



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE GUAYAQUIL
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**ANÁLISIS DE LA DEMANDA INTERNACIONAL DE PITAHAYA
ECUATORIANA AÑO 2023.**

Trabajo de titulación previo a la obtención del
Título de Licenciada en Administración de
Empresas

AUTOR: MILENA NICOLE LOAIZA RAMÍREZ

TUTOR: Econ. GABRIELA STEPHANIE DAU JARAMA Msc.

Guayaquil - Ecuador

2024

**CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**

Yo, Milena Nicole Loaiza Ramírez con documento de identificación N° 0956774814;
manifiesto que:

Soy la autora y responsable del presente trabajo; autorizo a que sin fines de lucro la
Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de
manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Guayaquil 17 de septiembre del año 2024

Atentamente,



Milena Loaiza

Milena Nicole Loaiza Ramírez

0956774814

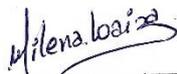
**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO
DE TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, Milena Nicole Loaiza Ramírez con documento de identificación No. 0956774814 ,expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autora del Artículo Académico: Análisis de la demanda internacional de pitahaya ecuatoriana año 2023, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciada en Administración de Empresas en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 17 de septiembre del 2024

Atentamente,



Milena Nicole Loaiza Ramírez
0956774814

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Gabriela Stephanie Dau Jarama con documento de identificación N°0925868549, docente de la Universidad Politécnica Salesiana declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación, Análisis de la demanda internacional de pitahaya ecuatoriana año 2023, realizado por Milena Nicole Loaiza Ramírez con documento de identificación N° 0956774814, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Artículo Académico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 18 de septiembre del año 2024

Atentamente,



Gabriela Stephanie Dau Jarama
Ci: 0925868549

Análisis de la demanda internacional de pitahaya ecuatoriana año 2023

Analysis of the international demand for Ecuadorian pitahaya year 2023

Milena Nicole Loaiza Ramírez. Estudiante de la Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador) mloaizar1@est.ups.edu.ec

Econ. Gabriela Estephanie Dau Jarama. Docente de la Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador) gdau@ups.edu.ec

Resumen

La pitahaya ha ganado popularidad entre los consumidores globales, impulsando el crecimiento de sus exportaciones en los últimos años. Este estudio se centra en analizar la demanda internacional de la pitahaya ecuatoriana en 2023, identificando la demanda internacional de pitahaya ecuatoriana, examinando la competitividad de la fruta en el mercado internacional y proponiendo estrategias para aumentar las exportaciones a nivel global. Se realizó una investigación de campo y documental, con enfoque cualitativo ya que se utilizó como instrumento las entrevistas realizadas a tres expertos; uno en el área de exportación de frutas no tradicionales y dos expertos de empresa productoras y exportadoras de pitahaya. Los resultados obtenidos destacan que Ecuador exporta pitahaya a Estados Unidos, países de Europa, América y Asia. Los productores y exportadores necesitan mayor apoyo del gobierno para mejorar la competitividad, pues los costos de producción son altos y la economía dolarizada poco beneficia, existe escasa promoción del producto e innovación de procesos. En conclusión, para el año 2023 la pitahaya ecuatoriana mostró un panorama prometedor pero desafiante en el mercado internacional. Aunque la calidad de la fruta es reconocida, Ecuador enfrenta altos costos de producción comparados con Vietnam y otros países. Para aumentar la competitividad, se recomienda centrarse en la diferenciación del producto, diversificar mercados, obtener certificaciones internacionales y desarrollar productos derivados. Esto permitiría fortalecer la presencia de la pitahaya en mercados globales y expandir sus exportaciones.

Palabras clave

Demanda, Pitahaya, exportación, producción, costos, estrategias, competitividad, mercado.

Abstract

Pitahaya has gained popularity among global consumers, driving export growth in recent years. This study focuses on analyzing the international demand for Ecuadorian pitahaya in 2023, identifying the international demand for Ecuadorian pitahaya, examining the competitiveness of the fruit in the international market and proposing strategies to increase exports globally. Field and documentary research was conducted with a qualitative approach, using interviews with three experts; one in the area of non-traditional fruit exports and two experts from pitahaya producing and exporting companies. The results obtained show that Ecuador exports pitahaya to the United States, European countries, and Asia. Producers and exporters need greater government support to improve competitiveness because production costs are high and the dollarized economy does little to benefit them, and there is little product promotion and process innovation. In conclusion, in recent years Ecuador has increased the export of dragon fruit due to the global trend of health food consumption, despite its differentiated characteristics, Ecuadorian pitahaya is not competitive, so it is necessary to maintain and improve the quality of the fruit, promote it at international fairs, diversify the product and open new markets. In this way it can strengthen its position in the market.

Keywords

Demand, Pitahaya, export, production, costs, strategies, competitiveness, market

1. Introducción

Ecuador, un país favorecido con un clima tropical ideal, se ha destacado como un productor de pitahaya de calidad en dos variedades, la roja pulpa blanca y la amarilla pulpa blanca; tanto en la región costa como en la región oriental o amazónica. Esta fruta exótica, conocida por sus propiedades nutricionales y su agradable sabor, está ganando popularidad a nivel mundial, lo que ha impulsado a pequeños y grandes productores ecuatorianos a apostar por su cultivo y exportación, convirtiéndola en un motor económico clave para el país. En este contexto, es menester analizar la demanda internacional de pitahaya ecuatoriana durante el año 2023, identificando los principales mercados, las tendencias de consumo y los factores que han influido en su demanda.

La historia reciente de la pitahaya ecuatoriana está marcada por hitos importantes. En el año 2002 nace la Asociación Ecuatoriana de Productores de Pitahaya, un organismo que ha jugado un rol crucial en la organización y representación del sector. A penas tres años después, en 2005, se realizaron las primeras exportaciones de pitahaya ecuatoriana a Estados Unidos, Canadá, Alemania, Países Bajos y España, marcando el inicio de su incursión en los mercados internacionales (Granja, 2019). Desde entonces, el crecimiento ha sido notable, el rápido crecimiento de las exportaciones de la fruta de dragón ha posicionado al Ecuador como el principal exportador mundial de la pitahaya amarilla, seguido por Colombia, mientras que Vietnam es el líder en la exportación de pitahaya roja (Espol, 2022).

La pitahaya amarilla es conocida a nivel mundial como “Pitahaya Amazónica de Palora”, fue denominada en el año 2018 con este nombre por el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI), debido al lugar de origen de esta fruta (MPCEIP, 2023). Las propiedades de la pitahaya la han convertido en una fruta cada vez más demandada.

En los últimos años el consumo de pitahaya ecuatoriana ha ido en aumento, y se estima que la demanda continúe en crecimiento. La ubicación del Ecuador permite que la fruta obtenga propiedades distintivas, gracias a las condiciones climáticas adecuadas, teniendo como resultado, un producto de mayor tamaño a diferencia de los otros países. La tendencia global hacia la alimentación saludable, le ha permitido al Ecuador dar a conocer su fruta exótica, generando así oportunidades de exportación. La ejecución de estándares de calidad, producción responsable, y prácticas agrícolas sostenibles han permitido el reconocimiento del Ecuador como proveedor eficiente. Con ello, se espera el fortalecimiento y crecimiento de las exportaciones de pitahaya amarilla hacia los diferentes mercados internacionales. La demanda internacional de la fruta del dragón depende de su calidad, así lo perciben los países compradores. (Menéndez & Cobeña, 2022).

Dado el crecimiento de las exportaciones de pitahaya ecuatoriana, es esencial analizar la demanda internacional de esta fruta en el año 2023. Este análisis busca responder a tres objetivos específicos. En primer lugar, identificar la demanda internacional de pitahaya ecuatoriana. En segundo lugar, examinar la competitividad de la fruta en el mercado internacional; y, en tercer lugar, proponer estrategias para aumentar las exportaciones de pitahaya ecuatoriana a nivel global, para mejorar la economía nacional y dar a conocer esta fruta exótica alrededor del mundo. Este estudio es de especial relevancia para actores involucrados en la producción y exportación de la pitahaya, quienes podrán utilizar los hallazgos para tomar decisiones que impulsen el crecimiento del sector.

