema electrónico que permite a los exportadores realizar los trámites y procesos necesarios para la exportación de mercancías de manera integrada y sencilla. Al agilizar los trámites administrativos, la Ventanilla Única de Exportación (VUE) acorta los tiempos de ejecución de las operaciones de exportación y reduce sus costos asociados.

Figura 16

Figura Única de Exportación



Nota. Tomado de *Registro y requisitos de la ventanilla única ecuatoriana*, por Sarzosa, 2020, <https://acortar.link/XFYR3H>

1.7.8. Contrato de Compra y Venta Internacional y su Importancia

Es el acuerdo escrito entre el comprador y vendedor de distintas ubicaciones para coordinar la transacción de la mercancía entre un país y otro. En el mencionado documento, se deben indicar las condiciones de la negociación de acuerdo con los Incoterms. Cabe destacar, que entre más detalladas se encuentren las condiciones mejor será el cumplimiento del contrato, debido a que el desarrollo de la actividad internacional de la empresa se verá facilitado por la redacción minuciosa y eficaz de un buen contrato de compraventa internacional, que evitará a la empresa asumir riesgos innecesarios (Retos en Suplly Chain, 2022).

1.7.9. Certificado Fitosanitario para la exportación de la Pitahaya

Este certificado es emitido por la autoridad competente del país exportador, como el Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG) en Ecuador. El certificado fitosanitario garantiza que los productos vegetales, como la pitahaya, cumplen con los requisitos sanitarios y fitosanitarios establecidos por el país importador para prevenir la introducción y propagación de plagas y enfermedades.

Figura 17

Certificado fitosanitario

ANEXO 3
AGENCIA ECUATORIANA DE ACCIONAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO - ASESORIA TECNICA
PROGRAMA DE CERTIFICACION FITOSANITARIA DE ORNAMENTALES DE EXPORTACION

LISTA DE CHEQUEROS PRODUCCION DE ACAROS No. _____

INFORMACION GENERAL
Fecha Emision: _____ Fecha Inspeccion: _____
País: _____ Proveedor: _____
Razón Social Exportador: _____ Ciudad: _____
No. de Hoja en producción o de Tracto: _____ No. Tracto (o celular de contacto): _____

DESCRIPCION DEL MATERIAL VEGETAL:
Corte: _____ No. de plantas: _____
Especie: _____
Cultivo: _____
País de Origen: _____
Cultivo: _____
Corte: _____
No. de plantas: _____

El productor responsable de la EXPORTACION del material, antes de realizar la inspeccion, ha realizado la siguiente inspeccion de plagas:
1. Sí Síntoma de brotes y presencia de larvas
2. Sí Síntoma de brotes y presencia de pupas
3. Sí Síntoma de brotes y presencia de adultos
4. Sí Síntoma de brotes y presencia de pupas
5. Sí Síntoma de brotes y presencia de adultos

Plagas (características y de identificación de las mismas):
Plaga: _____ No. de plantas afectadas: _____ No. de plantas sanas: _____
Plaga: _____ No. de plantas afectadas: _____ No. de plantas sanas: _____
Plaga: _____ No. de plantas afectadas: _____ No. de plantas sanas: _____

Observaciones: _____

Inspección y Firma Representante Fitosanitario: _____ Inspección y Firma Inspector SENASAG: _____
CI No. _____ CI No. _____

Nota: Adjuntar respectivas fotografías y fotos.

Nota. Tomado de *Certificado Fitosanitario de Exportación*, por J.C. Escola, 2018, <https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/certificado-fitosanitario-de-exportaci-n>.

1.8. Distribución de la Pitahaya Ecuatoriana

1.9. Medios de Transporte

El modo de transporte utilizado para las exportaciones de pitahaya puede variar según la geografía, la infraestructura disponible y las preferencias del exportador. Los siguientes son algunos de los métodos de transporte comúnmente utilizados en la exportación de pitahaya:

1.9.1. Transporte marítimo

El transporte marítimo es una opción popular para exportar grandes cantidades de fruta del dragón. Los contenedores refrigerados se utilizan para mantener la fruta en óptimas condiciones durante el viaje. El flete marítimo es una opción económica para enviar grandes cantidades de pitahaya a destinos internacionales; aunque es más lento que el flete aéreo.

Entre sus ventajas se destacan los costos, dado que este tipo de transporte de productos es considerado uno de los más económicos. De esta manera, se destaca por ser el más popular en las ventas internacionales, cuenta con alta capacidad para los envíos, dado que facilita el enviar grandes cantidades en comparación a los otros medios de transporte.

Asimismo, este medio de transporte es versátil, puesto que no existe un tamaño establecido y puede ser adaptado a distintos medios de cargas. Su principal desventaja es el tiempo, debido a que la llegada al punto de descargo suele ser más demorada, por este motivo se usa principalmente en productos de consumo no urgentes (Mundi, 2021).

Transporte marítimo .



Figura 18

Transporte marítimo



Nota. Tomado de Ecuador: Primera exportación de Pitahaya en barco a Europa sale desde el Puerto de DP World Posorja, por Portal Portuario, 2021, <https://acortar.link/Y9aB66>

1.9.2. Transporte aéreo

El transporte aéreo es ampliamente utilizado para la exportación de productos perecederos y de alto valor, como la pitahaya. Los aviones de carga permiten un transporte rápido y eficiente, minimizando el tiempo de tránsito y preservando la frescura y calidad de la fruta. Además, este método es especialmente útil cuando se exporta a mercados internacionales distantes.

El transporte aéreo es en la actualidad el más utilizado, principalmente en la movilización de frutas. Su ventaja principal radica en la rapidez y seguridad, adicionalmente que facilita el seguimiento y control de la mercancía. Por lo tanto, es también el favorito para aquellos envíos de alto valor o alta fragilidad, como artículos de lujo o mensajería urgente. Si bien es cierto, este tipo de transporte es más práctico pero su costo es elevado en comparación a los otros tipos, debido a que su capacidad de envío se ve limitada por las dimensiones del avión.

Figura 19

Transporte aéreo



Nota. Tomado de *Ecuador realiza su primera exportación de pitahaya orgánica a Estados Unidos*, por el Gobierno del Ecuador, s.f., <https://acortar.link/vRzk1w>

1.9.3. Transporte Terrestre

El transporte terrestre juega un papel importante en la logística de exportación de pitahaya, especialmente desde el punto de origen hasta el puerto o aeropuerto. Por este motivo, utilizar camiones frigoríficos o métodos con sistemas de control de temperatura para asegurar la frescura de las frutas durante el transporte es de vital importancia.

Al igual que el transporte marítimo, el transporte terrestre también proporciona a los usuarios una amplia gama de diferentes tipos de recursos. Esto le permite optar por vehículos de diferentes tamaños, eligiendo el que más se adapte a sus necesidades. Esta alternativa es utilizada gracias a que sus costos de envío son menores. Sin embargo, su capacidad es muy limitada, por lo que solo se usa para el transporte de cantidades pequeñas.

Entre las desventajas de este tipo de transporte, se encuentra que los traslados son más difíciles e incómodos, lo que dificulta las exportaciones en distancias muy largas. Asimismo, no siempre es recomendable el transporte por carretera para este tipo de producto, debido a que existe una mayor posibilidad de que se arruine la mercancía. Como consecuencia, la opción terrestre no es de las principales utilizadas en el transporte de Pitahaya.

Figura 20

Transporte terrestre



Nota. Tomado de Aduanas incauta más de 800 kilos de fruta pitahaya proveniente de Ecuador, por Redacción RPP, 2019, <https://acortar.link/FnhwPY>

1.9.4. Transporte Multimodal

El transporte multimodal es un concepto que se refiere al uso de diferentes modos de transporte en un mismo trayecto al enviar mercancías de un origen a un destino. Consiste en combinar el transporte terrestre, marítimo, aéreo o ferroviario de manera eficiente y coordinada, utilizando las ventajas de cada uno para optimizar la cadena de suministro. En el transporte multimodal, las mercancías se envían en contenedores o unidades de carga y que pueden ser transferidos de un modo de transporte a otro sin necesidad de manipularlos directamente.

Esto permite una mayor eficiencia en el transporte, dado que se evitan demoras y costos asociados con la carga y descarga repetitiva de las mercancías. La necesidad de aumentar la integración y la eficiencia en el movimiento de mercancías dio lugar a la creación de este sistema de transporte. Por ejemplo, un envío marítimo, prácticamente, no tiene posibilidades de llegar a la puerta de un cliente. Por lo tanto, la mercancía debe descargarse en un puerto y transferirse a otro vehículo antes de que pueda viajar a su destino, ya sea por tierra, ferrocarril, aire o incluso mar (Paez, 2021). En efecto, las empresas de envío utilizan este sistema para entregar los artículos a un país extranjero (Paez, 2021).

Figura 21

Transporte multimodal



Nota. Tomado de *¿Conoces las ventajas que te aporta el transporte multimodal de Ibercondor?* por Ibercondor, s.f., <https://ibercondor.com/blog/ventajas-transporte-multimodal/>.

1.10. Canales de distribución de la pitahaya a nivel mundial

Canal mayorista: contiene dos etapas distribuidas entre el productor y el consumidor: un mayorista y un minorista.

Por lo general, un mayorista compra y almacena grandes cantidades de productos de numerosos productores antes de distribuirlos en grandes cantidades para abastecer a los minoristas con cantidades más pequeñas. Es por esto, que utilizar mayoristas tiene sentido financiero para pequeños minoristas con cantidades restringidas (Conexión Esan, 2016).

En algunos casos, quienes cultivan la pitahaya trabajan en conjunto con mayoristas y distribuidores para mercados extranjeros. Estos intermediarios son los encargados de comprar la pitahaya en grandes cantidades a varios productores, con el objetivo de distribuirla a comerciantes, supermercados y otros puntos de venta.

Canal Minorista: la distribución minorista de pitahaya se fundamenta en la contribución entre los mercados regionales. La capacidad de vender directamente a los clientes es proporcionada gracias a los mercados pequeños, los cuales se ubican tanto en áreas urbanas como rurales. En los almacenes, la pitahaya se vende junto con otras frutas y verduras frescas. Por este motivo, los clientes que buscan productos frescos de origen local suelen acudir a estos centros de acopio.

