



República del Ecuador

Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil

Trabajo de Titulación

Para La Obtención Del Título De:

Ingeniería En Comercio Exterior Mención Negocios Internacionales

Tema:

Análisis De La Fruta Exótica Pitahaya Producto No Tradicional Del Ecuador Y Su

Incidencia En El Mercado De Estados Unidos En El

Periodo 2017-2019.

Autor:

Anthony Marcelo Prieto Coba

Director de Trabajo:

Dr. Joffre Carrillo-Pincay

2020

Guayaquil – Ecuador

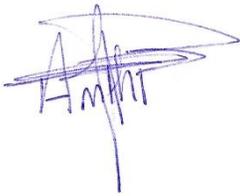
AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por el enorme privilegio de la vida. A la Universidad Tecnológica Empresarial y sus docentes por los conocimientos otorgados. A mis padres porque sólo la superación de mis ideales me ha permitido comprender la difícil posición de ser padres. A mis amigos y cada una de las personas que contribuyeron de manera desinteresada a favor de conseguir este anhelo.

DEDICATORIA

A DIOS porque sin su gracia nada sería posible. A mis padres como testimonio de cariño y eterno agradecimiento, han sacrificado gran parte de su vida para formarme y porque nunca podré pagar todos sus desvelos ni aún con las riquezas más grandes del mundo. Por consiguiente, este logro también es de ustedes. A mis hermanos menores Ronald y Bryan esperando que sirva de ejemplo en sus caminos, que la meta sea vencer a la mejor excusa porque las recompensas son abundantes. A mi familia y amigos que desempeñaron gran motivación en cada una de mis etapas.

La responsabilidad de este trabajo de investigación, con sus resultados y conclusiones, pertenece exclusivamente al autor.



.....
Anthony Marcelo Prieto Coba

**ANÁLISIS DE LA PITAHAYA OFERTA EXPORTABLE NO TRADICIONAL DEL
ECUADOR Y SU INCIDENCIA EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE EN EL
PERIODO 2017-2019.**

Anthony Marcelo Prieto Coba

Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil

tonympc94@gmail.com

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objeto principal contribuir con el análisis de la fruta exótica pitahaya producto de la oferta exportable no tradicional del Ecuador, reconociendo en primer lugar su incidencia con respecto a las importaciones desde los territorios internacionales en los últimos años (2017-2019). Luego de haber reconocido su comportamiento en los mercados extranjeros, se identifica los intereses que reúne la pitahaya para su uso y consumo en el territorio estadounidense. Para la recopilación de información del presente artículo es imperativo acudir a datos de revistas especializadas, tesis de estudio y artículos científicos; el procesamiento de la información se realizó por medio de técnicas documentales y, los instrumentos utilizados para esta investigación fueron bases de datos literarias como páginas web, informes de organismos de comercio exterior y reportes estadísticos.

Palabras Claves Importación, producto no tradicional, pitahaya, comercio exterior.

1. INTRODUCCIÓN

Ecuador al ser un país petrolero dedica sus inversiones a este sector, en el sector agrícola se prioriza a sus productos de mayor exportación, como el banano y el camarón, mientras que los productos de la oferta exportable no tradicional se han mantenido al margen en el mercado internacional incluso tras cuatro décadas que no han logrado un gran posicionamiento.

Dentro de las exportaciones no tradicionales se encuentra una gran variedad de frutas exóticas, entre las de mayor crecimiento en los últimos años, la pitahaya. Gracias a las bondades de esta fruta son muy apetecidas en los mercados internacionales, por su calidad, dulce sabor, múltiples usos en manufactura industrial y beneficios para la salud, de los cuales países como China, Estados Unidos y el continente europeo son los principales compradores a nivel mundial.

Observando las cifras del Banco Central del Ecuador en el periodo enero a septiembre 2017 - 2018 se registró un incremento del 353% en las exportaciones de frutas no tradicionales hacia el territorio estadounidense pasando de 2.85 a 12.93 millones de dólares. Las exportaciones de pitahaya hacia este destino alcanzaron los 8.03 millones de dólares en este período. (Pro Ecuador, 2018).

Este artículo se centra en aprovechar la materia prima que brinda la agricultura debido al incremento del consumo de frutas exóticas como la pitahaya por parte de los países desarrollados, producto de las tendencias actuales del mercado mundial hacia un segmento más saludable, lo que beneficia directamente a países productores de estas materias agrícolas.

Ecuador al ser un país agrícola puede dar un valor agregado a sus productos y estimular una gran oportunidad de crecimiento para el productor y exportador ecuatoriano, por consiguiente, este sector puede ayudar a combatir el déficit del saldo de la balanza comercial.

Frente a este panorama se plantea la siguiente interrogante, ¿Qué incidencia genera la fruta exótica pitahaya en el mercado estadounidense dentro del periodo 2017-2019?