1.1. Demanda Internacional de Pitahaya Ecuatoriana

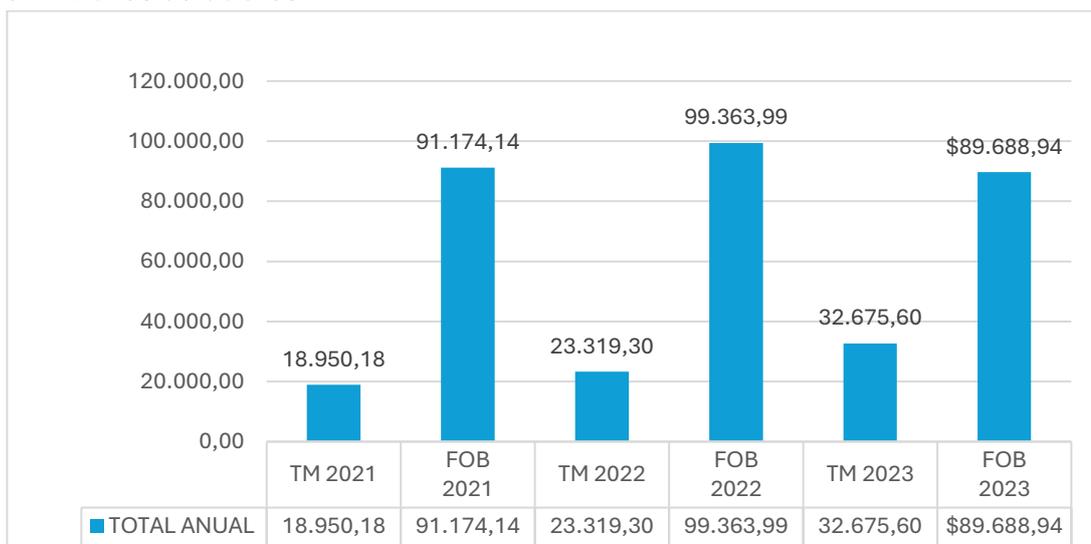
La demanda internacional de pitahaya se refiere a la cantidad de la fruta que es adquirida por los consumidores (personas, empresas o instituciones) de diferentes países a un determinado precio en un tiempo determinado que puede ser medido en unidades de medida (toneladas métricas) o en unidades monetarias (valor Free On Board FOB en dólares). Esta demanda juega un papel crucial en el impulso del crecimiento económico de una nación ya que fomenta la producción, la generación de fuentes de trabajo y el intercambio comercial. En este contexto la demanda internacional de la pitahaya ecuatoriana contribuye en la microeconomía y macroeconomía del país.

Las exportaciones de pitahaya han experimentado un alza notable desde la apertura al mercado de Estados Unidos en 2017, a tal punto que en 2023 el país norteamericano cerró con una importación de 16.699,80 toneladas métricas de la fruta del dragón. El ingreso de la pitahaya al mercado peruano se dio a finales del 2022, con un total de 10.931,60 toneladas métricas exportadas, y un valor de \$3.164,74 (FOB en dólares), cifras considerables que provocaron el incremento en la exportación nacional. El ingreso al mercado chino se dio en abril de 2023 con la firma de un Tratado de Libre Comercio, en su primer año tuvo un total de 22,9 toneladas métricas importadas desde Ecuador. Otros mercados que iniciaron importaciones de la fruta ecuatoriana en 2023 son: Lituania y Turquía (MPCEIP, 2024). Entre otros destinos para la exportación de la pitahaya en menor proporción, están: Holanda, Francia, Malasia, Reino Unido, Emiratos Árabes Unidos, Rusia, Camboya, Italia, Suiza, Alemania, Filipinas, Portugal, Bélgica, Chile, Panamá, Uruguay, Qatar, (Banco Central del Ecuador, 2024)

Para comprender la demanda internacional de esta fruta ecuatoriana, se tomaron los datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023, los cuales se presentan a continuación en la gráfica 1.

Gráfico 1

Exportación de la pitahaya ecuatoriana periodo 2021-2023 en toneladas métricas (TM) y FOB en millones de dólares.



Fuente: Banco Central del Ecuador

En el año 2021, Ecuador exportó un total de 18.950 toneladas métricas de pitahaya entre 24 países, mientras que en el año 2022 se exportó 23.319 toneladas entre 22 países, evidenciando un incremento del 23% en relación con el 2021, mientras que en 2023 la demanda fue 32.676 toneladas, es decir, tuvo un aumento del 40.12%

pese que el número de países que importaron la fruta del dragón en 2023 se mantuvo en 22, el volumen en toneladas creció cada año. La demanda internacional aumento debido a las tendencias de consumo saludable después del COVID-19. En el año 2021 el total del valor FOB (Free On Board) de la pitahaya exportada fue \$91.174,14 mientras que en el año 2022 hubo un aumento del valor en un 8.98%. Para el 2023 se exportó \$89.688,94 lo que representó una disminución de 9.73% debido a la variación en los precios internacionales de la pitahaya. La constante fluctuación entre los precios de pitahaya en el mercado internacional se debe a la sobre producción de la fruta y a la no diversificación de esta. Como lo afirma Ramón Martínez en una entrevista con Portal frutícola (2023). “La industria de la pitahaya tuvo excelentes comienzos, debido a eso los agricultores comenzaron a producir más, ahora existe más fruta que demanda en el mercado internacional. Los precios varían constantemente y no existen una estabilidad permanente”.

A continuación, se muestra en la tabla 1 los países que mayormente demandan la pitahaya ecuatoriana tanto en toneladas métricas como en valor FOB:

Tabla 1

Tabla comparativa de los seis principales países con mayor demanda de pitahaya ecuatoriana

N°	País de destino	Año 2021			Año 2022			Año 2023		
		TM 2021	FOB 2021	% TM	TM 2022	FOB 2022	% TM	TM 2023	FOB 2023	% TM
1	Estados Unidos	14.713,32	\$69.677,36	78%	18.033,10	\$82.754,63	77%	16.699,80	\$70.135,83	51%
2	Colombia	920,84	\$164,02	5%	1.912,30	\$194,43	8%	1.972,40	\$361,71	6%
3	Hong Kong	1.696,18	\$11.211,90	9%	1.012,00	\$5.948,56	4%	1.069,40	\$7.054,39	3%
4	España	334,62	\$1.632,63	2%	590,5	\$2.515,37	3%	581,7	\$2.206,54	2%
5	Canadá	275,32	\$1.295,86	1%	517,9	\$2.703,48	2%	318,1	\$1.574,02	1%
6	Singapur	375,31	\$3.255,21	2%	268,8	\$1.670,77	1%	167,3	\$945,24	1%
	TOTAL	18.315,59	87.236,98	97%	22.334,60	95.787,24	96%	20.808,70	82.277,72	64%

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2023)

Estados Unidos es el principal mercado de destino de la pitahaya ecuatoriana, representando una mayoría significativa en la importación; así, del año 2021 al 2022 se refleja un incremento en 3.319,78 toneladas métricas, aunque en 2023 se registró una disminución en 1.333,3 toneladas métricas, lo que representa una caída del 26% en la participación total. Esta disminución se debe al ingreso de nuevos mercados, como Perú, que ha comenzado a absorber parte de la producción de pitahaya que anteriormente se destinaba a Estados Unidos. En 2023, el país vecino importó 10.931,60 toneladas métricas de pitahaya ecuatoriana, lo que ha contribuido a una redistribución de las exportaciones ecuatorianas hacia otros destinos. Las exportaciones a Colombia muestran un crecimiento en volumen. Del año 2021 al 2022 se refleja un crecimiento en 991,46 toneladas métricas, representando el 8% del total exportado. En 2023 se reportó un incremento en 60,10 toneladas métricas, aunque su porcentaje de la participación total, disminuyó en 2%, debido al ingreso de Ecuador a nuevos mercados como China. Por otro lado, la ubicación geográfica del país con Colombia facilita el transporte y reduce los costos logísticos, permitiendo que la importación sea más atractiva para el mercado colombiano. Hong Kong experimentó una reducción significativa en 684,18 toneladas métricas en el año 2022, y aunque se recuperó ligeramente en 2023 incrementando en 57,4 toneladas métricas, su porcentaje de participación en 3% sigue por debajo de la registrada en 2021, pese a ello se ubica en tercer lugar entre los mayores demandantes de la pitahaya ecuatoriana; esta

disminución se debe a la cercanía de Hong Kong con Vietnam, el mayor productor del mundo, con lo cual se convierte en nuestra competencia. Entre 2021 y 2022, España registró un aumento de 255,88 toneladas métricas en las importaciones de pitahaya. Sin embargo, en 2023 se observó una leve disminución de 8,8 toneladas métricas. A pesar de estos cambios, la participación de España en el total de exportaciones se mantiene baja, fluctuando entre el 2% y 3%. Esto debido a que los principales proveedores de pitahaya para este país son Vietnam y México. Canadá, en 2022 tuvo un incremento en 242,58 toneladas métricas. En 2023 registra una considerable caída en 199,8 toneladas métricas, aunque su participación se mantiene entre 1 y 2%. Finalmente, Singapur refleja una disminución constante en los tres años. En 2022 registra una caída en 106,51 toneladas métricas, y en 2023 tuvo una baja en 101,5 toneladas métricas. Los costos asociados con la exportación de pitahaya desde Ecuador, incluyendo transporte y tarifas aduaneras, pueden hacer que el producto sea menos competitivo en comparación con los de otros países exportadores y por ende su demanda es mínima.