Canal moderno: los hipermercados, los centros de distribución, los mayoristas y las cadenas de farmacias son algunos de los puntos de venta que normalmente se incluyen en este canal. Al mejorar la cadena de suministro, hacen que los productos estén más disponibles para los clientes y ocasionalmente les brindan una experiencia de compra única. Es por esto por lo que se caracterizan por mejorar la accesibilidad a los productos. Como consecuencia, los clientes tienen la oportunidad de tocar, probar ocasionalmente y evaluar si el producto está en buenas condiciones durante el proceso de compra (Blog City Troops, s.f.).

1.11. Análisis de las exportaciones de la Pitahaya Ecuatoriana

1.11.1. Exportaciones de Pitahaya año 2021

De acuerdo con la base de datos otorgada por el Banco Central del Ecuador, en el año 2021 se realizaron las siguientes exportaciones de Pitahaya (valores en miles).

Tabla 4

Exportaciones de pitahaya año 2021

	Código País Destino	País Destino	TM (Peso Neto)	FOB
1	Totales		18 950,2	91 174,1
	ARE	Emiratos Árabes Unidos	30,6	167,2
2	BEL	Bélgica	1,3	6,3
3	CAN	Canadá	275,3	1.295,9
4	CHE	Suiza	1,0	6,0
5	CHL	Chile	0,0	0,0
6	CHN	China	-	-
7	COL	Colombia	920,8	164,0
8	DEU	Alemania	11,7	65,0
9	ESP	España	334,6	1.632,6
10	FRA	Francia	162,8	971,3
11	GBR	Reino Unido	26,5	160,7
12	GLP	Guadalupe	13,6	52,0

13	HKG	Hong Kong	1.696,2	11 211,9
14	ITA	Italia	21,2	51,1
15	KHM	Camboya	21,9	52,4
16	LTU	Lituania	-	-
17	MYS	Malasia	116,1	914,5
18	NLD	Países Bajos (Holanda)	190,2	1.282,5
19	PAN	Panamá	0,0	0,0
20	PER	Perú	-	-
21	PHL	Filipinas	19,2	89,8
22	PRT	Portugal	0,6	3,8
23	QAT	Qatar	0,0	0,0
24	RUS	Rusia	17,6	112,8
25	SGP	Singapur	375,3	3.255,2
26	TUR	Turquía	-	-
27	URY	Uruguay	0,4	1,7
28	USA	Estados Unidos	14 713,3	69 677,4
29	VNM	Vietnam	-	-

Nota. Los datos en esta tabla son estimados y pueden variar según los informes oficiales de exportación disponibles.

1.11.2. **Exportaciones de Pitahaya año 2022**

Según la base de datos otorgada por el Banco Central del Ecuador, en el año 2022 se realizaron las siguientes exportaciones de Pitahaya (valores en miles).

Tabla 5

Exportaciones de pitahaya 2022

	Código País Destino	País Destino	TM (Peso Neto)	FOB
	Totales		23 319,3	99 364,0
1	ARE	Emiratos Árabes Unidos	24,4	86,2
2	BEL	Bélgica	-	-
3	CAN	Canadá	517,9	2.703,5
4	CHE	Suiza	7,0	61,2
5	CHL	Chile	-	-
6	CHN	China	-	-
7	COL	Colombia	1.912,3	194,4
8	DEU	Alemania	6,6	19,5
9	ESP	España	590,5	2.515,4
10	FRA	Francia	210,3	1.248,4
11	GBR	Reino Unido	24,4	159,0
12	GLP	Guadalupe	9,6	37,7
13	HKG	Hong Kong	1.012,0	5.948,6
14	ITA	Italia	12,3	33,9

15	KHM	Camboya	16,3	15,6
16	LTU	Lituania	-	-
17	MYS	Malasia	55,7	455,9
18	NLD	Países Bajos (Holanda)	213,2	1.132,0
19	PAN	Panamá	-	-
20	PER	Perú	376,8	172,9
21	PHL	Filipinas	4,0	24,3
22	PRT	Portugal	2,4	14,5
23	QAT	Qatar	0,0	0,0
24	RUS	Rusia	17,7	101,0
25	SGP	Singapur	268,8	1.670,8
26	TUR	Turquía	-	-
27	URY	Uruguay	-	-
28	USA	Estados Unidos	18 033,1	82 754,6
29	VNM	Vietnam	4,0	14,7

Nota. Los datos en esta tabla son estimados y pueden variar según los informes oficiales de exportación disponibles.

1.11.3. Análisis Comparativo años 2021 – 2022

Para el siguiente análisis comparativo se han tomado de muestra los seis principales países en los que Ecuador ha exportado pitahaya en los dos últimos años.

Tabla 6

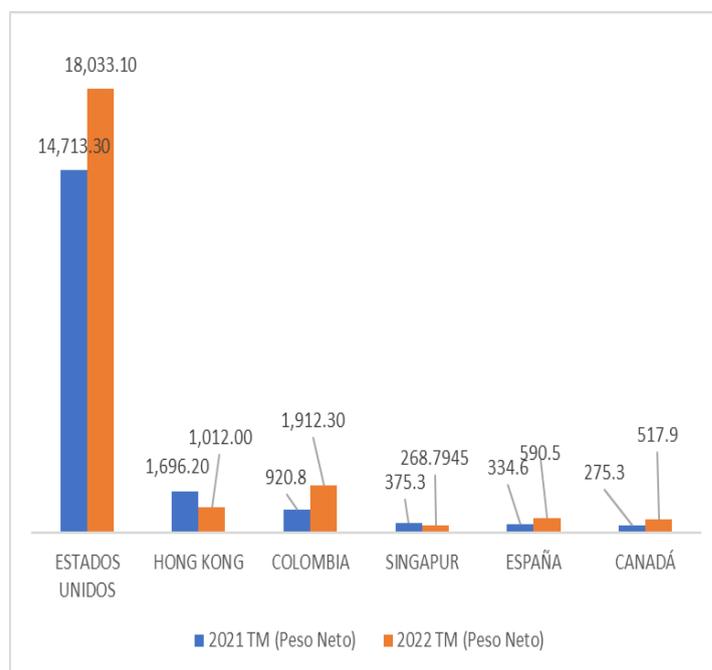
Análisis comparativo 2021-2022

País Destino	2021		2022	
	TM (Peso Neto)	FOB	TM (Peso Neto)	FOB
Estados Unidos	14 713,30	69 677,40	18 033,10	82 754,60
Hong Kong	1.696,20	11 211,90	1.012,00	5.948,60
Colombia	920,8	164	1.912,30	194,4
Singapur	375,3	3.255,20	268,7945	1.670,77
España	334,6	1.632,60	590,5	2.515,40
Canadá	275,3	1.295,90	517,9	2.703,50

Nota. Los datos en esta tabla son estimados y comparativos entre los años 2021 y 2022, basados en las estadísticas disponibles.

Figura 22

Gráfica 2021-2022 a nivel exportación



Nota.

Fuente: Elaboración propia

En el análisis comparativo de las exportaciones realizadas en los años 2021 y 2022 a los países de Estados Unidos, Hong Kong, Colombia, Singapur, España y Canadá, se ha evidenciado un crecimiento en la mayoría de ellos, principalmente en Estados Unidos, cuyo crecimiento fue del 18.41 %. Sin embargo, se evidenció un desfase en las exportaciones hacia Hong Kong y Singapur.

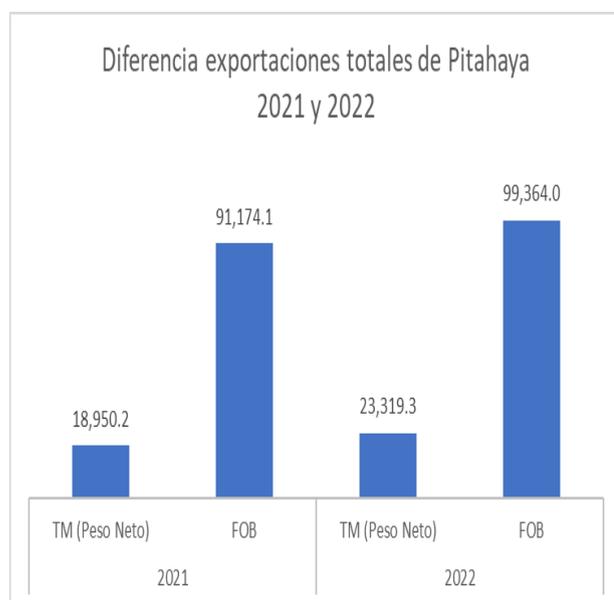
1.11.4. **Exportaciones Totales entre 2021 y 2022**

Tabla 7

Exportaciones totales 2021-2022

2021		2022	
TM (Peso Neto)	FOB	TM (Peso Neto)	FOB
18.950,2	91.174,1	23.319,3	99.364,0

Nota. Elaboración propia



A partir de la información planteada, se detalla que en el análisis de los datos otorgados por el Banco Central del Ecuador se ha evidenciado un incremento del 23 % en las exportaciones de pitahaya entre el 2021 y el 2022.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Diseño de la investigación

Este estudio se basó en un enfoque de investigación mixto que combina elementos cualitativos y cuantitativos. La combinación de estos dos enfoques permite conocer las cadenas de comercialización y exportación de la pitahaya ecuatoriana, así como la cuantificación de las tendencias y patrones identificados.

2.1. Objetivos de la investigación

- Establecer los aspectos teóricos relacionados al proceso de comercialización y exportación de la pitahaya ecuatoriana en los años 2021 y 2022.
- Estudiar los índices de exportación de la Pitahaya Ecuatoriana en los años 2021 y 2022.
- Determinar los factores que influyen en la exportación y comercialización de la pitahaya ecuatoriana.

2.2. Población y muestra

La población objetivo de este estudio está constituida por empresas involucradas en la comercialización y exportación de pitahaya ecuatoriana. Las muestras se seleccionaron mediante un muestreo deliberado, seleccionando a aquellos participantes con experiencia y conocimientos relevantes sobre el tema.