OBJETIVO GENERAL

Analizar la incidencia de la fruta pitahaya a través de medios oficiales en el mercado de Estados Unidos en el periodo 2017 - 2019.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar el escenario de la pitahaya en territorios internacionales durante el periodo 2017-2019
- Analizar las exportaciones de pitahaya desde Ecuador mediante su código arancelario
- Identificar los intereses que reúne el consumo de pitahaya en el mercado estadounidense

2. MARCO TEÓRICO

Antecedentes referenciales

El Ecuador se ha caracterizado por ser un país exportador de materias primas, por presentar una matriz productiva netamente agrícola. Primero con total dominio del cacao en los siglos XVIII y XIX, luego en el siglo XX el auge bananero y, a partir del año 1970 hasta la actualidad la matriz productiva del país pasó a ser petrolera y agropecuaria. Con el auge petrolero en el periodo 1972 -

1982 el país comenzó a depender considerablemente de los ingresos no permanentes procedente de las exportaciones petroleras. Desde entonces el Ecuador muestra una economía dependiente del petróleo quedando expuesto a la volatilidad de sus precios, situación que se ha experimentado desde el 2014, lo cual ha traído afectaciones que hasta el día de hoy repercute en la economía del país. Estas condiciones son las que han mantenido al Ecuador exclusivamente como un proveedor mundial de materias primas.

Por otro lado, la oferta exportable no petrolera del país se divide en dos grupos: productos tradicionales y productos no tradicionales. Dentro de este último, los productos primarios de exportación más destacados son: abacá, madera, productos mineros, frutas, y tabaco en rama.

La denominación “exportaciones no tradicionales” apareció por primera vez en la región por medio de documentos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe a principios de los años setenta, fue el resultado de múltiples informes sobre el comercio exterior de América Latina y, corresponden a todos aquellos bienes no incluidos en la lista de productos de exportaciones tradicionales de cada país (Cepal, 2000).

Debido a la privilegiada ubicación geográfica y diversidad climática existe una gran variedad de frutas en Ecuador. Algunas de estas son conocidas como frutas exóticas las cuales son muy demandadas en los mercados internacionales por su apariencia, sabor, y valor nutricional.

Ecuador registra exportaciones alrededor de 20 frutas, de las que sobresalen por su exportación: el orito, mango, piña, pitahaya, papaya, granadilla, maracuyá, tomate de árbol, guanábana. (Corpei, 2019).

De acuerdo a un informe de la Organización Mundial de la Salud y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura, como objetivo poblacional se recomienda un consumo mínimo de 400 g de frutas y verduras diarias para evitar enfermedades como el cáncer, diabetes o la obesidad, lo que ha generado un mayor compromiso en los consumidores de ingerir productos que les proporcionen beneficios para la salud (OMS, 2013).

Los productos más destacados entre frutas y hortalizas que han ingresado a mercados extranjeros en los últimos cinco años desde Ecuador son las frutas exóticas particularmente la pitahaya que se encuentra ganando mucho mercado (Corpei, 2019).

La producción de pitahaya es relativamente joven en el Ecuador, el primer registro documentado de su producción data del año 1999 hacia Alemania, desde entonces, la fruta ha logrado posicionarse paulatinamente en los mercados internacionales, puesto que es altamente apetecida por su dulce sabor y diversas aplicaciones de forma comercial, industrial u ornamental.

Además, esta fruta es considerada como una de las diez frutas más exóticas del mundo reconocida por su alto valor nutracéutico (nutritivo y curativo). Adicional a esto, contiene una sustancia llamada captina que se emplea como calmante para los nervios, posee compuestos fenólicos que son antioxidantes y sus granos negros contienen una grasa natural que mejora el tránsito intestinal (Mag, 2018).

Por esta razón, la pitahaya ha logrado un espacio con los principales socios comerciales de Ecuador. En el 2017 frente al 2016 las exportaciones de pitahaya junto con otras frutas exóticas crecieron 62.3% pasando de 8.9 millones a 14.5 millones de dólares. Incluso la principal fruta

exótica de exportación en 2017 fue la pitahaya con una participación del 82.3% y crecimiento del 71,3% de las exportaciones (El Universo, 2018).

El incremento de consumo de pitahaya permite la oportunidad de consolidar una diversificación en los productos de la oferta exportable no petrolera que actualmente maneja el Ecuador (Verdugo Morales , Nathaly; Andrade Díaz , Víctor, 2018).

Ciertamente los productos tradicionales tienen una mayor participación dentro de las exportaciones no petroleras, debido a que se ha logrado establecer una demanda fija en los mercados internacionales dando como resultado una mayor especialización de estos productos y un aumento de sus áreas de cultivo.

Sin embargo, al analizar el comportamiento de ciertas frutas exóticas como: pitahaya, granadilla, piña, entre otros, nos podemos percatar que en los últimos años la exportación de estos ha superado el crecimiento porcentual de los siguientes productos tradicionales.

