



**República del Ecuador
Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil**

**Trabajo de Titulación
Para la Obtención del Título de:
Ingeniera en Comercio Exterior Mención Negocios Internacionales.**

**Tema:
Análisis de Exportación de Pitahaya Ecuatoriana con valor agregado a
Emiratos Árabes Unidos.**

**Autora:
May Faten Chouman Baque**

**Director del Trabajo de Titulación:
Ing. Francisco Hernández, MSc.**

2023

Guayaquil – Ecuador

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme lograr este paso, por darme salud y por guiar mi camino, ya que sin él no lo hubiese hecho. A mis padres, hermana, pareja por siempre apoyarme en todo. Gracias a mis amigos y familia que siempre me han brindado su apoyo, a mis profesores y a la Universidad por todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera. A mi tutor por las revisiones de este artículo, sugerencias y apoyo que ha brindado desde el principio de este trabajo.

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mis padres por todo el esfuerzo que han hecho para que me gradúe, admiro su perseverancia y el jamás rendirse a pesar de los momentos difíciles y también por apoyarme en cada paso de mi vida y a mi abuelita que está en el cielo por siempre estar orgullosa de mí, ya que gracias a sus apoyos me han motivado siempre a seguir adelante y cumplir una de mis anheladas metas de poder culminar la universidad.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Quien suscribe, **May Faten Chouman Baque** egresada de la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil con **C.I 0921569729** de la carrera de Ing. Comercio Exterior Mención Negocios Internacionales declara que la responsabilidad de este trabajo de titulación “**ANÁLISIS DE EXPORTACIÓN DE PITAHAYA ECUATORIANA CON VALOR AGREGADO A EMIRATOS ÁRABES UNIDOS.**” Es de su autoría con sus correspondientes citas bibliográficas, resultados y conclusiones pertenecientes al autor.

May Faten Chouman Baque.

ANÁLISIS DE EXPORTACIÓN DE PITAHAYA ECUATORIANA CON VALOR AGREGADO A EMIRATOS ÁRABES UNIDOS.

May Faten Chouman Baque
maya-faten@hotmail.com

RESUMEN

El actual artículo estableció como objetivo general analizar la exportación de pitahaya ecuatoriana con valor agregado cultivada en la ciudad de Palora provincia de Morona Santiago hacia el país Emiratos Árabes Unidos. Los resultados mostraron que las exportaciones de pitahaya ecuatoriana hacia Emiratos Árabes Unidos en los últimos años han tenido un crecimiento de más del 600% al alcanzar en 2021 un valor FOB de \$780,796.55. Los requisitos para acceder al mercado comprenden la documentación, certificados de origen y sanitario, normativa sanitaria y fitosanitaria, el idioma en árabe o inglés, al igual que exigencias de empaque, embalaje y etiquetado. En cambio, los procesos de exportación después de pandemia que se han dispuesto para la fruta son que debe ser fresca, limpia y libre de agentes extraños, polvo e insectos, transportada en condiciones de refrigeración apropiadas. Incluso libre de rastros de pesticidas y productos químicos, excepto los límites permisibles aceptados conforme el Standard Codex “Maximum Residue Limits (MRLs) de Pesticidas”. Se concluye que la pitahaya ecuatoriana es una fruta tropical única y con alto contenido nutricional. Por ello, la exportación de esta fruta hacia los Emiratos Árabes Unidos con valor agregado puede proporcionar una gran oportunidad para los productores locales de Palora.

Palabras clave: Exportación, Pitahaya, Valor Agregado, Emiratos Árabes Unidos.

INTRODUCCIÓN

La pitahaya es un fruto tropical conocido también como fruta del dragón que se encuentra en climas cálidos, principalmente en América Central y América del Sur, destacando su producción en países como México, Colombia, Costa Rica, Brasil, Venezuela y Ecuador, enfatizando en esta última nación el cantón Palora de la provincia Morona Santiago (Verona et al., 2020). Con el paso de los años, la popularidad de esta fruta se ha extendido a diferentes partes del mundo, abarcando una amplia aceptación en el mercado internacional desde el año 2005. Actualmente, la pitahaya representa una de las frutas exóticas que sustenta, dentro de las exportaciones no tradicionales del país, una participación significativa (Revista Gestión Digital, 2020).

Cabe mencionar que, Ecuador dispone para la producción de la pitahaya 1,528 hectáreas, y según la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario (AGROCALIDAD) se encuentran registrados 2,260 productores vinculados con la actividad de exportación. La producción de esta fruta se concentra mayoritariamente en las provincias de Morona Santiago, Guayas, Manabí y Pichincha; y, hasta el presente año (2023) este producto ecuatoriano se exporta a 56 países, siendo Estados Unidos su principal destino con un volumen exportado de 15.092.983,10 kilogramos (Kg). A esto se suma Canadá (1.058.550,00 Kg), Colombia (969.541,00 Kg) y Singapur (483.361,00 Kg) (Agrocalidad, 2022a; Agrocalidad, 2022b).

Con respecto al mercado de los Emiratos Árabes Unidos, las exportaciones de la pitahaya ecuatoriana se han incrementado en los últimos años, llegando a exportar 30.6 toneladas en el 2021 que generaron \$ 167,2 (miles FOB). A pesar de este escenario, en los supermercados emiratíes la procedencia de este producto deriva principalmente de Colombia y Tailandia, demostrando que la fruta ecuatoriana aún no goza de un posicionamiento significativo en este país. Sin embargo, ante

el seguimiento de una tendencia de consumo basado en alimentos saludables, destacando las frutas exóticas, este producto sustenta una amplia demanda, otorgando al Ecuador la oportunidad de cubrirla a través de estrategias que fomenten su promoción y exportación al mercado emiratí (Pro Ecuador, 2018).