2.3. Recopilación de datos

Para lograr los objetivos de la investigación, se utilizaron las siguientes técnicas de recolección de datos:

- Revisión de documentación: se realizó una revisión exhaustiva de la literatura académica, informes gubernamentales, estadísticas y documentos relacionados con la comercialización y exportación de la pitahaya ecuatoriana.
- Entrevistas semiestructuradas y encuestas : se realizaron entrevistas y encuestas detalladas a representantes de empresas exportadoras de pitahaya, intermediarios, transportistas, y otros actores clave en la cadena de comercialización. Las entrevistas fueron grabadas y transcritas para su posterior análisis.
- Análisis de datos secundarios: los datos secundarios relacionados con la producción, exportación y mercado de la pitahaya ecuatoriana para 2021 y 2022 se recopilaban de fuentes oficiales y bases de datos disponibles.

2.4. Procedimiento

El procedimiento de esta investigación se desarrolló en las siguientes etapas:

- Revisión de literatura: se llevó a cabo una revisión sistemática de la literatura académica y fuentes relevantes, con el fin de obtener una base sólida de conocimientos sobre la comercialización y exportación de la pitahaya ecuatoriana.
- Selección de participantes: se identificaron y seleccionaron participantes clave en la cadena de comercialización de la pitahaya ecuatoriana para realizar las entrevistas.
- Recopilación de datos: Se llevaron a cabo las entrevistas semiestructuradas con los participantes seleccionados y se recopilaban los datos secundarios necesarios para el análisis.
- Análisis de datos: se realizó un análisis cualitativo de las entrevistas, utilizando técnicas de codificación y categorización temática

- Operacionalización de variables

Variable	Conceptualización	Indicadores	Instrumentos y métodos
<p>Índices de exportación de la Pitahaya Ecuatoriana en los años 2021 y 2022.</p>	<p>Los índices de exportación de la Pitahaya Ecuatoriana se refieren a las métricas y datos cuantitativos que describen y analizan el flujo de esta fruta exótica desde Ecuador hacia los mercados internacionales durante un período específico, como los años 2021 y 2022. Estos índices son fundamentales para evaluar el desempeño y la dinámica de la exportación de</p>	<ul style="list-style-type: none"> Toneladas de pitahaya exportadas en el año 2021. Toneladas de pitahaya exportadas en el año 2022. Cambio porcentual en el volumen de exportación de pitahaya entre los años 2021 y 2022. 	<ul style="list-style-type: none"> Encuestas a las empresas Revisión de documentación:

	<p>pitahayas, así como para comprender su impacto en la economía ecuatoriana y en el comercio global.</p>		
<p>Factores que influyen en la exportación y comercialización de la pitahaya ecuatoriana.</p>	<p>La exportación y comercialización de la pitahaya ecuatoriana se ven influidas por una combinación de factores interrelacionados. La calidad del producto, determinada por su sabor, textura y apariencia, es esencial para ganar aceptación en los mercados internacionales y lograr precios competitivos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Variación en los precios de mercado de la pitahaya. • Cambios en la demanda internacional de frutas exóticas. • Impacto de la fluctuación del tipo de cambio en las exportaciones de pitahaya. 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas a las empresas • Revisión de documentación:

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE

RESULTADOS.

3.1. Encuesta realizada

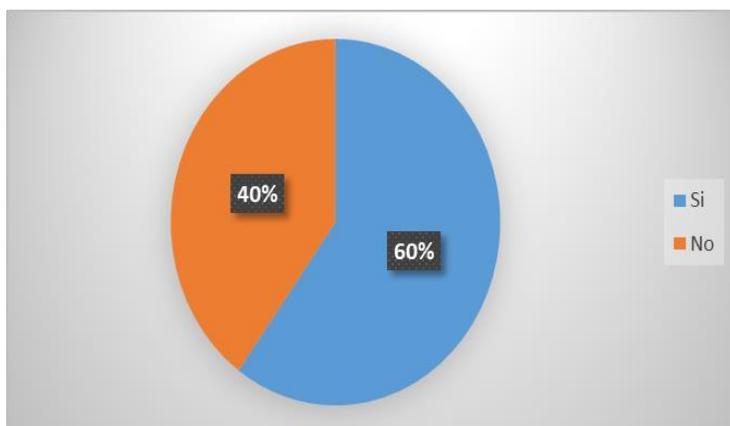
Para el presente proyecto investigativo se ha tomado un muestreo aleatorio del listado oficial de sitios de producción y exportación de pitahaya de la agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario, en el cual se destacan 1.225 sitios de producción aprobados (Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario, 2021). Los sitios encuestados son los siguientes:

- Jw Fresh
- Okaso S.A.
- Pascha Roots
- Produambien S.A.
- Juanpa S.A.

3.1.1. Análisis de la encuesta.

1. ¿Su empresa ha estado involucrada en la exportación de pitahaya durante los años 2022- 2023?

Figura 23



Fuente: Elaboración propia (2023)

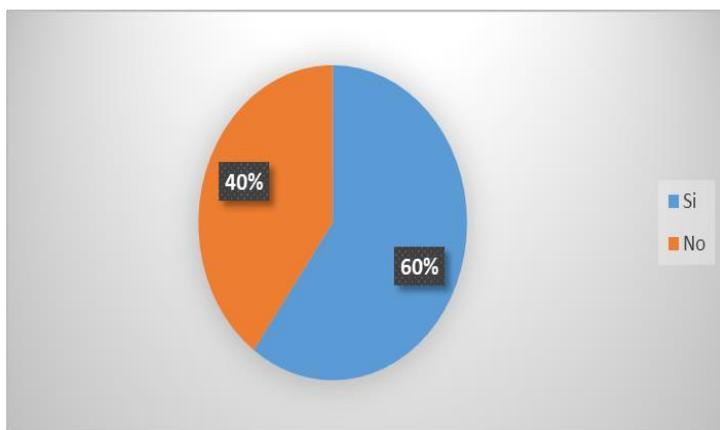
Análisis:

60% de los encuestados afirman que han estado involucrados en la exportación de pitahaya durante los años 2021 y 2022, mientras que un 40% niega haber estado en la exportación

2. ¿Ha invertido su empresa en programas de capacitación y desarrollo para mejorar la eficiencia en la cadena de comercialización de la pitahaya?

Figura 24.

Programas de capacitación y desarrollo.



Fuente: Elaboración propia (2023)

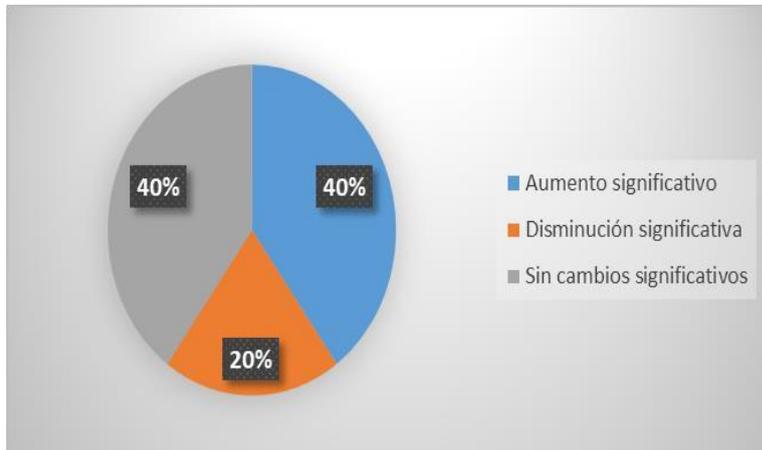
Análisis:

Un 60% de los encuestados afirma que han invertido en programas de capacitación y desarrollo para mejorar la eficiencia en la cadena de comercialización de la pitahaya, mientras que un 40% no lo ha hecho.

3. ¿Ha experimentado cambios notables en el volumen de exportación de pitahaya entre los años 2021 y 2022?

Figura 25.

Cambios notables en el volumen de exportación



Fuente: Elaboración propia (2023)

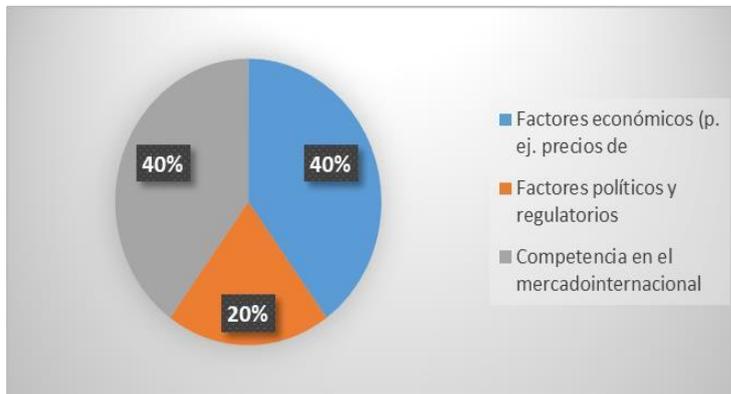
Análisis:

Un 40% de los encuestados han experimentado un “Aumento significativo” en el volumen de exportación de pitahaya entre los años 2021 y 2022, mientras que un 20% tuvieron una “Disminución significativa”. Por otro lado un 40% estuvo “Sin cambios significativos”.

4. ¿Cuáles considera que son los factores más influyentes en la comercialización y exportación de la pitahaya?

Figura 26.

Factores más influyentes en la comercialización



Fuente: Elaboración propia (2023).

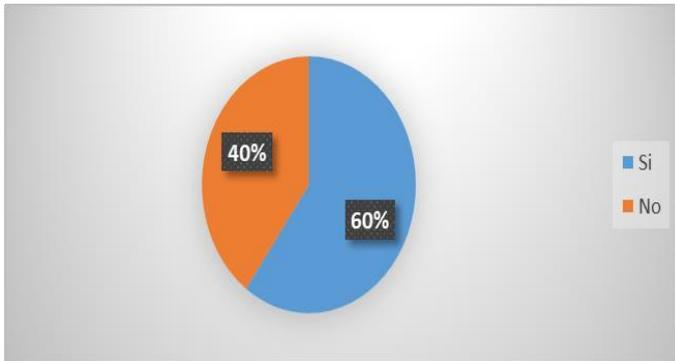
Análisis:

Un 40% de los encuestados opinan que los factores más influyentes en la comercialización y exportación de la pitahaya son los “Factores económicos” mientras que un 20% opina que son los “Factores políticos y regulatorios” existiendo otro 40% que opina que es la “Competencia en el mercado internacional”.