En términos económicos, en 2023 Estados Unidos registró una disminución de \$12.618,8 en valor FOB en comparación con 2022. Esto probablemente sugiere que la reciente participación de países como China y Perú pudo haber influido en la capacidad de Ecuador para satisfacer la demanda en este mercado norteamericano. Aunque el porcentaje de toneladas métricas exportadas a Colombia disminuyó en 2% en 2023, el valor FOB aumentó considerablemente en este último año, incrementando en \$ 167,28, debido a la mayor demanda que tuvo en este año, como también a los precios de pitahaya, favorables para Ecuador. Hong Kong tuvo un ligero incremento de toneladas en 2023, lo que refleja un mínimo crecimiento en \$ 1.105,83 su valor FOB, esto podría indicar una competencia más fuerte o cambios en las preferencias del mercado. Por otro lado, España, aunque registra una mínima disminución en la cantidad de toneladas, logra mantenerse, y cierra el 2023 con \$308,83 su valor FOB. El mercado canadiense registró un crecimiento en 2022, pero en 2023 el valor FOB disminuyó en \$ 1.129,46, lo que podría indicar una demanda fluctuante. Finalmente, Singapur ha reflejado una tendencia decreciente, tanto en volumen como en valor FOB, obteniendo en 2023 una caída en \$725,53 FOB, lo que podría indicar una disminución en la demanda o una mayor competencia. Estas tendencias revelan cómo los mercados cambian en cuanto a precio y demanda, lo que sugiere aplicar nuevas estrategias de exportación.

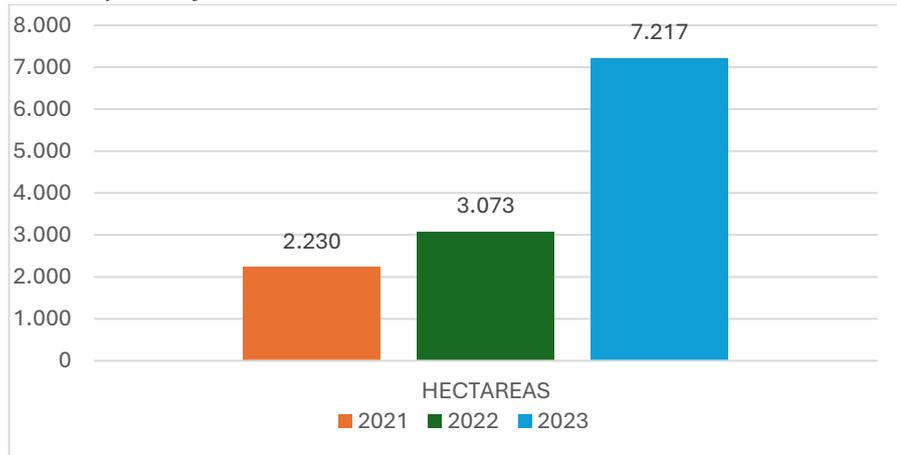
1.1.1. Cultivos de pitahaya ecuatoriana

Ecuador cuenta con 2.051 sitios de producción de pitahaya destinados a la exportación, distribuidos en 21 provincias. Morona Santiago lidera con el 65% de la capacidad productiva, el cantón Palora concentra una gran producción, convirtiéndose en la zona de mayor exportación de pitahaya, seguida por Manabí con un 8% y Pichincha con un 5,5%, en menor escala produce Napo, Orellana, Pastaza, Zamora Chinchipe, Sucumbíos, Imbabura, Cañar, Bolívar, Loja, Santo Domingo de los Tsáchilas, Los Ríos, Santa Elena, Guayas, El Oro y Esmeraldas. Por otro lado, existen 2.260 productores de pitahaya amarilla en el Ecuador, de las cuales 1.891 se encuentran registrados ante la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario (Agrocalidad, 2022). En agosto del 2023 se realizó un censo nacional del cultivo de pitahaya debido al aumento considerable del hectareaje en el país.

A continuación, se presenta en el gráfico 2, los valores que muestran un crecimiento de hectáreas para el cultivo de pitahaya en el Ecuador.

Gráfico 2

Hectáreas de pitahaya sembradas en el Ecuador



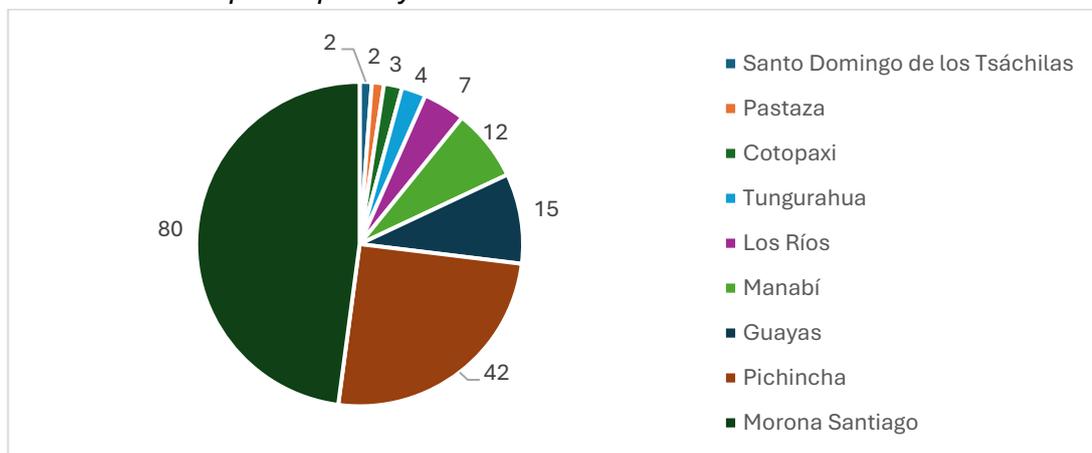
Fuente: (MAG, 2021, 2022), (Agrocalidad, 2023)

Se puede visualizar en la gráfica 2, en el año 2021 se registró 2.230 hectáreas de cultivo de pitahaya mientras que en el año 2022 se cultivó 3.073 hectáreas, finalmente en 2023 se cultivó 7.217 hectáreas de pitahaya al nivel nacional, lo que implica un incremento considerable en la demanda de pitahaya. El crecimiento exponencial de hectáreas se obtuvo debido al aporte de BanEcuador con el crédito especial que fue otorgado a los productores para invertir en sus haciendas y cultivos, la pitahaya no es una fruta tradicional como el arroz, cacao, flores, o la caña de azúcar, pero los técnicos del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) decidieron impulsar a los productores en cultivar la fruta exótica debido a la gran demanda que existe en el mercado internacional (BanEcuador, 2020).

En el Ecuador existen tres asociaciones de exportadores de pitahaya y siete asociaciones productoras de dicha fruta. La asociación del cantón Palora, en Morona Santiago, cuenta con 8 exportadores y 24 productores de la pitahaya, por otro lado, en el país existen 167 centros de acopio, mismos que se presentan en el gráfico 3, que cumplen con las instalaciones adecuadas y se distribuyen en 9 provincias, así lo afirma la Agencia de Regulación y Control Fitosanitario y Zoosanitario (Agrocalidad, 2022).

Gráfico 3

Centros de acopio de pitahaya del Ecuador



Fuente: (Agrocalidad, 2022).

Como se visualiza en la gráfica 3, la mayor cantidad de centros de acopio del país se concentran en las provincias de Morona Santiago, Pichincha y Guayas, ya sea

por su cercanía con las grandes productoras y exportadoras, el puerto marítimo, o clima que les brinda un beneficio a la hora de distribuir la fruta exótica, cuidando así que la cadena de frío se cumpla y que la fruta llegue sin problema de hongos o bacterias.

La Agencia de regulación y control fitosanitario y zoosanitario en el 2022 realizó controles continuos en las 9 provincias productoras y exportadoras de Pitahaya, son 21 inspectores Fitosanitarios los que se encargan de auditar que la fruta cumpla con las características fitosanitarias exigidas por los países que demandan esta fruta, antes de otorgar los Certificados Fitosanitarios de Exportación (Agrocalidad, 2022). Dicha entidad otorga certificados únicamente a productores que controlen las plagas de mosca en la fruta, para posteriormente exportar a los diferentes destinos.

1.1.2. Factores que inciden en la demanda internacional de pitahaya ecuatoriana

La mayor producción de pitahaya se encuentra en la Amazonía, no obstante, el cultivo de esta fruta crece continuamente en varias provincias del país, no solo la variedad roja, sino también la amarilla, que es la más apetecida por el mercado internacional debido a su sabor dulce y textura suave (Ascencio, 2020).

Entre los factores que inciden en la demanda internacional de pitahaya ecuatoriana se encuentra su calidad, la misma que se obtiene gracias a las características edafoclimáticas que posee el Ecuador (Tayán, 2022). Particularmente la región oriental, donde se ubica la provincia de Morona Santiago, con mayor participación en la producción, sus condiciones climáticas y diversos tipos de suelo, son ideales para obtener un producto de calidad, textura y sabor, con mayor tamaño en comparación con la fruta de otros países; las condiciones para vender la fruta son un color intenso, brillante, y debe tener una longitud entre 8 a 12cm de largo y 6 a 10cm de diámetro, con un peso 380 gramos (Ascencio, 2020). Por otro lado, para asegurar la calidad, el Ecuador firmó un Plan de Trabajo Operacional con Estados Unidos en el año 2017, el mismo que describe las medidas fitosanitarias de producción y certificación de exportación y envío, este Plan exige que toda fruta que se exporte a su país, desde Ecuador, debe ser procesada en centros de acopio aprobados y registrados, con lo que se asegura que los productos estén libres de plagas y aptos para el consumo y por ende garantiza la demanda. Hasta el año 2022 existen 167 centros de acopio registrados y aprobados en Agrocalidad, que forman parte de este Plan de Trabajo Operacional (Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario, 2022). El 4 de abril del 2024, Ecuador, a través de la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario (Agrocalidad), firmó un acuerdo de cooperación con el Instituto Iberoamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), cuyo objetivo principal es fortalecer y asegurar la calidad fitosanitaria de la pitahaya ecuatoriana para exportación (IICA, 2024). Estos acuerdos de cooperación benefician en gran manera el acceso a los mercados internacionales de un producto certificado.