Tabla 2
Crecimiento Porcentual

Producto	2017	2018	2019
	(%)	(%)	(%)
Banano	10,8	6,2	2,5
Cacao	-10,3	17,2	-3,0
Café	-19,6	-30,2	-3,8
Frutas exóticas	3,6	3,6	1,4

Nota. Fuente: BCE

En la actualidad, a diferencia los siglos pasados al Ecuador le conviene acrecentar sus esfuerzos en la oferta exportable de productos no tradicionales, particularmente, de frutas exóticas, siendo la pitahaya la más destacada entre su grupo, debido a sus propiedades nutricionales, medicinales y digestivas, además de su alto potencial para uso industrial. Este sector no se ve directamente afectado por la caída de los precios del petróleo y tiene un impacto positivo en el saldo de la balanza comercial.

Antecedentes de la Pitahaya

A nivel mundial la familia de la Pitahaya comprende alrededor de 2000 especies las que se encuentran distribuidas en los continentes americano y asiático. En Asia se encuentran principalmente en países como Vietnam, Malaysia, Tailandia y Taiwán, en América latina se encuentra gran diversidad y endemismo en países como México, Guatemala, Honduras, Costa Rica, Brasil, Colombia y Ecuador (Huachi, y otros, 2015).

En Ecuador se reconoce dos tipos de pitahaya, la roja y amarilla. Entre las rojas se encuentran principalmente las especies *Hylocereus undatus*, *H. costaricensis*, *H. polyrhizus* e *H. ocamponis*, y dentro de las amarillas la más cultivada es *H. megalanthus*, sinónimo de *Selenicereus megalanthus* (Trujillo Regalado, 2014).

La pitahaya amarilla sobresale por su dulzura, intensidad y durabilidad, mientras la variedad roja es más insípida y de poca duración, aunque, por la belleza de esta fruta es más apreciada en el mercado internacional, sobre todo el asiático. A esta variedad roja se la reconoce mundialmente como fruta del dragón (Medina Rivadeneria & Mendoza Angulo, 2011).

Esta fruta es de forma ovoide y muy rica en vitamina C, adicional a esto por ser una cactácea (especie de cactus) es resistente a las altas temperaturas, sequías, plagas y enfermedades, lo que la convierte en un atractivo para el productor. Por lo general se localiza en zonas subtropicales y amazónicas, ya que requiere de climas sub cálidos y húmedos, temperatura ambiente y una humedad que supere el 50%. (Arreaga Gómez, 2017).

Entre las principales provincias que se dedican al cultivo de la Pitahaya en el Ecuador son Pichincha, Morona Santiago, Manabí, El Oro, Santo Domingo de los Tsáchilas y Guayas (Mag, 2018)

La producción de pitahaya en el Ecuador tiene marcadamente dos estaciones en las que se obtiene la mayor cosecha, una entre febrero y marzo donde se obtiene casi el 60% de la producción anual y el 40% restante entre los meses de junio, septiembre, mediados de noviembre e inicios de diciembre (Jodán Molina , Vásconez Cruz, Veliz Quinto , & González, 2009).

El contenido de una pitahaya por cada 100 gramos se encuentra 54g de calorías, 1,4g de proteínas, 13,2g de hidratos de carbono, 0,1g de grasa, 0,5g de fibra, 11mg de Vitamina C. Además de la presencia de captina que se emplea como calmante para los nervios (Mag, 2018).

Los usos y aplicaciones de la fruta se presentan para: farmacéuticas como tónico cardiaco regulando la presión arterial, laxante, propiedades protectoras y curativas contra acidez estomacales, úlceras y gastritis, también de la cáscara se extrae látex que humecta, limpia y previene el envejecimiento de la piel, además ayuda a neutralizar enfermedades branquiales; en medicinas y alimentos como tinte, en ganadería para vacas con retención de placenta y, preparado

con sal para refrescar al ganado; su fruto cardiotónico es estimulante nervioso y laxante (Nájera Veintimilla, 2011, pág. 2).

Pero no solo el fruto de la planta se utiliza, sino también sus partes: el tallo se planteó el consumo de los brotes como verdura, por medio de un análisis químico realizado a brotes y tallos maduros se encontró carbohidratos en los tallos maduros, pero en los brotes se encontró que tienen más proteínas. La Flor: para preparación de infusiones que sirven para estimular y reforzar la actividad del corazón, también se ha reportado el consumo de las flores como legumbres. El Fruto: la ingesta en ayunas es eficaz para el tratamiento de la gastritis y también contribuye al buen funcionamiento del sistema digestivo. Las semillas: contienen aceite con un efecto laxante y una sustancia denominada captina que es un tónico cardíaco (Proaño Bastidas, 2013, pág. 39)

Tendencia de Consumo de Piatahaya en EEUU

La pitahaya es de los productos negociados más recientes con Estados Unidos, a finales del 2017 se logró obtener la autorización respectiva para su exportación al territorio estadounidense, su primer cargamento fue a Florida vía marítima con un total de 7.7 toneladas y, 1500 kg a la ciudad de los Ángeles vía aérea (Pro Ecuador, 2017).