5. ¿Ha invertido su empresa en programas de capacitación y desarrollo para mejorar la eficiencia en la cadena de comercialización de la pitahaya?

Figura 27

Programas de capacitación y desarrollo.



Fuente: Elaboración propia (2023).

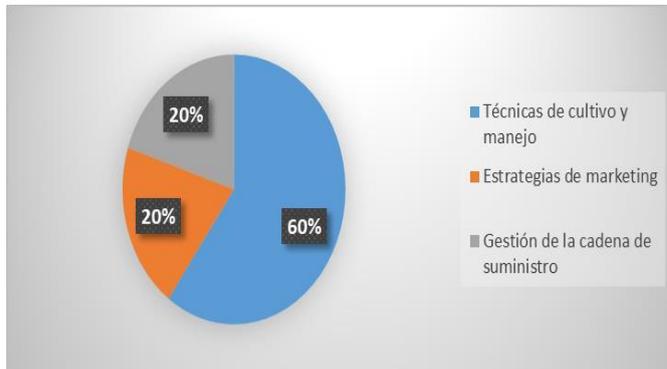
Análisis:

60% de los encuestados han invertido en programas de capacitación y desarrollo para poder mejorar la eficiencia en la cadena de comercialización de la pitahaya mientras que un 40% no ha invertido.

6. ¿Qué áreas de capacitación considera más relevantes para mejorar la comercialización y exportación de la pitahaya?

Figura 28

Áreas de capacitación



Fuente: Elaboración propia (2023).

Análisis:

Un 60% de los encuestados considera que el mejor método para mejorar la comercialización y exportación de la pitahaya es a través de “Técnicas de cultivo y manejo” mientras que un 20% asegura que es con “Estrategias de marketing”. Por otro lado un último 20% afirma que serviría con una “Gestión de la cadena de suministro”

3.2. Análisis de la entrevista

Pregunta 1:

La información recopilada en la Pregunta 1 revela un aspecto sorprendente de los encuestados: todos reportaron tener una amplia experiencia en *marketing* y exportación. Esta experiencia es un indicador importante de su profundo conocimiento y habilidades en las exportaciones agrícolas.

Los encuestados con este nivel de experiencia indicaron que están bien equipados para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades en los mercados de exportación de frutas encuestados por esta herramienta. Su recorrido puede cubrir áreas, como la identificación del mercado objetivo, la gestión de la cadena de suministro, la estrategia de *marketing* y las regulaciones internacionales.

Además de una amplia experiencia en el uso de la herramienta en la comercialización y exportación de las frutas específicas objeto de estudio, se observó que el 20 % de los encuestados también se dedican a la exportación de otro tipo de frutas. Este descubrimiento marca la diversificación de las actividades comerciales de la empresa y la expansión de la influencia en el mercado mundial de productos agrícolas.

Al dedicarse a la exportación de diversas frutas, estos encuestados pueden beneficiarse al ofrecer una mayor variedad de productos a los compradores internacionales y adaptarse a las fluctuaciones en la demanda, así como a los ciclos de producción de diversas frutas. Además, su experiencia en la exportación de una amplia gama de productos agrícolas les da una perspectiva de mercado más amplia y les permite explotar sinergias de productos en términos de logística, distribución y vínculos comerciales.

En conclusión, los resultados obtenidos en la Pregunta 1 muestran que todos los encuestados cuentan con una amplia experiencia en comercialización y exportación, lo cual es fundamental para la exportación de los frutos estudiados en esta herramienta. Su práctica les otorga las habilidades y el conocimiento para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades en el mercado internacional.

Además, el 20 % de los encuestados también se dedican a la exportación de otras frutas, lo que indica que están diversificando su actividad económica y pueden ampliar su alcance y beneficiarse de la sinergia de diferentes productos agrícolas. Estos hallazgos resaltan la importancia del conocimiento de *marketing* y exportación, así como de la capacidad para adaptarse y diversificarse en un mercado global competitivo.

Pregunta 2:

El análisis de los resultados reveló una clara tendencia entre los encuestados hacia el principal mercado de exportación de pitahaya: Estados Unidos. Todos los encuestados mencionaron a los EE. UU. como su mercado más importante, lo que respalda lo establecido en el Capítulo 1 del documento. Este descubrimiento demuestra que Estados Unidos es hoy día el cliente más importante de la pitahaya ecuatoriana.

En ese sentido, la preferencia por el mercado estadounidense se puede atribuir a varios factores, tales como la demanda continua, la proximidad geográfica y las relaciones comerciales establecidas. Además, se observó que el 50 % de los encuestados también estaban involucrados en otros mercados, lo que indica la diversificación de las exportaciones de pitahaya. Estos mercados incluyen Europa, China y Hong Kong.

Por lo tanto, esta diversificación de mercado refleja una estrategia de expansión y búsqueda de oportunidades en distintas geografías. La presencia en mercados fuera de los EE. UU. muestra que los productores y exportadores de pitahaya están explorando nuevas oportunidades comerciales y expandiendo su alcance geográfico.

En definitiva, estos hallazgos enfatizan la importancia del diverso mercado de exportación en Pitahaya. Aunque Estados Unidos es el mercado más importante, a través de Europa, China y Hong Kong se pueden proporcionar nuevas oportunidades de crecimiento, con el objetivo de reducir la dependencia de un mercado. La diversificación del mercado puede ayudar a reducir el riesgo y aumentar la resiliencia de la industria de exportación de pitahaya del Ecuador.

Pregunta 3:

El principal objetivo de esta interrogante consistió en indagar si proceso fue acorde al tema investigado. Bajo ese orden de ideas, los entrevistados otorgaron mucha importancia a la calidad del producto a exportar, resaltando que el proceso debería estar supervisado desde la producción del empaque hasta la logística de exportación.

Profundizando en el análisis de las respuestas proporcionadas por las entrevistas, se puede concluir, desde la perspectiva de las empresas encuestadas, que existe una variedad de enfoques en los pasos involucrados en la comercialización y exportación de la pitahaya. Esto se debe, a que algunas empresas se dedican a la producción, empaque y exportación, estableciendo relaciones comerciales duraderas con clientes en el extranjero. No obstante, otras enfatizaron en la importancia de una fruta de excelente calidad ligada a una estrategia de venta sólida.

Asimismo, se mencionaron pasos clave, como la venta, calificación de fincas, compra, empaque y logística de exportación. Además, se destacó la consideración del precio ofrecido por kilogramo y la necesidad de que la fruta cumpla con altos estándares de calidad para proceder al empaque y exportación. En general, estos hallazgos subrayan la importancia de la calidad del producto, las relaciones comerciales, la estrategia de venta, los procesos de empaque, y la logística en la comercialización y exportación exitosa de la pitahaya.

Pregunta 4:

El análisis de los resultados reveló diferentes enfoques y estrategias en los canales de distribución utilizados para exportar pitahaya. Por un lado, se destacó la importancia del precio, los compradores y el consumidor final como principales factores en los canales de distribución. Además, se mencionaron los canales directos e indirectos para llegar a los consumidores finales y distribuidores. Esto sugiere que la pitahaya se distribuye de varias formas, que pueden incluir ventas directas o trabajar con intermediarios y distribuidores.

Por otro lado, se enfatizó la importancia del centro de empaque como punto clave en la cadena de distribución. Estas fábricas permiten la exportación de pitahaya a mercados y cadenas de tiendas en los Estados Unidos, marcando una colaboración estratégica con socios comerciales en el país. Asimismo, se mencionaron los canales de transporte utilizados, tales como las rutas marítimas y el flete aéreo/marítimo, destacando la importancia de brindar medios de transporte adecuados para asegurar una distribución eficiente y oportuna de la pitahaya al mercado internacional.

En general, los resultados mostraron una combinación estratégica de canales de distribución de pitahaya, que incluyen consideraciones de precio, comprador usuario final, así como cooperación con intermediarios y distribuidores, uso de empacadoras y selección de métodos de envío apropiados. Estos hallazgos resaltan los métodos utilizados en la propagación de la fruta del dragón que podrían servir como base para desarrollar estrategias más efectivas en esta área.

Pregunta 5:

a partir de las respuestas de los entrevistados se determinaron los principales desafíos al momento de comercializar y exportar pitahaya, los cuales se detallan en la Tabla 8.

Tabla 8

Principales desafíos en la comercialización y exportación de pitahaya

Factores Clave	Impacto
Condiciones climáticas adversas	Reducción de la calidad y rendimiento de la fruta, afectando la oferta.
Sobreproducción	Saturación del mercado y disminución de los precios.
Competencia intensa	Necesidad de estrategias de diferenciación y promoción de la calidad.
Atrasos en la producción	Dificultades en la gestión logística y de abastecimiento.
Concentración del volumen en poco tiempo	Desafíos en la logística y distribución debido a la alta demanda en períodos cortos.
Cambios climáticos	Impacto en la calidad y disponibilidad de la fruta.

Estos factores incluyen condiciones climáticas adversas, sobreproducción, competencia intensa, retrasos en la producción, concentración de volumen en períodos cortos y cambio climático. Cada uno de estos elementos ha tenido un impacto significativo en la calidad, disponibilidad y precio de la fruta, así como en la logística y la gestión del suministro. Dados estos desafíos, es importante formular estrategias adaptativas, con el propósito de mantener estándares de alta calidad, así como buscar un equilibrio entre la oferta y la demanda

Pregunta 6:

Después de analizar las respuestas a la pregunta general, relacionada con los principales problemas que enfrentan las empresas al exportar pitahaya fue posible revelar varios aspectos significativos. Así pues, se destaca que el exceso de oferta de pitahaya en el mercado es un problema persistente que ejerce presión sobre los precios y requiere el uso de las mejores técnicas de venta posibles para preservar la participación de mercado. De igual forma, la intensa competencia en el mercado y la competencia de precios son obstáculos importantes adicionales, que obligan a las empresas a encontrar formas novedosas que les permitan destacarse de la competencia, con el fin de mantener relaciones fructíferas con los clientes.