Otro factor que incide en la demanda de esta fruta es la creciente tendencia al consumo de alimentos saludables. La pitahaya tiene un alto contenido nutricional y ofrece beneficios para la salud, ya que posee: Vitamina A, B1, B2, B3, C, Fósforo, Calcio, Hierro, antioxidantes que estimulan la producción de colágeno, laxante natural, ayuda al sistema inmunológico, contribuye a la formación de glóbulos rojos, glóbulos blancos, y plaquetas, reduce la presión alta, aporta la formación del sistema óseo (Costales Nigón & Egas Pérez, 2020). La pitahaya contiene betalaínas, las cuales son

pigmentos naturales, que destacan en la fruta. Por estas cualidades altamente nutricionales la pitahaya es una fruta apetecida en el mercado internacional (Verona Ruiz, Paucar Urcia Cerna, & Paucar Menacho , 2020).

Un factor de gran importancia es el acceso a los mercados internacionales a través acuerdos comerciales con otros países, que faciliten la exportación mediante reducciones arancelarias o eliminación de barreras comerciales, en este sentido, en el año 2016, fue firmado un Acuerdo Comercial entre Ecuador y la Unión Europea, que permite la liberación de aranceles en un 99,7% en la exportación de productos agrícolas, este acuerdo sigue vigente. El 10 de mayo en Quito y el 11 de mayo del 2023 en Beijing, fue firmado de manera virtual y simultánea, un Tratados de Libre Comercio con China, para exportaciones no petroleras hacia el país asiático. (Ministerio de Producción, Comercio Exterior Inversiones y Pesca, 2023). Ese mismo año se exportó pitahaya a China. Finalmente, Corea del Sur y Ecuador, firmaron un Acuerdo Estratégico de Cooperación Económica (SECA, por sus siglas en inglés), el 10 de octubre de 2023, la cual permite que nuevos productos como la pitahaya ingresen a este mercado. (Ministerio de Producción, Comercio Exterior Inversiones y Pesca, 2023).

Los factores económicos globales pueden incidir en la demanda de la pitahaya ecuatoriana, si un país se encuentra en recesión económica, los índices de exportación pueden bajar, mientras que, en periodos de crecimiento económico, estos índices de demanda, pueden aumentar. Como referencia, las exportaciones en el año 2020, soportaron los estragos ocasionados por la pandemia del COVID19. Los productores manifestaron que tuvieron dificultades para enviar la fruta, además el producto tuvo una caída de los precios (Granoble Chancay & Acuría Morán, 2022).

Actualmente los productores y exportadores presentan grandes desafíos por la volatilidad en los precios de la fruta (Báez, y Mora, 2023). Analizando los datos de la tabla 1, en 2023 el Ecuador aumentó su exportación en toneladas métricas, aunque en términos monetarios tuvo una disminución debido a la variación de precios. A continuación, el gráfico 4, donde se analiza los precios de producción de pitahaya ecuatoriana en los años 2022 y 2023:

Gráfico 4

Precios implícitos de la pitahaya (USD/tonelada)



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2023)

En Ecuador, en enero de 2022, el precio de exportación por tonelada de pitahaya ecuatoriana se estableció en 2.967, mientras que en enero de 2023 se incrementó en \$3.882, lo que representa un aumento de \$915 en comparación con el año anterior. En los meses siguientes se observó un crecimiento constante: en 2022, entre marzo y septiembre, el precio osciló entre \$4.161 y \$5.425 por tonelada. Sin embargo, en 2023, el precio varió, comenzando en \$2.140 en marzo y alcanzando \$4.234 en septiembre, lo que refleja una fluctuación en los precios debido a la oferta y demanda en el mercado internacional.

Según Rivera (2022) afirma que, el costo de producción de pitahaya por hectárea en Ecuador es \$18.180,05, este valor contiene no sólo los materiales e insumos sino también los equipos y herramientas para desarrollar una hectárea de pitahaya. Mientras que el Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA) en el año (2020) afirma que el costo de producción de pitahaya por hectárea en Perú es de \$6,580,30 a \$7.896,36 dólares. Según Nguyen y Vu (2023) afirman que el costo de producir una hectárea de pitahaya en Vietnam es de \$2.952,41 dólares. Lo que lleva a la conclusión que en Ecuador es demasiado costoso producir una hectárea de pitahaya en relación a los diferentes países productores, minimizando así las posibilidades de competir en costos de producción, sin embargo, la pitahaya tiene muchísima más calidad, lo que la hace altamente atractiva a diferencia de los anteriores países mencionados.

1.2 La competitividad de la pitahaya ecuatoriana en el mercado internacional

Es importante identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (FODA) que tiene la pitahaya ecuatoriana para un mejor posicionamiento en el mercado internacional y se presenta en la tabla 2 a continuación:

Tabla 2

Análisis FODA de la pitahaya ecuatoriana.

<p>Fortalezas Condiciones climáticas favorables Calidad del producto. Variedad del producto Control fitosanitario</p>	<p>Debilidades Altos costos de producción Conocimiento limitado del mercado</p>
<p>Oportunidades Aumento de la demanda internacional Tendencias de consumo saludable Diversificación de productos derivados de pitahaya Acceso a nuevos mercados</p>	<p>Amenazas Plagas de la fruta Competencia Internacional Fluctuaciones de precio Crisis económicas globales</p>

El clima favorable y la variedad de suelos en Ecuador posibilitan el cultivo de pitahaya de excelente calidad, definida por su sabor, dimensiones, colores y valor nutricional, en dos tipos: roja y amarilla; además la firma de acuerdos de cooperación para el control fitosanitario, son características que constituyen importantes fortalezas de este producto. El aumento de la demanda internacional, la tendencia global al consumo de alimentos saludables, la diversificación de productos derivados de pitahaya como: pitahaya deshidratada en rodajas, compotas, té de infusión, mermeladas, helados, vinos y licores, entre otros, que se pueden obtener para su exportación.

También el acceso a nuevos mercados internacionales mediante la firma de Tratados de Libre Comercio, son oportunidades que el gremio exportador debe aprovechar.

Por otra parte, los altos costos de producción de la fruta ecuatoriana y los conocimientos limitados del mercado, son debilidades que se deben considerar para convertirlos en fortalezas. Finalmente, la producción y exportación de la fruta del dragón se encuentra amenazada por las plagas que afectan el cultivo, como “la mosca de la pitahaya”; además, la competencia internacional con países como Vietnam; las fluctuaciones del precio por kilogramo y las posibles crisis económicas globales, pueden afectar la calidad y la disminución en la demanda de este producto exótico, si no se aplican estrategias para evitarlo.

1.2.1 Competidores Internacionales

El comercio de productos no tradicionales, como la pitahaya, ofrece la ventaja de acceder a mercados especializados, lo que incrementa los márgenes de beneficio y permite una mayor diferenciación en el mercado global (Báez & Mora, 2023). La diversificación de los destinos de exportación de pitahaya contribuye a la sostenibilidad en los mercados internacionales, al reducir la dependencia de un solo mercado y dispersar los riesgos asociados (Ortega, 2022). A continuación, se presenta en la tabla 3, los principales países productores y exportadores de pitahaya a nivel internacional.

Tabla 3

Principales países productores y exportadores de pitahaya

	País	Producción (TM)
1	Vietnam	1.074,242
2	China	700.000
3	Indonesia	221.832
4	Taiwán	49.108
5	Tailandia	26.000
6	Colombia	13.250

Fuente: Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego MIDARI – Perú (2021)

La exportación de la pitahaya vietnamita está dirigida a la Unión Europea, Hong Kong, Tailandia y Estados Unidos (MIDARI, 2021). La segunda potencia productora de la fruta del dragón es China, pese a ser el principal demandante de la pitahaya de Vietnam, en los últimos años la calidad de su fruta ha mejorado notablemente, al punto que existe similitud con la importada al principal productor, Vietnam. Además de Ecuador, existen otros productores de pitahaya los cuales son: México, Filipinas, Camboya, India, Estados Unidos, Perú, Australia y Sudáfrica.

La influencia del dólar en la exportación de pitahaya ecuatoriana es significativa, ya que Ecuador es una economía dolarizada desde el año 2000. Este sistema proporciona estabilidad monetaria y elimina el riesgo cambiario que otros países enfrentan al comerciar en dólares. Sin embargo, la dolarización también puede ser una desventaja en términos de competitividad, al no poder devaluar su moneda. Ecuador depende de la productividad, calidad, reducción de costos de producción para mantenerse competitivo en los mercados internacionales.