En el 2018, empresas ecuatorianas promocionaron lo mejor en frutas frescas y vegetales en la feria PMA Fresh Summit organizado la ciudad de Orlando dejando como resultado más de 5 millones de dólares en ventas; con respecto a la edición 2017 se reflejó un crecimiento del 66% (Pro Ecuador, 2018).

La empresa americana J&C Tropical está aportando mucho al crecimiento de la venta de pitahaya al por menor con marca Dragon Fuel en el territorio estadounidense, la expectativa de ventas representa un incremento de 3 millones de lbs (Pro Ecuador, 2019).

El mercado estadounidense durante los últimos años ha venido cambiando la tendencia de consumo en sus alimentos hacia un segmento mucho más saludable y natural. Esto ha provocado que las grandes empresas de alimentos se establezcan como misión la innovación de sus productos de consumo para no perder espacio en el mercado; además del surgimiento de nuevas empresas que se han situado en el mercado con productos innovadores y saludables (Pro Ecuador, 2018).

Como ejemplo de este acontecimiento en el mercado estadounidense, la empresa Protein Bar en Chicago fue pionero en apostar por la quinoa y añadirlo a su menú, a pesar que los consumidores no reconocían este producto tuvo buena acogida y, hoy en día con 19 locales produce 20 millones de dólares (Pro Ecuador, 2019).

Las demandas de productos saludables junto con el cuidado de la salud en Estados Unidos son altas, de acuerdo con la siguiente tabla el hábito de consumo de los americanos ubica a la salud como lo más importante.

Tabla 3
Gastos de consumo por categoría de productos en %

Categoría de Productos	2017
Salud	21,8%
Vivienda	19,0%
Bienes y servicios varios	14,1%
Ocio y cultura	9,0%
Hoteles y restaurantes	6,9%
Alimentos y bebidas no alcohólicas	6,4%
Muebles, electrodomésticos y hogar	4,1%
Ropa y calzado	3,1%
Educación	2,2%
Comunicación	2,1%
Bebidas alcohólicas, tabaco	1,8%

Nota. Fuente: Santander Trade Markets

El mercado estadounidense ha cambiado los hábitos alimenticios, existen nuevas tendencias en el mercado y un crecimiento de los productos frescos sobre los procesados, no solo en frutas y vegetales, sino en todas las categorías de productos. De igual forma hay un crecimiento en todas las categorías de los productos orgánicos, los consumidores estadounidenses buscan productos que usen menor o ningún químico al momento del cultivo (Pro Ecuador, 2019).

Debido a este cambio de mentalidad en los consumidores norteamericanos, en febrero del 2019 desde Ecuador se exportó por primera vez un cargamento de pitahaya orgánica, es decir libre de

químicos y pesticidas, hacia la ciudad de Los Ángeles, con un peso de 240kg proveniente del cantón Palora (Agrocalidad, 2019).

Sin embargo, se relaciona a la demanda del país objetivo y sus consumidores la existencia de un alto grado de obesidad y estreñimiento, frente a este problema la pitahaya es una solución natural (Recalde Mosquera, 2019).

La pitahaya es una fruta muy especial en cuanto a cualidades medicinales con una variedad de aplicaciones que van desde el alivio de problemas estomacales hasta problemas endocrínicos y, mejora el funcionamiento del sistema digestivo. El beneficio más conocido de esta fruta es la capacidad antioxidante que se atribuye a sus semillas por su alto contenido de ácidos grasos naturales ya que estos funcionan en el organismo como buffer capturando el colesterol generando un efecto cardiotónico (Huachi, y otros, 2015).

Igualmente es importante destacar que la generación millennials de Estados Unidos son también consumidores potenciales para los productos ecuatorianos, puesto que esta generación está liderando el cambio en la revolución de la industria alimentaria y las tendencias de consumo, este grupo constituye la mayor parte de la fuerza laboral estadounidense en la actualidad. Para el 2030 la generación Millennial tendrá 78 millones de personas, mientras que la generación Boomer sólo tendrá 56 millones de personas en los Estados Unidos (Pro Ecuador, 2019).

En relación con los acuerdos comerciales, Estados Unidos ha otorgado preferencias comerciales unilaterales como el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) que concede arancel cero o mínimos a los países beneficiarios. En marzo 2018, Estados Unidos aprobó la renovación del SGP lo cual favorece a 120 países en vías de desarrollo incluido el Ecuador, estará vigente hasta el 31

de diciembre de 2020. La fruta pitahaya es beneficiaria del Sistema Generalizado de Preferencias permitiendo acceder a este mercado libre de aranceles (Pro Ecuador, 2019).