En consecuencia, la pregunta de investigación indica ¿Cómo ha evolucionado la exportación de pitahaya ecuatoriana con valor agregado a Emiratos Árabes Unidos? La importancia de este estudio implica generar un efecto positivo en la economía a través de los datos obtenidos para la futura toma de decisiones, lo cual, contribuirá con el aumento en los ingresos generados por exportaciones, aumento de empleo y la mejora de la competitividad de los productores y exportadores del producto en el mercado internacional.

La investigación se desarrolla con el objetivo de analizar la exportación de pitahaya ecuatoriana con valor agregado cultivada en la ciudad de Palora provincia de Morona Santiago hacia el país Emiratos Árabes Unidos. Por otro lado, los objetivos específicos apuntan a: explicar la evolución de exportaciones de Pitahaya desde Ecuador a Emiratos Árabes Unidos en los últimos 5 años; identificar los requisitos para acceder al mercado de Emiratos Árabes Unidos; y, analizar los procesos actuales de exportación de pitahaya post-covid.

MARCO TEÓRICO

Pitahaya

La pitahaya (nombre científico: *Hylocereus* spp.) es una fruta tropical de la familia de las cactáceas cuyo origen se remonta a la región de México, Colombia y Centroamérica; tiene una forma ovalada y una cáscara dura y rugosa con un color amarillo o rojo. La carne de la pitahaya es carnosa y jugosa, con un sabor ligeramente dulce que recuerda al melón; por otro lado, esta fruta contiene un alto contenido de fibra, vitaminas y minerales, además de antioxidantes y otros

nutrientes beneficiosos para la salud. Cabe mencionar que, la pitahaya es conocida en diferentes partes del mundo con diferentes nombres; en México, Ecuador y otros países se les llama pitahaya o fruta del dragón. En el Caribe es conocida como fruta de la vida o fruta del corazón; en India se la reconoce como *kamrak* o *kamrakh*; en el sur de China la llaman *huoluxigua* o melocotón del dragón; en Japón se denomina *hyakkaen*; en Francia es *ciergelézard*; en Estados Unidos es conocida como *Belle of the night*; en Alemania es *Echtestachelbirn*; y, en Inglaterra es *night flowering cactus* (Solís et al., 2022).

Actualmente, existen dos variedades de pitahaya, la roja y la amarilla; la primera es conocida científicamente como *Hylocereus undatus*, y la segunda como *Hylocereus megalanthus* (Hai et al., 2021). La variedad más común es la pitahaya roja o también denominada pitahaya dulce, siendo una fruta redonda y carnosa con un sabor dulce y refrescante (Rojas & Praciak, 2021). Por otro lado, la pitahaya amarilla comparte ciertas similitudes a diferencia del color que es amarillo y el sabor que es ligeramente ácido, siendo utilizada con mayor frecuencia en la preparación de batidos, postres, y otras preparaciones dulces o saladas (Altuna et al., 2018). A continuación, se presenta la taxonomía de esta fruta (InfoAgro, 2022).

Tabla 1

Taxonomía de la pitahaya

Criterio	Descripción
Familia	Cactaceae
Género	Hylocereus
Especie	H. undatus; H. megalanthus
Nombre común	Pitaya, Pitahaya, Fruta del dragón

Nota. Tomado de *El cultivo de la Pitahaya*, por InfoAgro (2022)

En relación con las propiedades de la pitahaya, esta fruta es rica en nutrientes al contener vitaminas A, C y B, así como minerales tales como hierro, calcio, fósforo, magnesio, potasio y

zinc (Parmar et al., 2019). Estos nutrientes tienen muchos beneficios para la salud, como mejorar el sistema inmunológico, fortalecer los huesos y los dientes, mejorar la piel, el cabello y las uñas, y ayudar a controlar los niveles de colesterol (Hossain et al., 2021). Por otro lado, mejora la digestión debido a que contiene mucha fibra, contribuyendo a evitar los problemas intestinales, regular el tránsito intestinal y prevenir el estreñimiento. Asimismo, por sus propiedades antioxidantes ayudan a luchar contra los radicales libres y prevenir el envejecimiento prematuro de las células; además, es baja en calorías siendo una buena opción para aquellas personas que quieren perder peso (Jimenez et al., 2022).

Estado actual de la pitahaya en el mercado internacional y nacional

En el marco internacional, la pitahaya se produce comercialmente en naciones como Vietnam, Tailandia, Sri Lanka, Malasia, Israel, Taiwán y China; el 70% de la producción vietnamita es consumida por los chinos, mientras que, el 50% de la producción mundial de la pitahaya es generada por Vietnam (Stellar Market Research, 2021). En el 2021 se registraron a nivel mundial \$ 4,061 millones por concepto de importaciones de la pitahaya, un 17% más que en el año 2020; los principales importadores fueron China con el 31%, Hong Kong y Países Bajos con el 7%. En cuanto a las exportaciones, estas representaron un total de \$ 3,870 millones, un 0.3% menos que en el período 2020, donde los exportadores principales fueron Tailandia con el 22%, Vietnam con el 19%, Países Bajos con el 9% y China con el 6%; referente al precio internacional de esta fruta, hasta diciembre del 2021 se mantuvo en \$ 3,301 por tonelada (Ministerio de Agricultura y Ganadería, [MAG], 2021).