2. Materiales y Metodología

En cuanto a la metodología, en el presente trabajo se realizó una investigación de carácter bibliográfico documental, de campo, no experimental, descriptivo con enfoque cualitativo ya que se consultó revistas científicas y artículos académicos, se recurrió a los datos numéricos oficiales de los diferentes organismos estatales como el Banco Central del Ecuador, que proporcionó los valores exportados durante los años 2021 al 2023 en toneladas métricas, así como también los valores FOB en miles de dólares. Otras fuentes consultadas fueron Ministerio de Agricultura, Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca, Proecuador, Agrocalidad,

Se aplicó un muestreo no probabilístico, mediante una entrevista, con un cuestionario de ocho preguntas abiertas a tres productores y exportadores de pitahaya. Uno de los entrevistados es especialista en el área de exportación de frutas no tradicionales y los otros dos fueron de empresas productoras y exportadoras de pitahaya, los mismos que proporcionaron información de carácter cualitativo y aportaron en gran medida a responder los objetivos planteados en este artículo.

3. Resultados

Para garantizar el cumplimiento de los objetivos 2 y 3 se realizó una entrevista a 3 productores y exportadores de pitahaya. Durante la entrevista se plantearon 8 preguntas abiertas con el propósito de adquirir información relevante.

Tabla 4

Perfil de Entrevistados

No.	Razón Social	Actividad económica principal	Posición
Experto 1	Empresa 1	Producción y comercialización de pitahaya	Gerente General
Experto 2	Empresa 2	Producción y exportación de frutas no tradicionales.	Gerente General
Experto 3	Empresa 3	Experto en producción, empaquetado, distribución y exportación de frutas no tradicionales	Gerente General

Fuente: (La autora, 2024)

Tabla 5

Resultados de las entrevistas a expertos en exportación de pitahaya ecuatoriana

Preguntas	Respuestas
1. Según su experiencia ¿Podría indicar a qué países se exporta pitahaya y cuáles son las variedades específicas que se comercializan en cada uno de estos mercados?	R1: Se exporta pitahaya roja pulpa blanca, a Holanda, España, Polonia República Checa. En algunos casos los clientes piden pitahaya roja pulpa roja o la pitahaya amarilla, en esas situaciones se buscan productores de dicha fruta y se exporta para cumplir las necesidades del mercado europeo. R2: Se exporta hacia Estados Unidos, la pitahaya roja pulpa blanca y la pitahaya amarilla, Canadá solo se envía pitahaya amarilla, en menor medida el mercado asiático, y el europeo,

	<p>Holanda, Francia, España, y Emiratos Árabes Unidos.</p> <p>R3: Se exporta pitahaya a Estados Unidos específicamente a la costa este Filadelfia, Miami, Centro oeste Houston y otra parte a Los Ángeles y San Diego, China y otros países de Europa en variedad piel roja pulpa blanca, piel amarilla, y piel roja pulpa roja, en ese orden de importancia.</p>
<p>2. ¿Cuál es el volumen mensual de exportación de pitahaya?</p>	<p>R1: El volumen de exportación varía dependiendo los meses del año, como exportación mínima 2.000 kilos de pitahaya roja, hasta 15.000 kilos.</p> <p>R2: Se exporta 120.000 kilos de pitahaya, o dos contenedores por semana como media.</p> <p>R3: El volumen de exportación mensual varia muchísimo, por motivos climáticos, etc. Anualmente se envían 12.500 contenedores de pitahaya.</p>
<p>3. ¿Qué programas de apoyo e incentivos gubernamentales existen en Ecuador para mejorar la competitividad de la pitahaya en el mercado internacional, y cómo han impactado estos en el desempeño de las exportaciones?</p>	<p>R1: El único programa de apoyo es el IICA (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura) que ayuda parcialmente a los productores y exportadores, pero estas ayudas no han impactado al desempeño de las exportaciones. Actualmente no existe apoyo gubernamental que impulse la competitividad de la pitahaya en el mercado internacional.</p> <p>R2: Los apoyos e incentivos dependen del gobierno de turno, sin embargo, si benefician a los productores y exportadores, para dinamizar las ventas. El apoyo de las instituciones y el acompañamiento para la mejora en competitividad en el mercado internacional, permiten que los productores mejoren y se den a conocer a los diferentes mercados.</p> <p>R3: No existe apoyo gubernamental, el único apoyo es IICA, antes de la llegada del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura IICA al Ecuador, las certificaciones fitosanitarias por contenedor se estiman entre los \$250 a \$300, ahora con IICA y con el certificado fitosanitario cuesta \$600, no existen programas para la sostenibilidad y sustentabilidad de la producción, ni programas de control de volúmenes, control de mercado. Existen programas enfocados parar abrir la ventana comercial, más sin embargo no la competitividad y mejora en exportación de la fruta.</p>
<p>4. ¿Cuáles son las características distintivas de la pitahaya ecuatoriana que la diferencian de la</p>	<p>R1: Una ventaja de la pitahaya amarilla con denominación de origen "Pitahaya Amazónica de Palora", es que, es la única pitahaya en el mundo que recibe suficiente calor solar, ya que el Ecuador está ubicado en la mitad del mundo, ni Vietnam, ni</p>

<p>competencia en el mercado internacional?</p>	<p>Tailandia tienen esa ventaja y beneficio; obteniendo como resultado una fruta grande, llena de vitaminas y colores intensos, y de textura suave, a diferencia de la fruta vietnamita.</p> <p>R2: Los beneficios de estar geográficamente ubicados en la línea ecuatorial, nos permiten obtener una fruta de mejores condiciones de sabor, tamaño y color, que la hace tan atractiva como la pitahaya amarilla de pulpa blanca. A su vez la mínima utilización de luz artificial evita la sobreproducción y permite que la planta dé fruto de manera natural. El mercado internacional desea productos orgánicos y paga por calidad.</p> <p>R3: Lastimosamente la pitahaya recién se está dando a conocer.</p>
<p>5. ¿Cuáles son los principales retos y desafíos que enfrenta la exportación de pitahaya ecuatoriana en el ámbito internacional?</p>	<p>R1: Uno de los principales retos y desafíos que enfrentamos los productores y exportadores son las cadenas de frío, ya que los productores no son empacadores, y las empacadoras no tienen buena logística con los exportadores, la mala comunicación, falta de profesionalismo, hacen que la fruta se contamine, la cadena de frío se rompa y cause que la fruta se eche a perder.</p> <p>R2: La capacidad de reducción de precios es uno de los desafíos más grandes. Actualmente varios países producen la fruta y por nuestra economía dolarizada no podemos competir o se vuelve muchísimo más difícil.</p> <p>R3: Los principales retos son los costos. Un kilo de pitahaya cuesta producirlo \$1,12 mientras que el mercado está pagando \$0,80 centavos el kilo. Costos logísticos, como la seguridad del contenedor, candado satelital para garantizar su no contaminación.</p>
<p>6. ¿Qué estrategias considera que serían más efectivas para aumentar las exportaciones de pitahaya ecuatoriana en el mercado internacional, y cuáles han sido las experiencias o resultados de su implementación?</p>	<p>R1: Ecuador debe ser más atractivo que competitivo, ya que es difícil competir con países que no tienen su moneda dolarizada como el Ecuador.</p> <p>Vietnam, Tailandia, Perú, Colombia, y los otros países productores de la fruta son competitivos por sus costos de producción, nosotros debemos potenciar nuestros atractivos y sacarle provecho, estamos ubicados en la mitad del mundo, el único país a nivel mundial con beneficio directo del sol. Podemos mejorar volviéndonos atractivos con las certificaciones internacionales como la Global Gap (Global Good Agricultural Practices), FDA, entre otras. Se puede abrir mercado en las ferias</p>

	<p>internacionales realizadas desde el Ecuador, como sucede con el banano.</p> <p>R2: Una de las estrategias es mejorar la calidad del empaque al momento del envío para que la fruta llegue a su destino en óptimas condiciones. Promocionar el producto en medios digitales.</p> <p>R3: La cadena de producción está rota, los productores son 100% productores, los empaques son 100% empaques y así mismo el exportador, debería existir una comunicación y unión entre los productores, empaques y exportadores, para vivir la misma experiencia, mientras que llegan las temporadas altas, los exportadores aprovechan y asfixian a los productores.</p>
<p>7. ¿Qué rol puede jugar la innovación en los procesos de producción y empaque de la pitahaya para mejorar su calidad y atractivo en los mercados internacionales?</p>	<p>R1: Debemos diversificarnos no solo en cuestión países, ya que el 80% de la pitahaya roja se dirige a Estados Unidos, sino también en la creación de productos a partir de la fruta.</p> <p>“Karay” son chips a base de pitahaya liofilizada, totalmente orgánico, con vitamina A, B1, B2, B3, C, etc. la empresa ecuatoriana Karayfoods ofrece este producto. A partir de la fruta se pueden producir muchas cosas, no solo chips, sino también, compotas, te, licor, vino, la misma fruta deshidratada, entre otros.</p> <p>R2: La implementación de maquinarias e innovación en los procesos productivos es aceptable, pero jamás podríamos reemplazar el trabajo de un humano al momento de seleccionar la mejor fruta por tamaño o apariencia.</p> <p>R3: La innovación mejora los procesos, las fincas comenzaron la utilización de luz artificial para mejorar la producción, ahí se ve implementada la innovación, la misma que debe buscar mejorar la calidad de la fruta y la producción.</p> <p>Tratando de controlar los costos de producción, la innovación debe estar siempre a la mano para sacar adelante la pitahaya.</p>
<p>8. ¿Cómo se pueden utilizar las plataformas de comercio electrónico para ampliar la presencia de la pitahaya ecuatoriana en el mercado global?</p>	<p>R1: El uso de las plataformas de comercio electrónico es obligatorio cuando te conviertes en exportador, aportan y permiten tener relaciones comerciales con diferentes países del mundo, ganando presencia al nivel mundial.</p> <p>R2: La implementación en el uso de plataformas de comercio electrónico es positiva para el ingreso de esos mercados, anteriormente se tenía que viajar, y los costos eran altos, ahora es muchísimo más rápido y eficiente incluso con los pagos.</p>

	<p>R3: El mercado global sigue siendo exceptivo en la compra de productos perecibles, la trazabilidad, etc.</p> <p>Las herramientas electrónicas sirven para darnos a conocer, y ayuda a proliferar la exportación, a un futuro.</p>
--	---

Nota. La tabla se creó a partir de las entrevistas realizadas a los expertos.