Por otro lado, dado que la pitahaya necesita ser cosechada en un momento específico para garantizar su calidad, es importante una logística eficiente. Las empresas están abordando este problema coordinando cuidadosamente las cadenas de suministro y administrando la logística de manera efectiva. Además, encontrar la financiación adecuada y administrar bien los fondos existentes son soluciones a los problemas financieros con el capital de trabajo en las primeras etapas de un negocio. En general, para superar estos obstáculos y asegurar el éxito de la fruta del dragón, las empresas deben ser astutas y adaptables.

Pregunta 7:

El análisis de los resultados mostró que hubo una mayor respuesta a la participación en ferias internacionales u otros eventos para promocionar la pitahaya, así como la búsqueda de nuevos mercados. No obstante, la minoría de los encuestados afirmó que no participó en este tipo de eventos. Por otro lado, varios entrevistados dijeron que están buscando nuevos mercados participando en exposiciones y eventos. Estas actividades incluyen: *Fruit Attraction*, *Fruit Logistica* y *Produce Marketing Association (PMA)*.

En definitiva, estas ferias internacionales son reconocidas en la industria frutícola al proporcionar una plataforma para la promoción de productos y creación de redes comerciales. Además, algunos entrevistados mencionaron asistir, específicamente, a exposiciones en Berlín y Orlando. Estos hallazgos indican que algunos actores de la industria de la pitahaya son conscientes de la importancia de participar en eventos internacionales para promocionar productos y aprovechar oportunidades en nuevos mercados. Finalmente, cabe destacar que la participación en exposiciones y eventos puede aumentar la visibilidad de la pitahaya ecuatoriana y facilitar la creación de redes con posibles compradores y distribuidores internacionales.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

La exportación de la pitahaya ecuatoriana ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, convirtiéndose en un producto de gran relevancia para la economía del país. Sin embargo, para mantener y fortalecer su posición en los mercados internacionales, es fundamental implementar estrategias que optimicen la cadena de comercialización y exportación. En este sentido, se propone una serie de acciones que buscan mejorar la eficiencia y competitividad de este proceso.

Objetivos de la propuesta

- **Fortalecimiento de la Eficiencia de la Cadena de Comercialización:** El objetivo principal es optimizar la cadena de comercialización y exportación de la pitahaya ecuatoriana para mejorar su competitividad en los mercados internacionales.
- **Diversificación de Mercados y Segmentos:** Buscar la diversificación de los mercados de exportación y llegar a nuevos segmentos de consumidores, lo que disminuirá la dependencia de un solo mercado y permitirá abordar diferentes demandas y preferencias.
- **Posicionamiento y Promoción del Producto:** Posicionar la pitahaya ecuatoriana como un producto único y deseable en los mercados internacionales a través de estrategias de promoción, marketing y participación en eventos y ferias.
- **Desarrollo de Recursos Humanos:** Invertir en la capacitación y desarrollo de los recursos humanos involucrados en la cadena, lo que mejorará la eficiencia y calidad de la producción y comercialización.

Propuesta de Mejora:

- **Fomento de Alianzas Estratégicas**

Establecer alianzas colaborativas entre los actores de la cadena, incluyendo productores, exportadores, distribuidores y comercializadores. La colaboración permitirá compartir recursos, conocimientos y mejores prácticas, reduciendo costos y optimizando la cadena de suministro.

A través de la identificación de objetivos comunes, la creación de acuerdos formales y la compartición de recursos y conocimientos, se pretende fortalecer la cadena de suministro y optimizar su eficiencia. Además, se promoverá la toma de decisiones conjuntas y la implementación de sistemas de comunicación efectivos para mantener una coordinación continua. Esta iniciativa permitirá enfrentar desafíos de manera conjunta, aprovechar oportunidades y lograr un crecimiento sostenible en los mercados internacionales, mejorando la posición competitiva de la pitahaya ecuatoriana en el escenario global.

- **Diversificación de Mercados**

Explorar nuevos mercados y diversificar las exportaciones hacia regiones con alta demanda de productos exóticos y saludables. Identificar y acceder a mercados emergentes ayudará a reducir la dependencia de un solo mercado y aumentar la resiliencia frente a fluctuaciones económicas.

La estrategia consiste en identificar y acceder a mercados emergentes que presenten oportunidades de crecimiento y consumo de esta fruta. Al diversificar las exportaciones hacia múltiples regiones, se logrará reducir la dependencia de un solo mercado y, por ende, mitigar el impacto de posibles fluctuaciones económicas. Esta diversificación no solo ampliará la base de clientes, sino que también contribuirá a consolidar la presencia de la pitahaya ecuatoriana en diferentes partes del mundo, aumentando su visibilidad y atrayendo a un público más amplio y diverso.

- **Calidad y Certificaciones**

Mejorar la calidad del producto y obtener certificaciones reconocidas internacionalmente. La implementación de buenas prácticas agrícolas, estándares de calidad y certificaciones orgánicas fortalecerá la imagen de la pitahaya ecuatoriana en los mercados internacionales y permitirá acceder a segmentos premium.

La estrategia consiste en identificar y acceder a mercados emergentes que presenten oportunidades de crecimiento y consumo de esta fruta. Al diversificar las exportaciones hacia múltiples regiones, se logrará reducir la dependencia de un solo mercado y, por ende, mitigar el impacto de posibles fluctuaciones económicas. Esta diversificación no solo ampliará la base de clientes, sino que también contribuirá a consolidar la presencia de la pitahaya ecuatoriana en diferentes partes del mundo, aumentando su visibilidad y atrayendo a un público más amplio y diverso.

- **Tecnología e Innovación**

Invertir en tecnologías agrícolas y sistemas de producción innovadores. La adopción de tecnologías como la agricultura inteligente, sistemas de riego eficiente y control de plagas y enfermedades contribuirá a aumentar la productividad y reducir los riesgos de pérdidas.

La adopción de tecnologías avanzadas como la agricultura inteligente, sistemas de riego eficiente y métodos de control de plagas y enfermedades modernos permitirá aumentar significativamente la productividad de los cultivos y, al mismo tiempo, reducir los riesgos asociados a pérdidas de producción. La incorporación de tecnología en todas las etapas de la cadena, desde el cultivo hasta la exportación, contribuirá a optimizar los procesos, mejorar la calidad del producto y fortalecer la competitividad de la pitahaya ecuatoriana en los mercados internacionales.

- **Logística y Transporte Eficiente**

Optimizar la logística y el transporte de la pitahaya desde su lugar de producción hasta los mercados internacionales. Mejorar la infraestructura de transporte, la gestión de la cadena de frío y la coordinación logística asegurará la entrega de un producto fresco y de alta calidad.

Mejorar la infraestructura de transporte, implementar una gestión eficiente de la cadena de frío y fortalecer la coordinación logística son pasos esenciales para asegurar que el producto llegue en óptimas condiciones a los mercados internacionales. La inversión en la modernización de la infraestructura y en tecnologías de transporte y almacenamiento contribuirá a mantener la frescura y calidad de la pitahaya durante todo el proceso, lo que aumentará la satisfacción de los clientes y consolidará la posición de la pitahaya ecuatoriana en los mercados globales.

- **Promoción y Marketing**

Diseñar estrategias de promoción y marketing para posicionar la pitahaya ecuatoriana como un producto único y deseable en los mercados internacionales. La creación de una marca país y la participación en ferias y eventos internacionales aumentará la visibilidad y la demanda del producto.

Esta iniciativa busca destacar las características únicas y la calidad del fruto, impulsando su visibilidad y demanda a nivel global. A través de la creación de una marca país y la participación en ferias y eventos internacionales, se pretende establecer una identidad distintiva que inspire confianza en los consumidores y facilite la interacción con compradores potenciales. Además, se considera la implementación de estrategias de marketing digital y la búsqueda de alianzas estratégicas con establecimientos gastronómicos para expandir el alcance de la pitahaya en los mercados internacionales.

- **Capacitación y Desarrollo**

Invertir en capacitación y desarrollo de recursos humanos en todas las etapas de la cadena. Brindar formación técnica y gerencial a los productores, exportadores y otros actores involucrados mejorará la eficiencia, la calidad y la competitividad en toda la cadena de comercialización.

Acciones e indicadores

Acciones a realizar	Indicadores
Establecimiento de Alianzas Estratégicas:	Aumento en el Volumen de Exportaciones: Medir el crecimiento en el volumen de pitahayas exportadas hacia nuevos mercados y regiones.
Exploración de Nuevos Mercados:	Diversificación de Mercados: Registrar la proporción de las exportaciones destinadas a diferentes mercados y su comparación con años anteriores.
Mejora de la Calidad y Certificaciones:	Certificaciones y Estándares Cumplidos: Seguimiento de la obtención y cumplimiento de certificaciones de calidad y estándares internacionales.
Inversión en Tecnología e Innovación:	Adopción de Tecnologías: Evaluar la implementación exitosa de tecnologías agrícolas y sistemas de producción en las fincas.
Optimización de la Logística y Transporte:	Eficiencia Logística: Medir la reducción de tiempos de transporte, mejoras en la cadena de frío y la eficiencia en la entrega a los mercados.

4. CONCLUSIONES

En conclusión, se logró establecer los aspectos teóricos relacionados con el proceso de exportación de la Pitahaya y su comercialización desde el momento de la cosecha de la pitahaya seleccionando el momento en el que la fruta se encuentre lista para su exportación, se analizó el proceso de la exportación en el sistema Ecuapass y los documentos requeridos, en la logística se observó que este tipo de fruta es transportada en su mayoría vía aérea o marítima para llegar a su consumidor final en el canal de distribución seleccionado.

En segundo lugar, gracias a los datos otorgados por el Banco Central del Ecuador se analizó su evolución en los últimos dos años manteniéndose Estados Unidos como compradores principales entre los datos recopilados se revelaron la evolución y el rendimiento de las exportaciones de la Pitahaya durante ese periodo. Se identificaron tendencias, patrones y fluctuaciones en los volúmenes de exportación, así como en los destinos y mercados más destacados.

Por último, se identificaron factores que afectan la exportación y comercialización de la pitahaya ecuatoriana. A través del análisis de datos y la consulta con expertos en el campo, se identificaron factores que afectan el proceso de exportación, como la demanda del mercado, los precios, las regulaciones comerciales, las condiciones climáticas, la competencia, etc.