En el contexto nacional, la pitahaya contribuyó al Valor Agregado Bruto (VAB) Agropecuario en conjunto con otras frutas el 0.5%; con respecto al empleo, el cultivo de este producto demandó la participación de 7,435 personas en el año 2021, donde el 44% eran

productores o familiares, el 19% sustentaba una remuneración ocasional y el 37% una remuneración permanente. Referente a la caracterización sociodemográfica del productor, en promedio esta persona se mantiene en los 52 años, predominando el sexo masculino, el nivel de instrucción superior (37%) y la primaria (27%), identificándose mayoritariamente como mestizos (71%) (MAG, 2021).

En la tabla 2 se especifican las provincias que son las productoras principales de esta fruta a nivel nacional. En cuanto a la caracterización de la producción, se destaca que el 96% de las plantaciones tienen menos de 10 años, y el 4% restante se encuentra entre los 10 a 20 años. Por otro lado, se enfatiza que el 75% de los productores poseen cultivos menores de cinco hectáreas, el 21% tiene entre cinco a 10 hectáreas y solo el 4% mantiene más de 10 hectáreas, además, el 99% son dueños de la tierra en la que cultivan. Referente al precio de la fruta bajo el nivel de productor, se identificó que hasta diciembre del 2021 se mantuvo en \$ 1,639 por tonelada (MAG, 2021).

Tabla 2

Principales provincias productoras

Provincia	Unidad de Producción Agropecuaria (UPA)	Superficie (Hectáreas: ha)	Producción (toneladas: t)	Rendimiento (t/ha)
Nacional	959	1,446	8,673	6.00
Morona Santiago	392	907	3,935	4.34
Imbabura	62	246	2,454	9.96
Guayas	233	127	1,123	8.83
Zamora Chinchipe	17	85	592	7.00
Pastaza	155	47	383	8.21
Manabí	6	26	172	6.62
Otras	94	9	14	3.13

Nota. Tomado de *Boletín Situacional Pitahaya 2021*, por MAG (2021).

Tendencias de consumo de pitahaya en Emiratos Árabes Unidos

Los Emiratos Árabes Unidos (EAU) es un país árabe situado en el Golfo Pérsico, al este de Arabia Saudí y al oeste de Omán; está formado por siete emiratos: Abu Dhabi, Dubái, Sharjah, Ras Al Khaimah, Umm Al Quwain, Ajman y Fujairah. EAU es una monarquía absoluta, con el jeque de Abu Dhabi como jefe de estado y el jeque de Dubái como primer ministro, su idioma oficial es el árabe, aunque el inglés es hablado por la mayoría de la población. Además, es uno de los países más ricos del mundo, con grandes reservas de petróleo y gas natural, y una economía diversificada. El turismo es una importante fuente de ingresos para la nación, siendo con Dubái una de las principales destinos turísticas del mundo (Valbuena & Montenegro, 2019).

Cabe mencionar que, los EAU importa alrededor del 90% de sus necesidades alimenticias, integrando la pitahaya, dentro de los principales importadores de alimentos de este país se encuentran los Estados Unidos, India, Alemania, China, Países Bajos, Turquía, Arabia Saudita, España, Japón, Francia, Reino Unido, Italia, entre otros. Estas naciones exportan productos alimenticios como carne, pescado, frutas y verduras, cereales, lácteos, aceite, café y cacao, hierbas y especias, productos congelados, productos lácteos en polvo, productos de panadería, productos de confitería y demás. Con respecto a la pitahaya, esta fruta en los EAU es consumida principalmente por las personas de niveles económicos altos y medio, siendo empleada con mayor frecuencia en los hoteles y sustentando un consumo superior en Sharjah, Abu Dhabi y Dubái (Osaili et al., 2022).

En los EAU se ha visto un incremento en la popularidad de la pitahaya debido a su alto contenido nutricional y su sabor. Al ser una fruta versátil, se puede comer en una variedad de formas, como en ensaladas, sopas, postres, licuados y más. Estas cualidades han contribuido al incremento de su reconocimiento en dicho país; actualmente, la pitahaya forma parte del desayuno

de la población emiratí, asimismo, también representa un ingrediente en la preparación de crepe *cakes*, ensaladas y tartas. Actualmente, los consumidores de este mercado prefieren la fruta sin empaque, dado que, esto posibilita que la persona verifique el estado de la pitahaya. No obstante, los productos empaquetados simultáneamente han ganado un espacio en razón de la facilidad de poder ser transportadas. Por otro lado, se destaca que la pitahaya amarilla es la preferida de este mercado, aunque no se mantiene disponible en todo el año. Dentro de los principales proveedores de esta fruta, se encuentran la India, Egipto, Tailandia, Vietnam, Irán, Estados Unidos, Sudáfrica y demás países. Con respecto a los precios, la pitahaya amarilla se ubica entre los \$ 13 a \$ 15 por kilo, mientras que, la pitahaya roja varía entre los \$ 3 a \$ 6 por kilo (Pro Ecuador, 2018).