Fuente: (La autora, 2024)

3.1. Interpretación de los resultados

Para cumplir con el objetivo específico uno, que consiste en identificar la demanda internacional de pitahaya ecuatoriana, se realizó una investigación bibliográfica documental en fuentes oficiales como el Banco Central del Ecuador, El Ministerio de Agricultura y Ganadería, La Agencia de Regulación y control Fito sanitario y Zoo sanitario, El Ministerio de Producción, Comercio Exterior y Pesca, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego de Perú, Instituto Nacional de Innovación Agraria de Perú, y el Sistema de Información Pública Agropecuaria de Ecuador, además de información de artículos académicos en repositorios de diferentes universidades dentro y fuera del Ecuador, incluyendo la Universidad de Thuongmai en Vietnam.

En 2021, Ecuador exportó 18,950 toneladas métricas a 24 países, cifra que aumentó a 23,319 toneladas en 2022, lo que representó un incremento del 23%. Para 2023, las exportaciones llegaron a 32,676 toneladas, un aumento del 40.12% respecto a 2022. Este crecimiento está impulsado, en parte, por la tendencia global hacia un consumo más saludable post COVID-19. A pesar del aumento en el volumen de exportaciones, los ingresos totales en valor FOB no han seguido el mismo ritmo debido a la fluctuación en los precios internacionales de la pitahaya, que se ven afectados por una sobreproducción y falta de diversificación en la oferta. El principal destino de la pitahaya ecuatoriana sigue siendo Estados Unidos, aunque su participación en las importaciones totales disminuyó un 26% en 2023 debido a la entrada de nuevos mercados como Perú, que comenzó a absorber parte de la producción. En 2023, Perú importó 10,931.60 toneladas métricas, lo que ha redistribuido las exportaciones ecuatorianas. Las exportaciones a Colombia también han mostrado crecimiento en volumen, debido a la proximidad geográfica que reduce los costos logísticos. En contraste, Hong Kong, aunque importante, ha disminuido sus importaciones debido a la competencia con Vietnam, el mayor productor mundial de pitahaya. Otros mercados relevantes como España y Canadá han mostrado fluctuaciones. España, por ejemplo, tuvo un incremento en 2022, pero una leve disminución en 2023. Sin embargo, su participación en las exportaciones totales sigue siendo baja, entre el 2% y 3%, debido a que Vietnam y México son los principales proveedores para este país. Canadá, por su parte, registró una caída considerable en 2023 tras un crecimiento en 2022. En términos económicos, Estados Unidos mostró una disminución de \$12,618.8 en valor FOB en 2023, probablemente debido a la creciente competencia de países como China y Perú. Colombia, aunque disminuyó en volumen, tuvo un incremento en valor FOB, mientras que Hong Kong, España y Singapur también experimentaron fluctuaciones en su valor FOB, reflejando los cambios en las preferencias del mercado y la competencia global.

En resumen, la demanda internacional de pitahaya ecuatoriana ha experimentado un crecimiento significativo en volumen, aunque los ingresos no han

aumentado de manera proporcional debido a las fluctuaciones en los precios internacionales. La diversificación de mercados y la competencia con otros países productores plantean desafíos para Ecuador, sugiriendo la necesidad de nuevas estrategias de exportación para estabilizar tanto el volumen como los precios.

El Ecuador exporta pitahaya en sus dos variedades, piel roja y piel amarilla, hacia Estados Unidos, Holanda, España, Polonia, República Checa, Canadá, Francia, Emiratos Árabes Unidos y China. Lo que significa que el país ya cuenta con un mercado que demanda este producto y que puede crecer aún más. El volumen de exportación mensual varía dependiendo del estado climático. Con los datos numéricos brindados por los expertos en la entrevista, se interpreta que los productores exportan un promedio mensual de 45.347 kilos, es decir, que existe demanda internacional de la fruta ecuatoriana.

Los expertos coinciden en que han recibido el apoyo únicamente del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), para mejorar y mantener la calidad fitosanitaria. Que existen programas enfocados en abrir la ventana comercial, pero falta impulsar la competitividad. Estos datos reflejan que los productores y exportadores requieren de mayor apoyo gubernamental, para hacer que el país sea más competitivo con la exportación de la pitahaya.

Una de las características distintivas de la pitahaya ecuatoriana es el tamaño más grande en comparación a la de otros países; debido a la ubicación geográfica del Ecuador las plantaciones reciben mayor cantidad de sol, lo que le permite desarrollarse, además su sabor y color la vuelve más atractiva que la pitahaya vietnamita. Estos datos permiten inferir que la pitahaya ecuatoriana puede competir contra el mayor productor mundial, Vietnam, y en ello debe intervenir el Gobierno y los propios productores.

Uno de los principales retos que enfrenta la exportación de pitahaya ecuatoriana es la ruptura ocasional de la cadena de frío, lo que provoca que la fruta se deteriore. Además, la reducción de los precios y los altos costos logísticos necesarios para garantizar que el contenedor no sea contaminado con estupefacientes, representan desafíos para el sector de la exportación. Esto significa que hace falta capacitar a los productores, empacadores y exportadores para que la logística funcione y el producto no se malogre y llegue a su destino en óptimas condiciones.

Las estrategias más efectivas para aumentar las exportaciones de la pitahaya ecuatoriana son: Acceder a nuevos mercados a través de la participación en las ferias internacionales en los diferentes países del mundo, como sucede con el banano. Además, se debe promocionar el producto con el uso de medios digitales. Es necesario mejorar la cadena de producción, para aprovechar las temporadas altas como también reducir los costos de producción para ser más competitivo. Otra estrategia sería obtener certificaciones como la Global Gap (Global Good Agricultural Practices) y la Food and Drug Administration (FDA), haciendo atractivo el producto con las certificaciones internacionales.

La innovación en los procesos de producción con el uso de tecnología puede funcionar en cierta medida, ya que ninguna máquina puede reemplazar el hombre para realizar la labor de selección de los mejores ejemplares de la fruta. Por otro lado, se puede innovar elaborando productos derivados de la pitahaya, como los chips a base de pitahaya liofilizada, totalmente orgánico. De estos resultados se puede interpretar aún no se aplica la innovación en los procesos de producción y empaque, aunque tienen el deseo de diversificar productos derivados de pitahaya.

La utilización de plataformas de comercio electrónico es necesaria ya que permite al exportador darse a conocer y ampliar las relaciones comerciales a nivel internacional. De estos resultados se logra identificar claramente que los productores y exportadores utilizan plataformas de comercio electrónico, lo que ha favorecido en gran medida la presencia de la pitahaya ecuatoriana en otros países.

3.2. Propuesta de estrategias para aumentar las exportaciones de la pitahaya

Para aumentar las exportaciones de la pitahaya ecuatoriana en el mercado internacional, es necesario implementar algunas estrategias que consideren tanto la oferta, como la demanda. A continuación, se proponen algunas.