El comportamiento de consumo de la fruta exótica pitahaya en territorio estadounidense ha ido en aumento en los últimos años, de acuerdo a los datos del BCE en el 2017 se exportó 231 toneladas de esta fruta, en el 2018 se exportó 1908 toneladas y, en 2019 un total de 3793 toneladas de la fruta exótica pitahaya.

3. METODOLOGÍA

La investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos aplicados al estudio de un fenómeno o problema (Hernandez Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014). Para la recopilación de información es imperativo acudir a datos de revistas, tesis y artículos científicos que nos brinde información para cumplir los objetivos planteados.

A causa de esto, la presente investigación tiene un alcance exploratorio y descriptivo bajo el método de investigación deductivo y documental porque busca determinar las características e incidencias de la realidad particular que se investiga por medio de revisiones literarias en informes de organismos de comercio exterior para conocer con más detalle el fenómeno dado.

El presente artículo tiene un enfoque cuantitativo porque se realizó el análisis de gráficos estadísticos que nos permite identificar la influencia de la fruta pitahaya en el mercado de Estados Unidos en el periodo 2017-2019.

Las variables de la presente investigación son exportaciones de pitahaya y su incidencia en Estados Unidos, la unidad de análisis son las exportaciones de pitahayas y se delimitó un periodo

de tiempo de tres años (2017 – 2019) para evidenciar la incidencia de esta fruta en el mercado estadounidense.

Para el procesamiento de la información del presente artículo realizamos por medio de la técnica de recolección de datos documental que proviene de revisiones exhaustivas de fuentes secundarias como datos de libros, revistas especializadas, tesis de estudio y artículos científicos; los instrumentos utilizados para el desarrollo de esta investigación fueron bases literarias como páginas web, alertas comerciales, boletines e informes de organismos de comercio exterior y reportes estadísticos.

Así mismo para la obtención de información procedimos a revisar informes de entidades gubernamentales como Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Pro Ecuador), Banco Central del Ecuador (BCE), Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario (Agrocalidad), Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), organismos relacionados con el comercio internacional como la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Corpei) y portales web de organismos internacionales como la organización de las Naciones Unidas (FAO), Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Organización Mundial de la Salud (OMS), así como artículos científicos tesis y libros que contenían material referente al tema de investigación.

4. RESULTADOS

Las exportaciones de frutas no tradicionales han crecido 13% por año y, en la actualidad a diferencia los siglos pasados al Ecuador le conviene acrecentar sus esfuerzos en la oferta exportable de frutas no tradicionales debido a su incremento dentro del periodo 2017-2019.

Tabla1

Exportaciones FOB en miles USD

Año	Frutas No Tradicionales
2017	108.318
2018	125.571
2019	160.072

Nota. Fuente: BCE

Tomando en cuenta las principales frutas exóticas de exportación registradas en el 2017 se puede evidenciar que EE.UU. y los países europeos fueron los principales destinos de nuestras frutas exóticas. En relación con la pitahaya, destacó Hong Kong como principal importador.

Tabla2

Principales destinos de exportación de frutas exóticas 2017

Producto	Destino 1		Destino 2		Destino 3		Destino 4		Destino 5	
	País	%	País	%	País	%	País	%	País	%
Mango	EEUU	90%	Canadá	3%	Chile	2%	Nueva Zelanda	2%	Holanda	1%
Piña	Chile	31%	Reino Unido	15%	Argentina	14%	Bélgica	13%	Alemania	11%
Pitahaya	Hong Kong	56%	EEUU	12%	Canadá	9%	Singapur	9%	Francia	5%
Papaya	Reino Unido	77%	Holanda	14%	Alemania	6%	Perú	3%	Colombia	0.5%

Nota. Fuente: CORPEI

Las frutas exóticas han logrado un espacio en los mercados extranjeros, el incremento de su consumo permite la oportunidad de consolidar una diversificación en los productos de la oferta exportable no petrolera que actualmente maneja el Ecuador.

Tabla3

Exportaciones de Frutas Exóticas

Año	TM	FOB
2017	2.841,5	16.344,9
2018	6.349,5	38.201,6
2019	9.899,3	69.240,9

Nota- Fuente: BCE

Este sector no se ve directamente afectado por la caída de los precios del petróleo y tiene un impacto positivo en el saldo de la balanza comercial.

Tabla 4

Balanza Comercial

Año	Exportaciones FOB			Importaciones FOB			Balanza Comercial		
	Total	Petroleras	No P.	Total	Petroleras	No P.	Total	Petrolera	No P.
2017	19.092	6919,8	12.172,5	19.033,1	3.201,1	15.832,0	59,2	3.718,7	-3659,5
2018	21.628,0	8.801,8	12.826,2	22.105,6	4.342,8	17.762,8	-477,6	4.459,0	-4.936,6
2019	22.329,4	8.679,6	13.649,8	21.509,3	4.159,0	17.350,3	820,1	4.520,6	-3.700,4

Nota. Fuente: BCE

Nos podemos percatar que en el año 2018 el saldo de la balanza comercial fue negativo debido a que las importaciones no petroleras fueron mayores que las exportaciones no petroleras, sin embargo, en el año 2017 y 2019 el saldo de la balanza comercial fue positivo pese a que se mantuvo

la misma condición, lo que refleja una oportunidad para el sector de frutas no tradicionales no sólo por la incidencia de las frutas exóticas en particular de la pitahaya como fruta fresca en los países desarrollados sino también por su valor agregado, lo que permitiría incrementar los ingresos y generar desarrollo para los sectores productor y exportador.