Considerando la ciudad Palora de la provincia de Morona Santiago como objeto de estudio, se determina que esta se encuentra ubicada en la región amazónica del Ecuador y es conocida como el centro comercial de la provincia, contando con una población de aproximadamente 35,000 habitantes. También es conocida como el Edén de la Amazonía, dado que el 50% de su área territorial forma parte de la zona protegida del Parque Nacional Sangay (Municipio Palora, 2022). Esta comunidad de igual forma es reconocida por su producción elevada de pitahaya y té con una calidad ideal para la exportación. La producción de la pitahaya en esta ciudad se ha ido incrementado con el paso de los años, pasando de 35 toneladas en la década de los 90 a las seis mil toneladas durante el 2019 (Plan V, 2022).

Exportación

Exportación es el proceso de enviar bienes o servicios desde un país a otro; en general, los bienes o servicios se envían a través de medios como el comercio internacional, el transporte marítimo, el transporte aéreo o el comercio electrónico (L. Macías et al., 2020). Las exportaciones representan una vía de ingresos importante para el gobierno y también para los productores, dado

que, estos se utilizan para el financiamiento de diferentes programas gubernamentales, inversiones en infraestructura y desarrollo económico. De igual forma, las exportaciones aumentan el empleo y ayudan a generar divisas extranjeras para el país, asimismo, ayudan a los países a diversificar su economía, y aumentar su competitividad en el mercado internacional (Águila & Díaz, 2020).

De acuerdo con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) la exportación es una actividad que se fundamenta en el envío o la venta de bienes y servicios fuera del área nacional, es decir, representa la acción de expedir hacia otros territorios o países un producto con un fin comercial (SENAE, 2022). A pesar de los beneficios que generan las exportaciones a una nación, tales como un mayor crecimiento económico, aumento en los ingresos, mejoras en la calidad de vida, mayor diversificación de la economía, mayor competitividad en los mercados internacionales, impulso del desarrollo industrial y tecnológico, existen algunos desafíos asociados con esta actividad (Orhan et al., 2022). Estos incluyen el cumplimiento de las normas comerciales, el cumplimiento de los compromisos de apertura comercial, el cumplimiento de los compromisos de calidad y la protección del medio ambiente. Todos estos factores pueden afectar la competitividad de un país en el ámbito internacional (Majidli, 2020).

Plan estratégico

Un plan estratégico es un documento que establece los objetivos, metas y acciones de una organización para alcanzar las metas a largo plazo, mismo que está diseñado para guiar la dirección de la empresa, y establece un marco para la toma de decisiones. Este plan se utiliza para asegurar que todos los miembros de la organización estén alineados con los objetivos a largo plazo y para proporcionar una dirección clara para el futuro (Jaramillo & Tenorio, 2019). Un plan estratégico puede abordar cualquier área de una organización, desde finanzas hasta recursos humanos, y

contribuye al establecimiento de prioridades y a la alineación de los recursos para avanzar hacia los objetivos empresariales (Macías & Mero, 2022).

El plan estratégico debe comenzar con la definición clara de los objetivos que la organización desea alcanzar. Estos objetivos deben ser medibles, alcanzables, relevantes y limitados en el tiempo, además, deben ser lo suficientemente específicos como para permitir que la empresa mida el progreso hacia su logro. Una vez que se han establecido los objetivos, la organización identifica las metas que debe alcanzar para lograr los objetivos, así también, desarrollar un plan de acción para alcanzarlas. Este plan tendrá que incluir una lista de pasos únicos que la empresa deberá contemplar para cumplir con cada meta (Tóala et al., 2022). Por otro lado, se debe integrar un mecanismo para medir el progreso en la dirección de los objetivos, lo cual ayudará a la institución a asegurarse de que está en la dirección correcta (Yousef et al., 2022).

Con respecto al plan estratégico de exportación, este es un documento formal que proporciona un marco para la definición y la implementación de la estrategia de exportación de una empresa. El plan describe la estrategia de la organización para alcanzar sus objetivos de exportación a través de la identificación de los mercados objetivo, la selección de los productos y servicios a exportar, la definición de los canales de distribución, la fijación de los precios y el diseño de la estrategia de promoción y publicidad. El plan define también la estructura de los equipos de exportación, los recursos y los presupuestos necesarios para su implementación (Ramírez et al., 2021).

Cabe mencionar que, el plan estratégico de exportación debe ser revisado y ajustado regularmente para mantener su eficacia y garantizar que el proceso de exportación sea eficiente, esto es especialmente importante ya que el entorno comercial internacional está en constante cambio (Pesantez & Cabrera, 2021). La revisión y actualización frecuente del plan estratégico de

exportación de una empresa asegurará que la empresa esté preparada para aprovechar las oportunidades que se presentan en el mercado (García et al., 2021). Por otro lado, el desarrollo de este plan ofrece numerosos beneficios a las empresas, estos incluyen una mayor visibilidad internacional, mejoras en la eficiencia de los procesos de negociación, una mayor seguridad de los flujos de ingresos y una mejor reputación en el mercado. Esto a su vez ayuda a las organizaciones a crecer, aumentar los ingresos y mejorar su posicionamiento en los mercados globales. Además, un plan estratégico de exportación puede contribuir a que las empresas incrementen su cuota de mercado, expandirse a nuevos mercados y aumentar su competitividad (Safari & Salman, 2020).