- Mejorar la calidad y la certificación fitosanitaria de la fruta. Los exportadores de pitahaya exigen a los productores certificaciones tales como GLOBALG.AP que es una norma mundial de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA). La norma para el Aseguramiento Integrado de Fincas (IFA) es la más utilizada entre las que ofrece la GLOBALG.AP, la misma que se aplica a la producción de frutas, hortalizas y floricultura (GLOBALG.AP, 2024). Así también lo recomienda el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, en el Protocolo Técnico, Logístico y de Seguridad para la exportación de pitahaya (PTLS).
- Diversificar los mercados, esto implica abrirse a nuevos mercados internacionales, mediante la negociación de acuerdos comerciales con reducción de aranceles, en países donde la demanda de la pitahaya esté en crecimiento. Se recomienda concretar Tratados de Libre Comercio con países como Emiratos Árabes Unidos es un excelente país para consolidar una alianza comercial y potenciar la exportación de pitahaya ecuatoriana (MPCEIP, 2024). En Arabia Saudita, Taiwan, e India, el consumo de frutas exóticas, entre ellas la pitahaya, tienen un crecimiento en los últimos años, lo que la convierte en un mercado potencial para la exportación de la fruta ecuatoriana.
- Promocionar la pitahaya ecuatoriana en mercados extranjeros, es otra estrategia que promete grandes resultados. Se recomienda que el Ministerio de Producción y Comercio Exterior impulse y consolide la presencia de la pitahaya ecuatoriana en diferentes ferias frutícolas internacionales en las cuales el Ecuador no ha participado entre ellas están: International Fruit Export o también conocida como Fruit Expo en la ciudad de Shanghai en China, Medfel Fruit & Vegetable Business Gathering, se realiza en la región francesa Occitania, WorldFood Istanbul en Estambul, Turquía o WordIFood Moscow, en Rusia, estas tienen presencia en diferentes países del mundo, reuniendo a los demandantes y ofertantes de diferentes frutas exóticas y alimentos.
- Innovar la oferta exportable de la pitahaya en materia prima hacia productos manufacturados, es una estrategia que fomenta la exportación ya que considera otras preferencias del consumidor. Entre estos derivados están: jugos, mermeladas, yogurt, vino, snacks, entre otros. Las industrias alimentarias y farmacéuticas utilizan mucho la fruta del dragón por su alto contenido de azúcar. La empresa ecuatoriana Karayfoods elabora snacks saludables, uno de ellos es el "chips dragón fruit", hojuelas de pitahaya crujientes; por ahora su comercialización se realiza a nivel nacional. Los agricultores y productores de pitahaya, han encontrado versatilidad en esta fruta, lo que posibilita incursionar en la exportación de pitahaya procesada.

4. Discusión

En cuanto a la demanda y mercados internacionales, Ecuador exporta pitahaya tanto de piel roja como amarilla a una amplia gama de países, incluidos Estados Unidos, Holanda, España, Polonia, República Checa, Canadá, Francia, Emiratos Árabes Unidos y China. Este dato indica que Ecuador ya cuenta con una demanda establecida en mercados diversos, lo que sugiere un potencial de crecimiento adicional. El hecho de que la fruta llegue a estos mercados demuestra la aceptación de la pitahaya ecuatoriana por sus características distintivas, como su tamaño, sabor y color, factores clave que la diferencian de la competencia, como la pitahaya vietnamita. Investigaciones anteriores confirman que la fruta del dragón se ha convertido en una alternativa prometedora debido a su apariencia atractiva, su sabor único y su creciente demanda en el extranjero, especialmente en los mercados americano, europeo y asiático (Asencio, 2020).

En relación al aspecto de competitividad, se destaca que, aunque el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) ha brindado apoyo en el mantenimiento de la calidad fitosanitaria, se requiere un mayor impulso para aumentar la competitividad del sector. Esto contrasta con estudios previos que indican que, pese a los acuerdos alcanzados por el gobierno para favorecer al sector productivo, existen algunos productores que no aprovechan este apalancamiento para expandirse hacia mercados internacionales. Esto se debe a la escasa aplicación de estrategias de comercialización (Escobar & Chicaiza, 2019).

Otro de los hallazgos del artículo es que una de las estrategias recomendada por expertos para aumentar las exportaciones incluyen la participación en ferias internacionales, promoción a través de medios digitales, y la mejora de la cadena de producción para aprovechar al máximo las temporadas de alta producción. Además, obtener certificaciones como Global Gap y Food and Drug Administration (FDA), podría aumentar el atractivo del producto en mercados exigentes. No obstante, los resultados muestran que estas estrategias aún no se están aplicando de manera efectiva, lo que limita el crecimiento del sector. Por otro lado, el establecimiento de acuerdos comerciales como la firma reciente del Tratado de Libre Comercio con China, ha facilitado el acceso al mercado internacional (Galora, 2024).

5. Conclusión

El análisis de la demanda internacional de la pitahaya ecuatoriana en 2023 evidencia un panorama alentador y al mismo tiempo desafiante para los cultivadores del país. Ecuador ha logrado posicionarse entre uno de los principales productores y exportadores de la fruta del dragón, en su variedad amarilla, debido a su clima tropical y diversidad de suelo, lo que determina la obtención de una fruta de calidad.

El incremento de la demanda internacional de la pitahaya ecuatoriana en los últimos años se ha dado gracias a la tendencia global hacia el consumo de alimentos saludables. Ecuador en el año 2022 exportó 23.319,30 toneladas métricas y \$99.363,99 millones de dólares en valor FOB, mientras que en el año 2023 exportó con una cifra total de 32.675,60 toneladas, lo que en valor FOB representa \$89.688,94 millones de dólares, se evidencia un crecimiento en las toneladas métricas, aun cuando el precio de la fruta es fluctuante y deja incertidumbre entre los productores. Fueron 25 los destinos

donde se exportó pitahaya en 2023, los cuales son: Alemania, Camboya, Canadá, Colombia, Emiratos Árabes Unidos, España, Estados Unidos, Francia, Guadalupe, Hong Kong, Italia, Malasia, Países Bajos, Perú, Portugal, Reino Unido, Rusia, Singapur, Suiza, Filipinas, Qatar y Vietnam. En este mismo año se incluyen Lituania y Turquía. Además, gracias al Tratado de Libre Comercio con China, este país pudo importar pitahaya ecuatoriana y se suma a la lista de países demandantes de la pitahaya ecuatoriana.

La pitahaya ecuatoriana tiene un alto potencial de competitividad, como señalan los expertos entrevistados en producción y exportación de frutas no tradicionales. Sin embargo, a pesar de su destacada calidad, la competitividad en el mercado internacional está condicionada por diversos factores. Ecuador enfrenta desafíos debido a los altos costos de producción en comparación con otros países productores como Vietnam y Perú, que ofrecen precios más competitivos. Por ejemplo, el costo por hectárea en Vietnam es de \$2.952,41, mientras que en Perú asciende a \$6.580,30. En este contexto, la ventaja competitiva de Ecuador no radica en los costos de producción, sino en la diferenciación del producto. Los expertos coinciden en que Ecuador debe centrarse en ser un país atractivo para los mercados internacionales, más que en intentar competir en precios, especialmente ante países cuyas divisas están en constante devaluación, lo que les permite ofrecer costos más bajos.

Para incrementar las exportaciones de pitahaya ecuatoriana, es fundamental implementar una serie de estrategias clave. En primer lugar, mantener y mejorar la calidad de la fruta mediante la certificación de normas fitosanitarias internacionales, como las establecidas por GLOBALG.A.P. Además, acceder a nuevos mercados internacionales, facilitado a través de la firma de Tratados de Libre Comercio hacia países potenciales como destino de exportación donde los aranceles son altos para esas frutas no tradicionales. Esto representa una oportunidad crucial para expandir el alcance comercial de este producto. También es importante promocionar la pitahaya ecuatoriana en ferias frutícolas internacionales donde no estamos presentes, como la International Fruit Expo en Shanghai, China, o la Medfel Fruit & Vegetable Business Gathering, en la región francesa de Occitania, entre otras, lo que permitiría aumentar la visibilidad de la pitahaya en mercados estratégicos. Finalmente, elaborar productos derivados de la pitahaya, como snacks, compotas, té, o bebidas, que ofrece un potencial adicional para incrementar las exportaciones, al agregar valor al producto y diversificar su oferta, como lo recomiendan los expertos entrevistados en el área de exportación de frutas no tradicionales. La implementación de estas estrategias, de manera coordinada y con una visión a largo plazo, podría fortalecer considerablemente la presencia de la pitahaya ecuatoriana en el mercado global y contribuir de manera sustancial al crecimiento económico del país.

6. Referencias bibliográficas

- Agrocalidad. (3 de febrero de 2022). *Agrocalidad*. Obtenido de Agrocalidad: <https://www.agrocalidad.gob.ec/exportaciones-de-pitahaya-crecieron-casi-60-en-2021/#:~:text=Durante%20el%20a%C3%B1o%202021%2C%20se,que%20se%20envi%C3%B3%2011.260%20toneladas.>
- Agrocalidad (3 de 4 de 2023). *Agrocalidad*. Obtenido de Agrocalidad: <https://www.agrocalidad.gob.ec/la-pitahaya-ecuatoriana-llegara-a-china/#:~:text=En%20Ecuador%20existen%207.216%2C73,la%20exportaci%C3%B3n%20de%20este%20rubro.>
- Asencio, L. (2020) *Análisis de exportación de pitahaya ecuatoriana hacia mercados internacionales*. <http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/bitstream/handle/123456789/1108/An%c3%a1lisis%20de%20Exportaci%c3%b3n%20de%20la%20Pitahaya%20Ecuatoriana%20Hacia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Báez, B; y Mora, J. (2023) *Estudio de factibilidad para determinar la viabilidad de la exportación de pitahaya amarilla ecuatoriana hacia Corea del Sur 2023*. https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/22522/1/Trabajo_Titulacion_2561.pdf
- Banco Central del Ecuador (2023) *Estadísticas de comercio exterior* <https://sintesis.bce.fin.ec/BOE/OpenDocument/2303281959/OpenDocument/opendo/openDocument.jsp?logonSuccessful=true&shareId=0>
- BanEcuador (4 marzo 2020) *BanEcuador presenta soluciones para productores de pitahaya* <https://www.banecuador.fin.ec/2020/03/04/banecuador-presenta-soluciones-para-productores-de-pitahaya/>
- Carrión-González, J. T. & Camacho-Chamba, G. I. (2022). Certificación GLOBAL GAP como estrategia de mejora en los procesos de producción del banano. *Revista Sociedad & Tecnología*, 5(S1), 519-529. DOI:<https://doi.org/10.51247/st.v5i3.260>
<https://institutojubones.edu.ec/ojs/index.php/societec/article/view/260/539>
- Cedeño, A., Quiñonez, E., & Balas, J. (2020). *Los certificados de calidad ecuatoriano y su incidencia en las importaciones*. *Revista Universidad y Sociedad*. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000600282
- Costales. I & Egas. E. (28 febrero 2020) *Análisis de la exportación de pitahaya producida en el cantón Palora y su incidencia en la generación de empleo en sus habitantes* <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/14391/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-558.pdf>