De estos resultados se puede concluir que la exportación y comercialización de la pitahaya ecuatoriana es un proceso complejo y dinámico, influenciado por diversos factores y variables. Es crucial considerar estos aspectos al desarrollar estrategias para promover y potenciar la exportación de esta fruta exótica. Se recomiendan medidas para diversificar el mercado, mejorar la calidad y promover efectivamente la pitahaya ecuatoriana en el mercado internacional. Además, se debe estar al tanto de los cambios en los factores que afectan las exportaciones para adaptarse y aprovechar las posibles oportunidades futuras

5. RECOMENDACIONES

A partir del estudio realizado, se destacó que es importante incluir a los mercados locales en la participación de ferias internacionales, con el objetivo de fortalecer la promoción y comercialización de la pitahaya ecuatoriana. De igual manera, con el propósito de generar mayor visibilidad y establecer contactos comerciales que permitan diversificar los mercados de exportaciones necesaria la toma de acciones que contribuyan en la reducción de la dependencia de un solo mercado, para así abrir nuevas oportunidades de crecimiento.

Paralelamente, es recomendable recordarle a los productores, exportadores, autoridades y organismos de control que es importante fomentar la contribución y el intercambio de conocimientos entre los actores involucrados en la cadena de comercialización y exportación de la pitahaya. Esto permitirá mejorar el cumplimiento de los estándares de calidad, permitiendo alcanzar mejores prácticas en todas las etapas del proceso.

Finalmente, es de vital importancia el monitoreo constante de las evaluaciones realizadas de acuerdo con evaluando los cambios establecidos en la demanda, las regulaciones comerciales y las condiciones climáticas que puedan afectar la exportación de pitahaya. Debe suponerse, que esta práctica permite la toma de decisiones asertivas, que permitan alinearse con las estrategias comerciales necesarias para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades que se presentan en el mercado internacional.

6. REFERENCIAS

- Aduanet. (2010). *Tratamiento arancelario por subpartida nacional*.
<http://www.aduanet.gob.pe/servlet/AIScrollini?partida=810904000>
- Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario. (2021). *Lista oficial de sitios de producción aprobados de fruta fresca de pitahaya para EE UU*.
<https://acortar.link/GVInxQ>
- Agrocalidad - Gobierno del Ecuador. (2021). *Exportaciones de pitahaya crecieron casi 60% en 2021*.
<https://www.agrocalidad.gob.ec/exportaciones-de-pitahaya-crecieron-casi-60-en-2021/#:~:text=Morona%20Santiago%20cuenta%20con%20el,con%20el%205%2C5%25>.
- Alberto. (s.f.). *Contrato de Transporte Multimodal*. <https://acortar.link/oiOJ8C>
- Álvarez, J. (2014). *¡Etapa Post- embarque de una exportación! procedimiento obligatorio del exportador*. Todo Comercio Exterior:
<https://acortar.link/4ICDgh>
- Andreson, E. (2001). *The Cactus Family*. Timber press.
- Blog City Troops. (s.f.). *Canal Tradicional Vs. Canal Moderno: Diferencias y cómo optimizarlos para una ejecución perfecta*.
<https://acortar.link/kF9clz>
- Bustos, M. (2006). *Manual Técnico Agropecuario: tecnología apropiada de producción*. Graficas Ulloa.
- Cámara de Comercio de Guayaquil [CCG]. (2022). *Principales exportaciones del Ecuador*. <https://www.lacamara.org/website/principales-exportaciones-del-ecuador/>
- Carreira, M. (2022). *Beneficios nutricionales de la pitahaya o fruta del dragón*. Salud - Mapfre:
<https://www.salud.mapfre.es/nutricion/alimentos/beneficios-nutricionales-pitahaya-fruta-dragon/>

- Ceballos, A. (2019). *¿Qué Es Exportar Productos?* Comercio y Aduanas:
<https://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/exportarproductos/que-es-exportar-productos/>
- Coba, G. (2022). *Crece 26% las exportaciones de productos no tradicionales en 2021*. Primicias:
<https://www.primicias.ec/noticias/economia/productos-tradicionales-impulso-exportaciones-ecuador/>
- Coba, G. (2022). *Exportaciones crecen 30% en los ocho primeros meses de 2022*. Primicias:
<https://www.primicias.ec/noticias/economia/exportaciones-ecuatorianas-crecimiento-petroleo-camaron/>
- Conexión Esan. (2016). *Canales de distribución: una vista general*.
<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/canales-distribucion-vista-general>
- Consulado de Ecuador en Valencia. (2021). *Ecuador potencia sus frutas no tradicionales de exportación*.
<https://www.cancilleria.gob.ec/valencia/2021/04/26/ecuador-potencia-sus-frutas-no-tradicionales-de-exportacion/>
- Criterio Digital. (2023). *Principales destinos de exportación de la pitahaya ecuatoriana*. Departamento Económico Y de Comercio Exterior:
<https://criteriosdigital.com/economia/comercio-exterior/deptoeconomicoycomercio/principales-destinos-de-exportacion-de-la-pitahaya-ecuatoriana/>
- Diario El Comercio. (2022). *Exportaciones crecieron 31% hasta noviembre de 2021*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/exportaciones-crecimiento-noviembre-2021.html>
- Diario El Productor. (2021). *Ecuador: La pitahaya roja sigue ganando espacio en el mercado internacional*. <https://elproductor.com/2021/05/ecuador-la-pitahaya-roja-sigue-ganando-espacio-en-el-mercado-internacional/>

- Diario el Universo . (2021). *Ecuador exportó primer contenedor de pitahaya hacia Europa*. <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/ecuador-exporto-primer-contenedor-de-pitahaya-hacia-europa-nota/>
- Diario El Universo. (2022). *Ocho empresas exportadoras ya figuran con casos de éxito en lo que va del 2022*.
[https://www.eluniverso.com/noticias/economia/ocho-empresas-exportadoras-ya-figuran-con-casos-de-exito-en-lo-que-va-del-2022-nota/#:~:text=Econom%C3%ADa,Ocho%20empresas%20exportadoras%20ya%20figuran%20con%20casos%20de%20%C3%A9xito%20en,no%20tradicionales%](https://www.eluniverso.com/noticias/economia/ocho-empresas-exportadoras-ya-figuran-con-casos-de-exito-en-lo-que-va-del-2022-nota/#:~:text=Econom%C3%ADa,Ocho%20empresas%20exportadoras%20ya%20figuran%20con%20casos%20de%20%C3%A9xito%20en,no%20tradicionales%20)
- DSV. (s.f.). *¿Qué es un contenedor High Cube Dry?* <https://acortar.link/C4VndI>
- Endara, P. (2019). *¿Qué es y para qué sirve el ecuapasS?* Todo Comercio Exterior:
<https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/qu-es-y-para-qu-sirve-el-ecuapass>
- Escola, J. (2018). *Certificado Fitosanitario de Exportación*.
<https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/certificado-fitosanitario-de-exportacion>
- Estudiando Agricultura en Taiwán. (2012). *Estudiando Agricultura en Taiwán*.
<https://estudiandoagriculturaentaiwan.blogspot.com/2012/08/pitahaya.html>
- Farrán, A., Zamora, R., & Cervera, P. (2023). *Tablas de composición de alimentos del CESNID*. Mc- Graw-Hill / Interamericana y Edicions Universitat de Barcelona.
- Flowbox. (s.f.). *Contenedores*. <https://flowbox.com.ar/contenedores/dry-van-40-hc/>
- Frederick, D. (2018). *¿Qué es la exportación?* Enciclopedia Económica:
<https://enciclopediaeconomica.com/exportacion/>

- Fresh Plaza. (2017). *China: La pitahaya tailandesa se vende deprisa*.
<https://www.freshplaza.es/article/3106704/china-la-pitahaya-tailandesa-se-vende-deprisa/>
- Global Negotiator. (s.f.a). *Comisionista*.
<https://www.globalnegotiator.com/comercio-internacional/diccionario/comisionista/#:~:text=Intermediario%20que%20concluye%20operaciones%20de,realizan%20ventas%20en%20mercados%20exteriores.>
- Global Negotiator. (s.f.b). *Broker*. <https://www.globalnegotiator.com/comercio-internacional/diccionario/broker/#:~:text=Denominaci%C3%B3n%20que%20se%20da%20en,en%20mercados%20de%20dif%C3%ADcil%20acceso.>
- Gobierno del Ecuador. (s.f.). *Ecuador realiza su primera exportación de pitahaya orgánica a Estados Unidos*. <https://acortar.link/vRzk1w>
- Huerto en Casa. (2023). *Todo sobre la pitahaya: propiedades, historia y cultivo*.
<https://huerto-en-casa.com/pitahaya/>
- Ibercondor. (s.f.). *¿Conoces las ventajas que te aporta el transporte multimodal de IBERCONDOR?* <https://ibercondor.com/blog/ventajas-transporte-multimodal/>
- Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuaria*. (s.f.).
<https://repositorio.iniap.gob.ec/handle/41000/5551>
- Jones, L. (2021). *¿Podría la pitahaya convertirse en una de las superfrutas más demandadas en todo el mundo?* Freshplaza:
<https://www.freshplaza.es/article/9361846/podria-la-pitahaya-convertirse-en-una-de-las-superfrutas-mas-demandadas-en-todo-el-mundo/>
- La Hora. (2022). *Pitahaya ecuatoriana ya se exporta a 56 países*.
<https://www.lahora.com.ec/pais/pitahaya-ecuatoriana-exporta-56-paises/>
- La Voz de Vietnam - VOV Mundo. (2023). *Vietnam factura más de 47 millones de dólares por exportación de pitahaya en 2023*. <https://vovworld.vn/es->

ES/noticias/vietnam-factura-mas-de-47-millones-de-dolares-por-exportacion-de-pitahaya-en-2023-1184968.vov

Lizarzaburu, G. (2020). *El mundo de la pitahaya*. Diario Expreso :
<https://www.expreso.ec/actualidad/economia/mundo-pitahaya-6948.html>

Lucero, K. (2020). *Pitahaya: la fruta exótica más exportada del Ecuador*.
Revista Gestión: <https://revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/pitahaya-la-fruta-exotica-mas-exportada-del-ecuador>