Valor agregado

El término valor agregado se refiere a la cantidad de valor que se añade a un producto, servicio o proceso antes de que se ofrezca al mercado. Esto se logra a través de los esfuerzos adicionales realizados por los fabricantes para mejorar la calidad, diseño, durabilidad, funcionalidad, servicio al cliente, entrega, etc. El valor agregado puede ser un factor decisivo para los consumidores a la hora de decidir entre un producto o servicio y otro. Los beneficios del valor agregado incluyen una mayor lealtad de los clientes, una mayor satisfacción del cliente, una mayor rentabilidad y una mejor imagen de la marca (Loor & Pizarro, 2021).

METODOLOGÍA

Dentro de las características metodológicas aplicadas al presente estudio, se destaca el nivel comprensivo, tipo proyectivo, diseño documental, evolutivo contemporáneo y univariable, con el método analítico sintético (Rincón, 2017). El nivel comprensivo se aplicó con la finalidad de entender la situación del estudio en un nivel más profundo y así comprender las situaciones que caracterizan al evento problemático. El tipo de investigación proyectivo incluye analizar la exportación de exportación de la Pitahaya ecuatoriana cultivada en la ciudad de Palora hacia los

Emiratos Árabes Unidos, con el fin de servir para la toma de decisiones a futuro. En relación con el diseño, dado que la información se obtuvo de fuentes documentales se utilizó el diseño documental, un enfoque usado para recolectar datos a través del uso de documentos existentes en páginas gubernamentales como el Banco Central del Ecuador (BCE), el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador y el Sistema de Información Pública Agropecuaria (SIPA) del MAG.

Con respecto a la acción de cuándo buscar la información, se adoptó el diseño evolutivo contemporáneo en el presente, indicando que, la investigadora analizó el tema de las exportaciones de pitahaya durante un período de tiempo. Referente al criterio de, qué tanta información buscar se determina el factor de un solo evento de cada tipo, utilizando el diseño univariable que se centra en el análisis de las exportaciones del producto. En relación con el método analítico sintético, su aplicación derivó del hecho en que este factor se basa en la deconstrucción de un todo, de este modo, se contempló el análisis de las exportaciones de la fruta y las tendencias de consumo en el mercado extranjero para la exportación de la pitahaya hacia los EAU.

Para la recolección de datos, se utilizó las técnicas de revisión documental y la entrevista; como instrumento, se empleó la matriz de registro que es una herramienta que permitió ordenar la información obtenida en un esquema de columnas y filas, para así, efectuar gráficos que permitan identificar la evolución de las exportaciones de Pitahaya ecuatoriana en conjunto con la demanda y oferta del producto hacia el mercado internacional. Por otro lado, se utilizó la guía de entrevista conformada por 14 preguntas, misma que fue aplicada a tres exportadores de pitahaya de la ciudad de Palora (Ver anexo 1). Cabe mencionar que, se considera como población a un solo exportador para el desarrollo de la entrevista, mientras que, el período de análisis para la revisión documental es desde el 2018 al 2022.

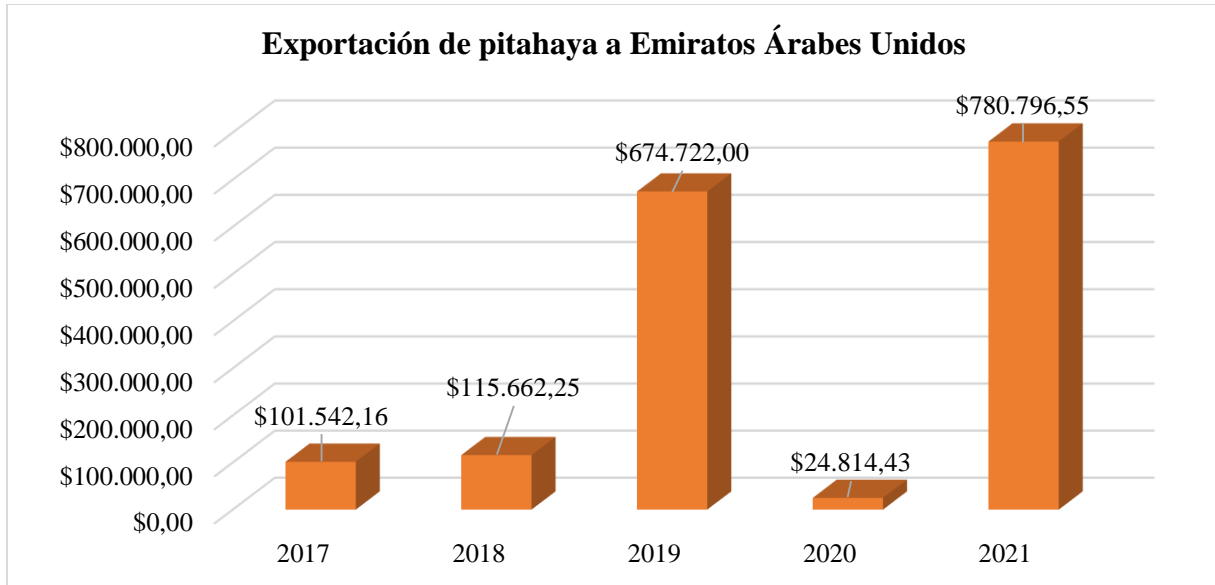
RESULTADOS

Revisión documental

Evolución de exportación de Pitahaya a Emiratos Árabes Unidos

Figura 1

Evolución de exportación de pitahaya 2017-2021



Nota: tomado de Exportaciones, por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, (2023).