Tabla5

Exportaciones totales de Pitahaya

Código	Producto	2017		2018		2019	
		TM	FOB	TM	FOB	TM	FOB
0810904000	Pitahayas	1.935,2	12.879,2	5.152,9	31.996,9	7.498,8	44.048,5

Nota. Fuente: BCE

Podemos evidenciar la influencia de la fruta pitahaya en el mercado internacional dada las siguientes cifras del BCE. Los países importadores que registran mayor participación en las exportaciones de pitahaya desde Ecuador en el periodo 2017 al 2019 son los mercados de Estados Unidos, Hong Kong, Canadá, Singapur y Francia. El mercado estadounidense se consolidó como el principal importador de pitahaya en el 2019, en apenas tres años superó a Hong Kong quien hasta el 2018 era el principal comprador.

Tabla6

Países consumidores de Pitahaya

Países	2017		2018		2019	
	TM	FOB	TM	FOB	TM	FOB
EE.UU	231,1	1.417,2	1908,05	9.266,3	3793,5	19.115,3
Hong Kong	1094,2	7.453,8	2558,2	17.938,1	2678,7	17.768,2
Singapur	150,4	1.078,2	158,9	1.244,3	312,9	2.079,1
Canadá	201,0	1.139,6	208,1	1.474,8	202,3	1.533,5
Francia	99,6	686,3	132,5	848,1	153,5	865,9
Holanda	60,6	371,1	52,2	383,6	68,9	659,9
España	35,4	190,3	67,7	355,8	155,5	823,3
Malasia	22,2	218,1	34,9	277,0	78,8	586,1

Nota. Fuente: BCE

Podemos reconocer que el país norteamericano de Canadá en el 2019 ha reducido sus exportaciones de pitahaya, esto hace referencia a que la demanda en relación a las preferencias del consumidor no ha sido cubierta por Ecuador sin embargo existe potencial.

Los estadounidenses destinan sus gastos mayormente a la salud, son más sensibles con el medio ambiente y de acuerdo con la tendencia de este mercado de consumir productos más saludables, se afirma un cambio de mentalidad por parte de los consumidores sobre productos frescos y orgánicos debido a que buscan que no se use ningún químico al momento del cultivo con el fin de evitar enfermedades, lo que evidencia la importancia y el potencial de la fruta pitahaya en el mercado estadounidense.

5. CONCLUSIONES

En los mercados internacionales la pitahaya es muy apetecida, por ser una fruta exótica, resulta muy atractiva para el consumidor, además se puede gozar no sólo del fruto, sino también de sus partes como el tallo, la flor y las semillas.

Estados Unidos ha cambiado los hábitos alimenticios, los consumidores prefieren productos frescos sobre los procesados, así como productos orgánicos libres de pesticidas; son más sensibles con el medio ambiente y preocupados por el no uso de productos químicos.

El consumidor americano se encuentra a la vanguardia en el consumo de productos saludables priorizando la salud como lo más importante, el consumo de frutas como la pitahaya ha ido aumentando gradualmente desde el 2017, ayudando naturalmente a las personas con problemas de obesidad, estreñimiento, y colesterol.

La apertura de nuevas empresas de alimentos, el acceso a mercados minoristas y mayoristas, y la participación en ferias de frutas y hortalizas permite a los exportadores de pitahaya diferentes canales de distribución donde poder ofertar la pitahaya en el mercado estadounidense.

Para afianzar el crecimiento de esta fruta en el mercado es indispensable proporcionar un mayor valor comercial, o sea valor agregado; acorde las tendencias actuales de consumo de los estadounidenses se abren muchas puertas para los que puedan elaborar snacks de pitahaya, mermeladas, jaleas, gelatinas, refrescos, helados, yogurt, té, cocteles, bebidas energizantes, así como esencias extraídas de las flores.

Para el año 2030 se pronostica que la generación millenials en Estados Unidos serán 78 millones de personas, son potenciales consumidores de los productos ecuatorianos, debido a que esta

generación prioriza cuidarse mejor sin ir al doctor, lidera el cambio en la revolución de la industria alimentaria y tendencias de consumo, además de ser la mayor fuerza laboral estadounidense.

6. RECOMENDACIONES

Para afianzar el crecimiento de esta fruta en el mercado es indispensable proporcionar un mayor valor comercial, o sea valor agregado, en relación al incremento de las tendencias actuales de consumo de los estadounidenses pues se abren muchas puertas para los productores o exportadores que puedan ofrecer snacks de pitahaya, mermeladas, jaleas, gelatinas, refrescos, helados, yogurt, té, cocteles, bebidas energizantes, así como esencias extraídas de las flores.