Martinez, C. (2022). *Qué es un Contenedor Open Top | Medidas de Contenedores Abiertos*. Dripcapital: <https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/blog/contenedor-open-top>

Mendoza, K. (2018). *Pitahaya*. Todo Comercio Exterior:
<https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/pitahaya-0810904000>

Ministerio de agricultura y Ganadería. (2018). *Productores de Pitahaya de El Oro son capacitados en manejo del cultivo*.
<https://www.agricultura.gob.ec/productores-de-pitahaya-de-el-oro-son-capacitados-en-manejo-del-cultivo/#:~:text=En%20el%20Ecuador%20cultivan%20850,Santo%20Domingo%20de%20los%20Ts%C3%A1chilas.>

Ministerio de Comercio Exterior. (s.f.). *Protocolo técnico logístico y de seguridad de la pitahaya*. <https://acortar.link/5utDuY>

Mise, J. (2023). *Documento de transporte multimodal*. Acavir:
<https://www.acavir.com/comercio-exterior/documento-de-transporte-multimodal/>

Mundi. (2021). *Tipos de transporte para exportar: La experiencia de viaje es tan importante como el destino*. <https://mundi.io/exportacion/tipos-transporte-exportar/>

Mundi. (2022). *¿Qué es un contenedor flat rack? Estas son sus ventajas en el traslado de mercancías*. <https://mundi.io/exportacion/contenedor-flat-rack/>

- Mundi. (2022). *Aprende qué es un contenedor Dry Van y sus ventajas para el traslado de mercancías*. <https://mundi.io/exportacion/contenedor-dry-van/>
- Mundo Maritimo. (2017). *Tarifas reefer al alza debido a la escasez de contenedores refrigerados*. <https://acortar.link/PiTmay>
- Norma Técnica Colombiana NTC 3554*. (1996). Bogotá: Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC).
- Ocaru Ecuador. (2021). *Estos son los 10 productos que más se han exportado desde Ecuador en lo que va del 2021*. <https://ocaru.org.ec/2021/12/02/estos-son-los-10-productos-que-mas-se-han-exportado-desde-ecuador-en-lo-que-va-del-2021/>
- Ortiz, A. (2022). *Lista de Empaque | Definición, Formato, Elementos e Importancia*. Dripcapital: <https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/blog/lista-de-empaque-packing-list>
- Ortiz, X., Acevedo, X., & Martínez, H. (2022). *Características y estructura de los frutales de exportación en Colombia*. Observatorio Agrocadenas Colombia.
- Paez, G. (2021). *Transporte multimodal*. Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/transporte-multimodal.html>
- Pesantes, K. (2019). *Cinco países, los principales mercados de las frutas exóticas ecuatorianas*. Primicias : <https://www.primicias.ec/noticias/economia/negocios/cinco-paises-los-principales-mercados-de-las-frutas-exoticas-ecuatorianas/>
- Plan Verde. (2022). *Pitahaya: un cultivo "de oro" que impacta en la pérdida de bosques nativos en la Amazonía ecuatoriana*. <https://www.planv.com.ec/historias/plan-verde/pitahaya-un-cultivo-oro-que-impacta-la-perdida-bosques-nativos-la-amazonia#:~:text=En%202002%20se%20cre%C3%B3%20la,de%20exportaciones%20a%2028%20pa%C3%ADses.>

Portal Portuario. (2021). *Ecuador: Primera exportación de Pitahaya en barco a Europa sale desde el Puerto de DP World Posorja.*

<https://acortar.link/Y9aB66>

PROECUADOR. (2019). *China cosecha pitahaya amarilla en la isla de Hainan.*

<https://www.proecuador.gob.ec/china-cosecha-pitahaya-amarilla-en-la-isla-de-hainan/>

RAE. (s.f.). *Exportar.* <https://dej-enclave2.rae.es/lema/exportar>

Redacción RPP. (2019). *Aduanas incauta más de 800 kilos de fruta pitahaya proveniente de Ecuador.* <https://acortar.link/FnhwPY>

Revista Criterios Digital. (2023). *Principales destinos de exportación de la pitahaya ecuatoriana.* <https://criteriosdigital.com/economia/comercio-exterior/deptoeconomicoycomercio/principales-destinos-de-exportacion-de-la-pitahaya-ecuatoriana/>

Revista Ekos. (2022). *Los principales productos de exportación de Ecuador.*

<https://ekosnegocios.com/articulo/los-principales-productos-de-exportacion-de-ecuador>

Revista Ekos. (2022). *Pitahaya ecuatoriana ya se exporta a 56 países.*

<https://ekosnegocios.com/articulo/pitahaya-ecuatoriana-ya-se-exporta-a-56-paises>

RFL Cargo. (s.f.). *¿Cómo funciona un contenedor reefer?*

<https://rflcargo.com/funcionamiento-contenedor-reefer/>

Salakpetch, S. (2000). *Tropical Fruit Production of Thailand.* M. A. Nagao.

Sarzosa, S. (2020). *Registro y requisitos de la ventanilla única ecuatoriana.*

<https://acortar.link/XFYR3H>

Security Data Seguridad en Datos y Firma Digital, S.A. (s.f.). *Manual de usuario Instalación de Dispositivos y Registro en Ecuapass.*

<https://acortar.link/xrJGdK>

SENAE. (2022). *Registro de la Declaración Aduanera de Exportación.*

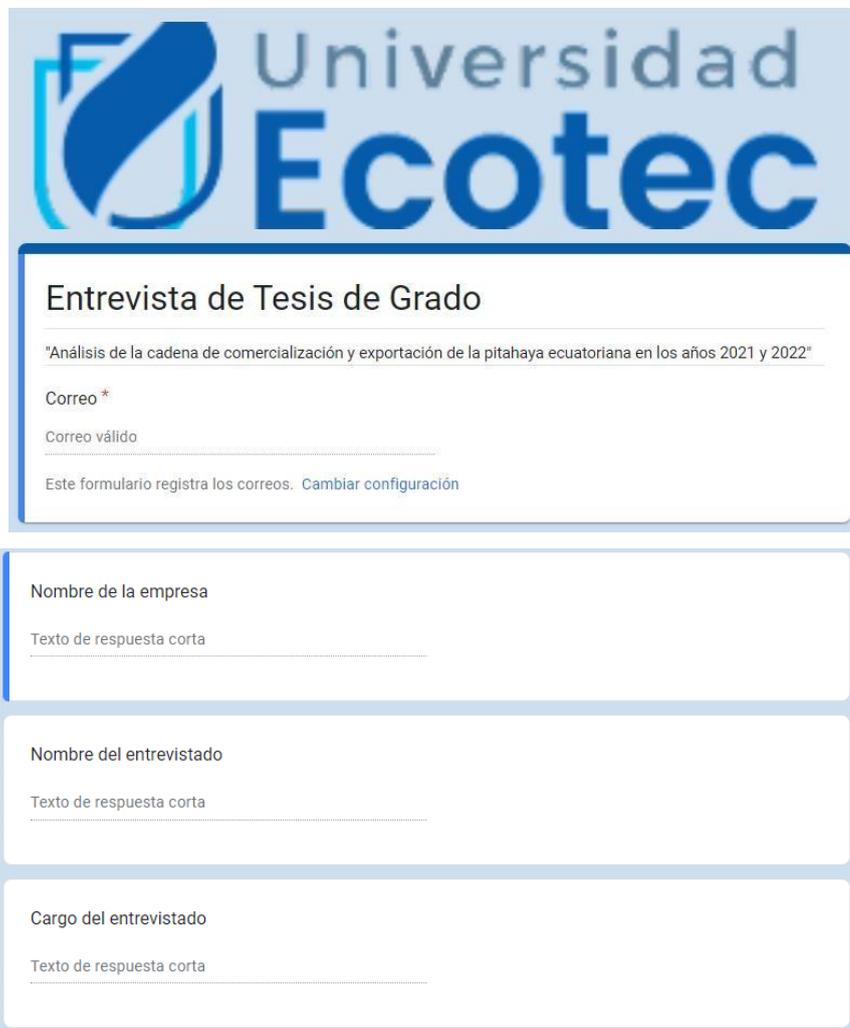
<https://acortar.link/9rALCP>

- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2021). *Para Exportar*.
<https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/#:~:text=%C2%BFQui%C3%A9nes%20pueden%20exportar%3F,Nacional%20de%20Aduana%20del%20Ecuador>.
- Shutterstock. (s.f.). *Imágenes libres de regalías de Open top container*.
<https://www.shutterstock.com/es/search/open-top-container>
- Sierra y Selva Exportadora. (2021). *Tendencias del Mercado de Pitahaya, Retos y Oportunidades*. <https://acortar.link/z7vk8m>
- Swissinfo. (2023). *Superávit de 2.341 millones de dólares en balanza comercial de Ecuador 2022*. https://www.swissinfo.ch/spa/ecuador-comercio_super%C3%A1vit-de-2.341-millones-de-d%C3%B3lares-en-balanza-comercial-de-ecuador-2022/48301060
- The Logistic World. (2023). *Gracias a exportaciones, Ecuador registró superávit de más de 2 mil mdd en 2022*. <https://acortar.link/zYhFBP>
- Todo Comercio Exterior. (2014). *Documentos de exportacion: factura comercial*.
<https://acortar.link/nl42UG>
- Todo Comercio Exterior. (s.f.). *Home*. Todocomercioexterior.com
- Trafimar. (s.f.). *Home*. <https://acortar.link/SJOx11>
- Vargas, Y., Pico, J., Díaz, A., Sotomayor, D., Burbano, A., Caicedo, C., . . . Viera, W. (2020). *Manual del Cultivo de Pitahaya para la Amazonía Ecuatoriana*. Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias.
- Weisson, I. (2016). *Qué es y cómo se obtiene el certificado de origen*. Seguros Confianza : <https://blog.confianza.com.ec/blog/como-obtiene-certificado-origen>

7. ANEXOS

Anexo 1. Modelo de la entrevista a realizarse

Link: <https://forms.gle/VfP8t59Kdg5QGWjv8>



 Universidad
Ecotec

Entrevista de Tesis de Grado

"Análisis de la cadena de comercialización y exportación de la pitahaya ecuatoriana en los años 2021 y 2022"

Correo *

Correo válido

Este formulario registra los correos. [Cambiar configuración](#)

Nombre de la empresa

Texto de respuesta corta

Nombre del entrevistado

Texto de respuesta corta

Cargo del entrevistado

Texto de respuesta corta

¿Cuáles son los pasos involucrados en la comercialización y exportación de la pitahaya desde su empresa?