Por medio de la revisión documental en la página del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador fue posible apreciar la evolución que ha tenido la exportación de pitahaya a Emiratos Árabes Unidos durante el periodo 2017-2021 con la subpartida 08109040. Cabe señalar que el año 2022 aún no ha sido subidos los archivos respectivos, por lo cual se estableció la información a recopilar hasta el 2021. Los datos muestran que durante el año 2017 la exportación de la fruta en valor FOB fue de \$101,542.16 cuya cifra tuvo un pequeño crecimiento en el 2018, pero que en el 2019 esta cifra aumentó en casi seis veces demostrando una mayor aceptación del producto exótico. En el 2020, año de la pandemia las transacciones comerciales tuvieron un decrecimiento significativo llegando a \$24,814.43, no obstante, en 2021 el comercio con Emiratos Árabes Unidos

superó la cifra del 2019 alcanzando los \$780,796.55. Los datos revisados se pueden apreciar en la Figura 1.

Requisitos para acceder al mercado de Emiratos Árabes Unidos

Los requisitos generales que Emiratos Árabes Unidos solicita para el ingreso de alimentos comprenden: los documentos requeridos, las certificaciones, la normativa sanitaria y fitosanitaria, los requisitos de empaque, embalaje y etiquetado, así como el idioma, los cuales se detallan a continuación.

Documentos requeridos

Para exportar a Emiratos Árabes Unidos es necesario que el vendedor cumpla con los requerimientos de las Autoridades de la Municipalidad de Dubái que son:

- El documento de transporte marítimo Bill of Lading (conocimiento de embarque)
- Cuando son contenedores se requiere el pedido de envío
- Certificado sanitario que este aprobado por la Autoridad Sanitaria del país de origen
- Lista de carga (packing list)
- Certificados que se necesite en cuanto a nivel de epidemias internacionales o que sea solicitado por el país local.

Certificaciones

- Certificado de origen: Debe estar notariado en Ecuador para que se confirme la procedencia del producto.
- Certificado sanitario: El documento tiene que estar notariado en Ecuador con el fin de certificar que el producto es apto para el consumo humano, al igual que fue preparado y transportado mediante estrictas condiciones sanitarias.

Normativa sanitaria y fitosanitaria

Para ingresar productos vegetales se requiere que pasen una cuarentena y que dispongan de un certificado fitosanitario.

Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado

Los productos alimenticios (registro del producto, etiqueta) deben tener la autorización del Departamento de Control de Alimentos de la Municipalidad de Dubái. Cuando es por primera vez, la empresa importadora debe conseguir la aprobación de etiquetado cumpliendo las normas de etiquetado de alimentos envasados establecidos en la norma GSO 9:2007 o normas de cada alimento individualmente. La etiqueta de alimentos debe tener los siguientes aspectos:

- El país de origen del alimento
- Información nutricional
- Nombre del producto
- Fecha de producción y caducidad
- Lista de ingredientes en orden decreciente de proporciones con título previo de ingredientes, donde se incluya los aditivos alimentarios, la fuente de las grasas de origen animal. Asimismo, la presencia de un ingrediente obtenido mediante biotecnología y los ingredientes o productos alimenticios que causan hipersensibilidad.
- Instrucciones de uso y almacenamiento
- Lote de identificación
- Nombre y dirección del fabricante, distribuidor, envasador, vendedor o exportador e importador.

Idioma

Las declaraciones explicativas y el etiquetado se deben efectuar en árabe o inglés. En el caso de etiquetas complementarias en árabe alado de la original, esta debe ser un adhesivo único y cumplir con norma GSO 9/2007, no puede ocultar información que solicita la norma ni contener información discrepante con la etiqueta original (ProEcuador, 2019).

Figura 2

Proceso de exportación post-covid



A diferencia de lo demostrado en la figura 2, la exportación de Pitahaya no tenía la misma promoción que se ha conseguido hasta la actualidad. Si bien es cierto, se ha convertido en uno de los principales productos no tradicionales de exportación ecuatoriana, su comercialización durante

la pandemia tuvo problemas al enviar el producto debido a la caída de los precios, cambios en la logística, protocolos sanitarios, cambios en la demanda, restricciones comerciales y cambios en los requisitos de seguridad alimentaria. Antes de la pandemia, el proceso de exportación de pitahaya de origen ecuatoriano comenzaba con la cosecha y preparación de los frutos, seguido por la selección y empaque, y finalmente se enviaba el producto a los destinos, quienes solicitaban la fruta. Hoy en día, Ecuador cuenta también con un protocolo de exportación dirigido al mercado chino.

Por ese entonces, únicamente existía un plan de trabajo operacional enfocado en el mercado estadounidense, mientras que en otros países como los Emiratos Árabes Unidos los supermercados importaban directamente o empresas dedicadas a la importación directa. Para estos casos, se había aprobado el manual de certificación fitosanitaria de pitahaya para exportación aplicable a todos los lugares de producción, centros de acopio, transporte, Direcciones Distritales, Jefaturas de Servicio de Sanidad Agropecuaria, puntos de control y embarque, involucrados en la inspección fitosanitaria y emisión de Certificados Fitosanitarios de Exportación (CFE) relacionados con la exportación de fruta fresca de pitahaya.

Resultados de la entrevista

1. ¿Cuáles son las principales características de la pitahaya ecuatoriana que han fomentado su aceptación en el mercado internacional?