Es esencial que el Ministerio de Comercio Exterior en conjunto con el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR y demás organismos relacionados al comercio internacional, mantengan los esfuerzos realizados por medio de capacitaciones, incentivos, estudios de inteligencia, eventos y ferias tanto nacionales como internacionales para generar conocimiento e interés del público sobre las bondades de la fruta exótica pitahaya.

REFERENCIAS

Agrocalidad. (2019). *Agrocalidad certificó el primer envío de Piatahaya Orgánica a Estados Unidos*. Recuperado el 05 de marzo de 2020, de <http://www.agrocalidad.gob.ec/primerenvio-de-pitahaya-a-eeuu/>

Andrade López, M. N. (2017). *Análisis de la diversificación de exportaciones no tradicionales en el Ecuador período 2007-2015: Caso de la eportación de Pitahaya deshidratada al mercado internacional (Tesis de pregrado)*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura, Quito. Recuperado el 5 de Marzo de 2020, de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/14246>

Arreaga Gómez, L. F. (2017). *La producción y exportación de las principales frutas no tradicionales y su importancia en las exportaciones totales del Ecuador, periodo 2012-2016 (Tesis de pregrado)*. Universidad De Guayaquil Facultad De Ciencias Económicas De Economía, Guayaquil. Recuperado el 05 de marzo de 2020, de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/23040>

BCE. (2020). *Estadísticas de Comercio Exterior*. Recuperado el 05 de marzo de 2020, de <https://www.bce.fin.ec/index.php/c-externior>

BCE. (2020). *Información Estadística Mensual*. Recuperado el 05 de marzo de 2020, de <https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>

Cepal. (2000). *Exportaciones no tradicionales latinoamericanas: un enfoque no tradicional*. Santiago de Chile. Recuperado el 05 de marzo de 2020, de

<https://www.cepal.org/es/publicaciones/4413-exportaciones-tradicionaleslatinoamericanas-un-enfoque-tradicional>

Corpei. (2019). *Frutas exóticas ecuatorianas en mercados internacionales*. Recuperado el 05 de marzo de 2020, de <https://corpei.org/2019/01/02/frutas-exoticas-ecuatorianas-enmercados-internacionales/>

CTA, FAO, UNCTAD/OMC. (2001). *Los Mercados Mundiales de Frutas y Verduras*. Recuperado el 05 de marzo de 2020, de <http://www.fao.org/3/y1669s/y1669s0g.htm#bm16>

El Universo. (2018). Frutas exóticas de Ecuador abren y ganan mercados en Europa y Estados Unidos. Guayaquil. Recuperado el 05 de marzo de 2020, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/07/24/nota/6873881/frutas-exoticas-abrenganan-mercados>

Hernandez Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la Investigación. Recuperado el 05 de marzo de 2020, de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-lainvestigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Huachi, L., Yugsi, E., Paredes, M., Coronel, D., Verdugo, K., & Coba Santamaría, P. (2015). Desarrollo de la Pitahaya (*Cereus SP*) en Ecuador. *La Granja. Revistas de Ciencias de la Vida*, v. 22(n. 2), p. 50-58. Recuperado el 5 de Marzo de 2020, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=476047267005>

Jodán Molina , D., Vásconez Cruz, J. S., Veliz Quinto , C. D., & González, V. (2009). *Producción y Exportación de la fruta Pitahaya Hacia el Mercado Europeo (Tesis de pregrado)*. Espol Facultad de Economía y Negocios, Guayaquil. Recuperado el 05 de marzo de 2020, de <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/6307>

Mag. (2018). *MAG promueve producción y comercialización de pitahaya, en El Oro*. Quito. Recuperado el 05 de marzo de 2020, de <https://www.agricultura.gob.ec/mag-promueveproduccion-y-comercializacion-de-pitahaya-en-el-oro/>

Mag. (2018). *Productores de Pitahaya de El Oro son capacitados en manejo del cultivo*. Quito. Recuperado el 05 de marzo de 2020, de <https://www.agricultura.gob.ec/productores-depitahaya-de-el-oro-son-capacitados-en-manejo-del-cultivo/>

Magap. (2018). *Productores de Pitahaya de El Oro son capacitados en manejo del cultivo*. Quito. Recuperado el 05 de marzo de 2020, de <https://www.agricultura.gob.ec/productores-depitahaya-de-el-oro-son-capacitados-en-manejo-del-cultivo/>

Medina Rivadeneria, P. E., & Mendoza Angulo, F. H. (2011). *Elaboración de Mermelada y Néctar a Partir de la Pulpa de Pitahaya y Determinación de Capacidad Antioxidante por el Método DPPH (1,1 Difetil-2 Picril Hidrazila) Tesis de pregrado*. Universidad de Guayaquil Facultad de Ingeniería Química , Guayaquil. Recuperado el 05 de marzo de 2020, de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/2142>