Texto de respuesta larga

¿Cuáles son los principales canales de distribución utilizados para exportar la pitahaya?

Texto de respuesta larga

¿Podría proporcionar una breve descripción de su empresa y su experiencia en la exportación de pitahaya?

Texto de respuesta larga

¿Cuáles son los principales mercados de exportación a los que su empresa ha dirigido la pitahaya durante los años 2021 y 2022?

Texto de respuesta larga

⋮

¿Cuáles son los factores clave que han afectado la exportación de pitahaya en los años 2021 y 2022? (por ejemplo, cambios en la demanda, fluctuaciones de precios, regulaciones comerciales, condiciones climáticas, competencia, entre otros)

Texto de respuesta larga

¿Cuáles son los desafíos más importantes que su empresa ha enfrentado al exportar pitahaya y cómo los ha abordado?

Texto de respuesta larga

⋮

¿Ha participado en ferias internacionales u otros eventos para promover la pitahaya y buscar nuevos mercados?

Texto de respuesta larga

Anexo 2.

Entrevista 1

- ✓ **Empresa: JW Fresh**
- ✓ **Nombre: Tony Saman**
- ✓ **Cargo: Gerente General**
- **¿Podría proporcionar una breve descripción de su empresa y su experiencia en la exportación de pitahaya?**

Somos productores y exportadores de mango y pitahaya desde el 2013. De los primeros exportadores de pitahaya del Ecuador por lo que conocemos el mercado y su amplia experiencia.

- **¿Cuáles son los principales mercados de exportación a los que su empresa ha dirigido la pitahaya durante los años 2021 y 2022?**

Nuestro principal cliente es Estados Unidos.

- **¿Cuáles son los pasos involucrados en la comercialización y exportación de la pitahaya desde su empresa?**

Somos productores, empaques y exportadores. Tenemos clientes con algunos años de relaciones comerciales los cuales se tiene la confianza para la negociación en el exterior.

- **¿Cuáles son los principales canales de distribución utilizados para exportar la pitahaya?**

Se exporta mediante las plantas empaques hacia los mercados y cadenas de tiendas en EE. UU.

- **¿Cuáles son los factores clave que han afectado la exportación de pitahaya en los años 2021 y 2022? (por ejemplo, cambios en la demanda, fluctuaciones de precios, regulaciones comerciales, condiciones climáticas, competencia, entre otros).**

Atrasos en producción, sobre oferta que creo una caída en los precios, concentración del volumen en poco tiempo, clima atípico en la costa ecuatoriana.

- **¿Cuáles son los desafíos más importantes que su empresa ha enfrentado al exportar pitahaya y cómo los ha abordado?**

Fluidez en la logística. La pitahaya es un producto que debe ser cosechado en un tiempo específico, sino tenemos problemas de calidad.

- **¿Ha participado en ferias internacionales u otros eventos para promover la pitahaya y buscar nuevos mercados?**

Sí. *Fruit attraction*, *Fruit* logística y PMA.



Fuente: Elaboración propia (2023).

Anexo 3.

Entrevista 2

- ✓ **Empresa: OKASO S.A.**
- ✓ **Nombre: Alexis Baidal**
- ✓ **Cargo: Contador**
- **¿Podría proporcionar una breve descripción de su empresa y su experiencia en la exportación de pitahaya?**

Tenemos una muy alta experiencia en el mercado y nos destacamos por nuestra producción de buena calidad de pitahaya.

- **¿Cuáles son los principales mercados de exportación a los que su empresa ha dirigido la pitahaya durante los años 2021 y 2022?**

Estamos enfocados en la principal exportación de Pitahaya a Estados Unidos.

- **¿Cuáles son los pasos involucrados en la comercialización y exportación de la pitahaya desde su empresa?**

Preparar buena fruta, es una excelente estrategia de venta.

- **¿Cuáles son los principales canales de distribución utilizados para exportar la pitahaya?**

Canales directos e indirectos para la distribución de la pitahaya al consumidor final y a distribuidores.

- **¿Cuáles son los factores clave que han afectado la exportación de pitahaya en los años 2021 y 2022? (por ejemplo, cambios en la demanda, fluctuaciones de precios, regulaciones comerciales, condiciones climáticas, competencia, entre otros).**

Las altas fluctuaciones de precios y el crecimiento de la competencia.

- **¿Cuáles son los desafíos más importantes que su empresa ha enfrentado al exportar pitahaya y cómo los ha abordado?**

Competencia de precios, se lo ha abordado de la manera óptima no dejar de vender.

- **¿Ha participado en ferias internacionales u otros eventos para promover la pitahaya y buscar nuevos mercados?**

Sí, dado que siempre nos encontramos en la búsqueda de nuevos mercados.



Fuente: Elaboración propia (2023).

Anexo 4.

Entrevista 3

- ✓ **Empresa: PASCHA ROOTS**
- ✓ **Nombre: Pablo Pita**
- ✓ **Cargo: Presidente**
- **¿Podría proporcionar una breve descripción de su empresa y su experiencia en la exportación de pitahaya?**

Tenemos en la actualidad cuatro años de experiencia exportando pitahaya a Estados Unidos / Hong Kong.

- **¿Cuáles son los principales mercados de exportación a los que su empresa ha dirigido la pitahaya durante los años 2021 y 2022?**

Estados Unidos y Hong Kong, abriendo paso a mercados internacionales.

- **¿Cuáles son los pasos involucrados en la comercialización y exportación de la pitahaya desde su empresa?**

Venta, calificación de fincas, compra, empaque, logística de exportación.

- **¿Cuáles son los principales canales de distribución utilizados para exportar la pitahaya?**

Nos manejamos mucho por los canales aéreos y marítimos, dado que al exportar fruta necesitamos que llegue en buenas condiciones a su destino.

- **¿Cuáles son los factores clave que han afectado la exportación de pitahaya en los años 2021 y 2022? (por ejemplo, cambios en la demanda, fluctuaciones de precios, regulaciones comerciales, condiciones climáticas, competencia, entre otros).**

Coherencia entre producción y demanda, la pitahaya suele tener una demanda volátil y en constante cambio agreguemos a eso las condiciones climáticas.

- **¿Cuáles son los desafíos más importantes que su empresa ha enfrentado al exportar pitahaya y cómo los ha abordado?**

Conseguir el capital de trabajo en la etapa inicial del negocio fue lo más complicado el resto es solo de seguir.

- **¿Ha participado en ferias internacionales u otros eventos para promover la pitahaya y buscar nuevos mercados?**

Sí, ferias en Berlín / Orlando.



Fuente: Elaboración propia (2023).

Anexo 5.

Entrevista 4

- ✓ **Empresa: PRODUAMBIEN S.A.**
- ✓ **Nombre: Carlos Urquiza Barzola**
- ✓ **Cargo: Administrador**
- **¿Podría proporcionar una breve descripción de su empresa y su experiencia en la exportación de pitahaya?**

Somos productores y exportadores de pitahaya roja.

- **¿Cuáles son los principales mercados de exportación a los que su empresa ha dirigido la pitahaya durante los años 2021 y 2022?**

Nuestra pitahaya ha llegado a Estados Unidos, Japón, China, Europa.

- **¿Cuáles son los pasos involucrados en la comercialización y exportación de la pitahaya desde su empresa?**

Lo más importante siempre, en primer lugar, es tener el producto en este caso la fruta de pitahaya hay ver el precio y a cuál de las empresa se la quiera vende según el precio que paguen el kilo.

- **¿Cuáles son los principales canales de distribución utilizados para exportar la pitahaya?**

Nuestra meta es llegar al consumidor final, pero podríamos decir que es el canal marítimo.

- **¿Cuáles son los factores clave que han afectado la exportación de pitahaya en los años 2021 y 2022? (por ejemplo, cambios en la demanda, fluctuaciones de precios, regulaciones comerciales, condiciones climáticas, competencia, entre otros)**

El clima, principal factor, mucho frio o época lluviosa fuerte y la sobre producción que afecta la comercialización los precios se van por los suelos, y exigencia de calidad.

- **¿Cuáles son los desafíos más importantes que su empresa ha enfrentado al exportar pitahaya y cómo los ha abordado?**

Sobreoferta de pitahaya del 2023.

- **¿Ha participado en ferias internacionales u otros eventos para promover la pitahaya y buscar nuevos mercados?**

No hemos estado en ferias internacionales.



Fuente: Elaboración propia (2023).

Anexo 6. Entrevista 5

- ✓ **Empresa: JUANPA S.A.**
- ✓ **Nombre: Juan Pablo García**
- ✓ **Cargo: Gerente**
- **¿Podría proporcionar una breve descripción de su empresa y su experiencia en la exportación de pitahaya?**

Nos dedicamos a la producción y exportación de la pitahaya y frutas exóticas variadas.

- **¿Cuáles son los principales mercados de exportación a los que su empresa ha dirigido la pitahaya durante los años 2021 y 2022?**

Estados Unidos y el mercado europeo.

- **¿Cuáles son los pasos involucrados en la comercialización y exportación de la pitahaya desde su empresa?**

La producción la cual debe ser de excelente calidad para proceder al empaque y exportación.

- **¿Cuáles son los principales canales de distribución utilizados para exportar la pitahaya?**

Vía Marítima.

- **¿Cuáles son los factores clave que han afectado la exportación de pitahaya en los años 2021 y 2022? (por ejemplo, cambios en la demanda, fluctuaciones de precios, regulaciones comerciales, condiciones climáticas, competencia, entre otros).**

Factor clima, dado los últimos cambios climáticos y fuertes lluvias.

- **¿Cuáles son los desafíos más importantes que su empresa ha enfrentado al exportar pitahaya y cómo los ha abordado?**

Alta competencia, dado el crecimiento del mercado.

- **¿Ha participado en ferias internacionales u otros eventos para promover la pitahaya y buscar nuevos mercados?**

Sí, hemos sido participes.



Fuente: Elaboración propia (2023).