La pitahaya ecuatoriana es una fruta con una gran variedad de características y beneficios que la hacen ideal para exportar. Esta fruta es rica en vitamina C y minerales como el hierro y el calcio. Su sabor dulce y refrescante se destaca entre otras frutas, lo que la hace una opción más atractiva para los consumidores.

2. Bajo su percepción ¿Cómo ha ido evolucionando las exportaciones de la pitahaya ecuatoriana hacia el mercado internacional?

Desde que la pitahaya ecuatoriana comenzó a exportarse al mercado internacional, hemos visto una gran evolución. Hemos pasado de exportar un producto básico sin valor agregado a productos con un alto valor agregado como es la pulpa de la fruta. Esto nos ha permitido aumentar nuestras ventas y hacer frente a la competencia de otros mercados. También hemos mejorado nuestra capacidad de ofrecer productos con mejor calidad y precios más competitivos, lo cual ha ayudado a ampliar nuestra presencia en los mercados internacionales y a obtener nuevos clientes.

3. En promedio, especifique ¿Cuál es el nivel de producción de pitahaya que mantiene al año? Indique conforme la variedad que cultiva, sea la pitahaya roja o amarilla?

Como exportador de pitahaya ecuatoriana en pulpa, en promedio producimos aproximadamente 176 toneladas de pitahaya al año, siendo la mayoría de la producción la fruta roja, con algunos lotes de pitahaya amarilla. No obstante, tenemos la capacidad de aumentar dicha cantidad si la demanda de la fruta incrementa considerablemente.

4. En promedio, especifique ¿Cuál es el volumen de exportación de pitahaya que mantiene al año? Indique conforme la variedad que cultiva, sea la pitahaya roja o amarilla.

Al disponer de los dos tipos de pitahaya, se suele exportar la fruta en color rojo aproximadamente unas 123 toneladas anuales y 53 toneladas de pitahaya amarilla. Estas cifras han ido en aumento en los últimos años, debido al creciente interés por la pitahaya ecuatoriana en el exterior.

5. ¿Cuáles son sus principales destinos hacia los cuáles exporta esta fruta?

El mayor cliente para la Pitahaya es Estados Unidos que es un mercado bastante amplio seguido de Canadá y Colombia con menores cantidades. Esto se debe a que Estados Unidos tiene

una población mucho mayor que los otros países, lo que hace que su mercado sea mucho mayor y es uno de los mayores consumidores de frutas y verduras en el mundo, lo que hace que sea un mercado atractivo para los exportadores. Por otro lado, Canadá y Colombia también tienen una conexión comercial con Ecuador, pero el tamaño de su mercado es mucho menor, siendo un factor importante para su venta a dichas naciones la cercanía.

6. ¿Cuáles son los procesos actuales de exportación de pitahaya post-covid?

Los procesos de exportación después de pandemia, se ha dispuesto que fruta deberá ser fresca, limpia y libre de agentes extraños, polvo e insectos, transportada en condiciones de refrigeración apropiadas. Incluso libre de rastros de pesticidas y productos químicos, excepto los límites permisibles aceptados conforme el Standard Codex “Maximum Residue Limits (MRLs) de Pesticidas”.

7. En la actualidad, las tendencias de consumo de alimentos saludables se han incrementado en los Emiratos Árabes Unidos, destacando las frutas exóticas como la pitahaya ¿Considera que Ecuador tiene la oportunidad de incrementar el volumen de exportación de este producto hacia dicho país? Justifique sus razones.

Claro que sí, Ecuador tiene la oportunidad de incrementar el volumen de exportación de la pitahaya hacia los Emiratos Árabes Unidos debido a varias razones como el clima que es ideal para el cultivo de dicha fruta, lo que significa que el producto tendrá una calidad óptima y un alto nivel de frescura. Esto es clave para satisfacer la demanda de los consumidores que buscan alimentos saludables y de calidad. Además, el país cuenta con una amplia red de exportación que le permite llegar a destinos internacionales como los Emiratos Árabes Unidos de manera eficiente, es decir, que el producto llegará al destino con una cadena de suministro segura, lo que es vital para garantizar la calidad de los alimentos. Incluso, el Ecuador dispone de una infraestructura

adecuada para el procesamiento de la pitahaya para obtener la pulpa, por lo que los productores tendrán la capacidad de ofrecer un producto con valor agregado, lo que los hace más atractivos para los consumidores de los Emiratos Árabes Unidos.

8. Cuál es el tamaño del mercado de Emiratos Árabes Unidos y por qué optaron por ese?

Emiratos Árabes Unidos es un mercado prometedor para la exportación de productos ecuatorianos, especialmente de frutas, ya que representan un destino de más de 9 millones de personas con una economía en fuerte crecimiento, lo que les ha permitido ser uno de los principales destinos de importación de productos del mundo. Los Emiratos Árabes Unidos son un destino ideal para la exportación de pitahaya ecuatoriana debido a su ubicación geográfica, su amplia red de transporte y sus modernas infraestructuras de almacenamiento. Además, la demanda de frutas exóticas como la pitahaya ha aumentado significativamente en los últimos años en los Emiratos Árabes Unidos.

9. El mercado de Emiratos Árabes Unidos es explotado o pagan más?

Los Emiratos Árabes Unidos (EAU) son un mercado cada vez más explotado para la exportación de frutas tropicales como la pitahaya. En general, los precios de la pitahaya ecuatoriana con valor agregado en el mercado de EAU son ligeramente más altos que en otros mercados internacionales. Esto se debe en parte a la alta demanda de productos de alta calidad en el mercado de EAU, lo que hace que los precios sean más competitivos y los compradores estén dispuestos a pagar un precio ligeramente más alto.