Nájera Veintimilla, J. A. (2011). *Exportación de pitahaya en conserva procesada en Ecuador hacia el mercado de EE.UU.* Universidad De Las Américas Facultad de Ciencias Económicas y

Administrativas, Quito. Recuperado el 05 de marzo de 2020, de <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/2890>

OMS. (2013). *Fomento del Consumo Mundial de Frutas y Verduras*. Recuperado el 05 de marzo de 2020, de <https://www.who.int/dietphysicalactivity/fruit/es/>

Pro Ecuador. (2017). *Exportaciones de Pitahaya ecuatoriana hacia Estados Unidos*. Recuperado el 05 de marzo de 2020, de <https://www.proecuador.gob.ec/exportaciones-de-pitahayaecuatoriana-hacia-estados-unidos-noviembre-2017/>

Pro Ecuador. (2018). Estados Unidos incrementa dependencia de importaciones en sector de frutas y vegetales. Recuperado el 05 de marzo de 2020, de <https://www.proecuador.gob.ec/estados-unidos-incrementa-dependencia-deimportaciones-en-sector-de-frutas-y-vegetales-marzo-2018/>

Pro Ecuador. (2018). *Tendencia de alimentos en Estados Unidos*. Recuperado el 05 de marzo de 2020, de <https://www.proecuador.gob.ec/tendencia-de-alimentos-en-estados-unidos/>

Pro Ecuador. (2018). *Vegetales y frutas ecuatorianas se promocionan en el sudeste de Estados Unidos*. Recuperado el 05 de marzo de 2020, de <https://www.proecuador.gob.ec/vegetalesy-frutas-ecuatorianas-se-promocionan-en-el-sudeste-de-estados-unidos/>

Pro Ecuador. (2019). *El Millennial en Estados Unidos, un consumidor potencial para los productos ecuatorianos en Chicago*. Recuperado el 05 de marzo de 2020, de <https://www.proecuador.gob.ec/el-millennial-en-estados-unidos-un-consumidorpotencial-para-los-productos-ecuatorianos-en-chicago/>

Pro Ecuador. (2019). *Empresas americanas impulsan la pitahaya amarilla con marca Dragon Fuel*. Recuperado el 05 de marzo de 2020, de <https://www.proecuador.gob.ec/empresasamericanas-impulsan-la-pitahaya-amarilla-con-marca-dragon-fuel/>

Pro Ecuador. (2019). *Gran aceptación de opciones saludables en la ciudad de Chicago*. Recuperado el 05 de marzo de 2020, de <https://www.proecuador.gob.ec/gran-aceptacionde-opciones-saludables-en-la-ciudad-de-chicago/>

Pro Ecuador. (2019). *Guía comercial EEUU 2019*. Recuperado el 05 de marzo de 2020, de <https://www.proecuador.gob.ec/guia-comercial-de-estados-unidos/>

Proaño Bastidas, S. C. (2013). *Estudio de Exportación de la Pitahaya ecuatoriana hacia el mercado europeo*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador Facultad de Comunicación Lingüística y Literatura, Quito. Recuperado el 05 de marzo de 2020, de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/9327>

Recalde Mosquera, M. (2019). *Plan de Negocio para la Producción y Exportación de Snack e Infusión de Pitahaya Orgánica Deshidratada a Estados Unidos*. Universidad Casa Grande. Departamento de Posgrado, Guayaquil. Recuperado el 05 de marzo de 2020, de <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/1914>

Riofrio Miranda, K. M., & Vera Salazar, K. J. (2019). *Impacto del desarrollo de la producción sobre las exportaciones de pitahaya del Ecuador en el periodo 2015 - 2018*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Guayaquil.

Recuperado el 05 de marzo de 2020, de
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/13899>

Santander. (2019). *Estados Unidos: Llegar al consumidor*. Recuperado el 05 de marzo de 2020, de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/estados-unidos/llegar-alconsumidor>

Trujillo Regalado, D. X. (2014). *Microorganismos Asociados a la Pudrición Blanda del Tallo y Manchado del Fruto en el Cultivo de Pitahaya Amarilla en Ecuador. Tumbaco-Pichincha (Tesis de pregrado)*. Universidad Central del Ecuador Facultad de Ciencias Agrícolas, Quito. Recuperado el 05 de marzo de 2020, de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/2494>

Verdugo Morales , Nathaly; Andrade Díaz , Víctor. (2018). Productos tradicionales y no tradicionales del Ecuador: Posicionamiento y eficiencia en el mercado internacional para el período 2013 - 2017. *X-pedientes Económicos*, v. 2(n. 3), p. 84-102. Recuperado el 05 de Abril de 2020, de http://ojs.supercias.gob.ec/index.php/X-pedientes_Economicos/article/view/43