El Comercio (05 de marzo del 2023) *Hasta ocho contenedores de pitahaya amarilla se exportan a la semana.* <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/hasta-ocho-contenedores-pitahaya-amarilla-exportan-semana.html>

Escuela Politécnica del Litoral (18 marzo 2022) *Proyecto de ESPOL para potenciar la producción de Pitahaya en el país* <https://www.espol.edu.ec/es/noticias/proyecto-de-espol-para-potenciar-la-produccion-de-pitahaya-en-el-pais>

Escobar & Chicaiza (2019) *Análisis comparativo de las estrategias de comercialización de la oferta de pitahaya para las exportaciones en el sector de Palora - Morona Santiago y Pedro Vicente Maldonado - Pichincha* <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/21402>

Galora Tayupanda D. (2024) *Análisis del comportamiento de la exportación de Pitahaya ecuatoriana hacia el mercado asiático, año 2022* <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/27534/1/UPS-GT005020.pdf>

Granja, M. (2019). CORPEI. *Frutas exóticas ecuatorianas en mercados internacionales* <https://corpei.org/2019/01/02/frutas-exoticas-ecuatorianas-en-mercados-internacionales/#:~:text=Adem%C3%A1s%20del%20banano%2C%20Ecuador%20registra,%2C%20tomate%20de%20%C3%A1rbol%2C%20guan%C3%A1bana.>

Granoble Chancay, P. E., & Acuría Moran, J. P. (2022). *La producción de Pitahaya Roja "Hylocereus Undatus" incide en su exportación en el de Manabí* <https://revista.estudioidea.org/ojs/index.php/mj/article/view/241>

GLOBALGAP (27 agosto 2024) *GFSI recognition received once again for GLOBALG.A.P. Integrated Farm Assurance Standards* <https://www.globalgap.org/news/gfsi-recognition-globalgap-ifa-standards/>

Jácome-Pilco, C., Ledesma-García, F., Vega-Cevallos, T., & Iza-Iza, S., (2023) *Potencial uso de la pitahaya (Hylocereus undatus) en la industrialización: Caracterización, Actividad antioxidante, beneficios para la salud.* https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/1693

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (4 abril 2024) *Programa de Medidas Fitosanitarias para la Exportación de Pitahaya en Ecuador* <http://apps.iica.int/dashboardproyectos/programas/Detalle?CRON=5394&SCRON=00>

Instituto Nacional de Innovación Agraria (Enero, 2020) *Guía Técnica del cultivo de pitahaya (Hylocereus megalanthus) en la región del amazonas* <https://www.inia.gob.pe/wp-content/uploads/2020/01/Pitahaya.pdf>

Menéndez y Cobeña (18 agosto 2022) *Factores críticos de la gestión de la calidad de la pitahaya ecuatoriana de exportación. Estudio de caso Ecuador Divine-El Okaso S.A.* <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8637927>

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (2021) *Consulta de precios*
<https://www.gob.pe/institucion/midagri/tema/precios-de-alimentos>

Ministerio de Agricultura y ganadería (4 septiembre 2020) *MAG impulsa cultivo de pitahaya en la zona baja de la provincia del Cañar*
<https://www.agricultura.gob.ec/mag-impulsa-cultivo-de-pitahaya-en-la-zona-baja-de-la-provincia-del-canar/>

Ministerio de agricultura y ganadería (8 abril 2022) *MAG apoyará a la siembra de hasta 10.000 hectáreas de pitahaya para exportación*
<https://www.agricultura.gob.ec/mag-apoyara-la-siembra-de-hasta-10-000-hectareas-de-pitahaya-para-exportacion/#:~:text=pitahaya%20para%20exportaci%C3%B3n,MAG%20apoyar%C3%A1%20la%20siembra%20de%20hasta%2010.000%20hect%C3%A1reas%20de%20pitahaya,de%20Pitahaya%E2%80%9D%2C%20en%20Manta.>

Ministerio de Agricultura y ganadería (27 enero del 2021) *Pastaza exporta pitahaya a Hong Kong y Malasia*
<https://www.agricultura.gob.ec/pastaza-exporta-pitahaya-a-hong-kong-y-malasia/>

Ministerio de Agricultura y ganadería (30 marzo 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,total%20de%2015%20hect%C3%A1reas%2C%20aproximadamente.>

Ministerio de Agricultura y Ganadería (2021) *Boletín situacional pitahaya 2021*
<https://fliphtml5.com/ijia/vauh/basic>

Ministerio de Agricultura y Ganadería (2022) *Boletín situacional pitahaya 2022*
https://fliphtml5.com/ijia/psys/Bolet%C3%ADn_Situacional_Pitahaya_2022/

MPCEIP (11 noviembre 2022) *Acuerdo Comercial Ecuador – Unión Europea*
<https://www.produccion.gob.ec/acuerdo-comercial-ecuador-union-europea/>

MPCEIP (11 octubre 2023) *Acuerdo Estratégico de Cooperación Económica entre Ecuador y Corea del Sur*
<https://www.produccion.gob.ec/acuerdo-estrategico-de-cooperacion-economica-entre-ecuador-y-corea-del-sur/>

MPCEIP, (13 marzo 2024) *Pitahaya rompe récord en exportaciones con más de usd 172 millones en 2023*
<https://www.produccion.gob.ec/pitahaya-rompe-record-en-exportaciones-con-mas-de-usd-172-millones-en-2023/#:~:text=Las%20exportaciones%20de%20pitahaya%20han,E.E.U.U.>

MPCEIP, (22 abril 2024) *Ecuador y Emiratos Árabes Unidos suscriben declaración conjunta para iniciar negociaciones de un acuerdo comercial*
<https://www.produccion.gob.ec/ecuador-y-emiratos-arabes-unidos-suscriben-declaracion-conjunta-para-iniciar-negociaciones-de-un-acuerdo-comercial/>

MPCEIP (10 abril 2023) *Ecuador inicia las exportaciones de pitahaya a China*

<https://www.produccion.gob.ec/ecuador-inicia-las-exportaciones-de-pitahaya-a-china/#:~:text=ECUADOR%20INICIA%20LAS%20EXPORTACIONES%20DE%20PITAHAYA%20A%20CHINA,-7.745%20kg%20de&text=El%20ministro%20de%20Producci%C3%B3n%2C%20Julio,Origen%3A%20Pitahaya%20Amaz%C3%B3nica%20de%20Palora.>

Nguyen Nguyet Nga* - Vu Thi Thuy Linh (1 febrero 2023) *Cost-benefit analysis on applying sharing economy to the white dragon fruit farms in Vietnam*
<https://scholar.dlu.edu.vn/thuvienso/bitstream/DLU123456789/199271/1/CVv266S1A2023083.pdf> Thuongmai University

Ortega, F. (2022). Freshplaza. *Una asociación ecuatoriana pone el foco en el desarrollo de la producción de pitahaya*
<https://www.freshplaza.es/article/9398416/unaasociacion-ecuatoriana-pone-el-foco-en-el-desarrollo-de-la-produccion-de-pitahaya/>

Rivera Gamboa Angela (2022) “Costos de producción del cultivo de pitahaya (*Hylocereus undatus*) en el Ecuador”
<http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/13336/E-UTB-FACIAG-AGRON-000036.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sistema de Información Pública Agropecuaria (2023) *Boletín Nacional de precios al productor 2023* <https://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/boletin-nacional-precios-productor/2023-precios-productor>

Tayán, E. (2022) *Oferta exportable para productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico y su competitividad internacional debido a la pandemia Covid 19*
<http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/1413/1/543%20TAYAN%20JUMA%20EVELIN%20NATALY.pdf>

Verona-Ruiz, Anggie; Urcia-Cerna, Juan y Paucar- Menacho, Luz María. Pitahaya (*Hylocereus* spp.): Cultivo, características fisicoquímicas, composición nutricional y compuestos bioactivos. *Scientia Agropecuaria* [online]. vol.11, n.3, pp.439-453. ISSN 2077-9917.
<https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/scientiaagrop/article/view/3062/3404>