10. ¿Qué productos se exportan bajo la subpartida 08.10.90.40.00?

La subpartida mencionada es los tamarindos frescos, los anacardos, la jaca, litchis, sapotillos, maracuyá, carambola, pitahaya y otros frutos comestibles.

11. ¿De qué forma se podría aumentar el volumen de exportación de la pitahaya ecuatoriana hacia el mercado emiratí? ¿Qué se debe hacer o qué recursos se deben utilizar?

Para esto se requiere varias estrategias, empezando con la promoción del producto para que los consumidores conozcan las características únicas y los beneficios que ofrece la pitahaya ecuatoriana. Esto se puede lograr a través de la publicidad en línea y en medios de comunicación, la participación en ferias y exposiciones, el uso de embajadores de marca, entre otros. Además, se debe trabajar para mejorar la calidad y la presentación del producto, incluyendo la adopción de métodos de cultivo y procesamiento más modernos, el uso de envases y embalajes de mejor calidad y la implementación de normas de calidad más estrictas. Se debe explorar la posibilidad de agregar valor al producto mediante la producción de derivados de la pitahaya, como mermeladas, bebidas, helados, pulpa empaquetada, entre otros.

12. Según un informe de Pro-Ecuador, la pitahaya colombiana amarilla se visualiza con mayor frecuencia en los supermercados emiratíes ¿Qué puede hacer Ecuador para mejorar su nivel de competitividad y el posicionamiento de la fruta en el mercado emiratí?

El país debe establecer una estrategia de diferenciación de productos, lo cual involucraría ofrecer mercancía con valor agregado como pitahayas orgánicas, congeladas, en pulpa, así como garantizar la trazabilidad de la fruta desde el origen hasta el destino. Esto permitirá a Ecuador ofrecer un producto único y diferenciado que se destaque sobre los demás en el mercado emiratí.

13. ¿Considera usted que la elaboración de un plan estratégico de exportación de la pitahaya ecuatoriana hacia el país Emiratos Árabes Unidos resulta viable para incrementar las exportaciones del producto en dicha nación?

Por supuesto que sí, dado que Emiratos Árabes Unidos es un mercado en crecimiento para productos exóticos como la pitahaya ecuatoriana, y dada la alta demanda en esta nación por

productos exóticos, un plan estratégico de exportación de la pitahaya ecuatoriana hacia Emiratos Árabes Unidos podría ser una excelente forma de incrementar las exportaciones de este producto. Además, es una nación con una alta densidad de población, lo que la hace un mercado potencialmente grande para los productos ecuatorianos.

14. ¿Qué aspectos claves se deben considerar en la elaboración del plan estratégico de exportación de la pitahaya ecuatoriana?

Es necesario empezar por conocer a fondo el mercado de los Emiratos Árabes Unidos, teniendo en cuenta el nivel de renta y el poder adquisitivo de la población, la cultura y los gustos de los consumidores locales, así como también los canales de distribución y la infraestructura disponible. Asimismo, tener presente aspectos logísticos como el embalaje, el transporte, la seguridad de los productos, la documentación necesaria para el ingreso de la pitahaya ecuatoriana y los requisitos sanitarios. Inclusive, los aspectos financieros y comerciales, como los precios de la pitahaya, el tipo de negociación a realizar, los medios de pago existentes, los incentivos y los costos de exportación. Finalmente, un análisis de la competencia y establecer una estrategia de marketing eficaz, como promociones, publicidad, identificar el target adecuado y la mejor forma de llegar a los consumidores. Esto ayudará a aumentar la demanda y asegurar una mayor presencia en el mercado.

Propuesta de valor agregado de la pitahaya ecuatoriana

La pitahaya ecuatoriana es una fruta tropical única y con alto contenido nutricional. Por ello, la exportación de esta fruta hacia los Emiratos Árabes Unidos con valor agregado puede proporcionar una gran oportunidad para los productores locales de Palora.

Prácticas agrícolas sostenibles: Los productos son obtenidos de cultivos de pitahaya orgánica certificada, con una producción respetuosa con el medioambiente, lo que garantiza la

producción de pitahaya con calidad, sabor y textura únicos. Además, se garantiza una producción sin uso de pesticidas ni herbicidas, una mano de obra responsable y un tratamiento adecuado de los desechos. Estas prácticas garantizan una producción de pitahaya saludable y segura para el consumidor.

Calidad y seguridad alimentaria: Es importante garantizar la calidad y seguridad alimentaria, lo que se logra mediante el cumplimiento estricto de las normas sanitarias y de buenas prácticas de manufactura, así como el uso de tecnologías de procesamiento modernas para garantizar que la pulpa sea segura para el consumidor.

Pitahaya orgánica: La pitahaya orgánica se cultiva en la ciudad de Palora, provincia de Morona Santiago, y se caracteriza por su calidad nutritiva y sabor único, también contiene una gran cantidad de nutrientes como vitaminas, minerales, fibra y antioxidantes, que son esenciales para la salud. La pulpa de la pitahaya orgánica es una excelente opción para añadir a batidos, postres y como complemento en platos saludables. Esta fruta también es una excelente fuente de energía para los deportistas, lo que se debe a su contenido de carbohidratos, proteínas, vitaminas y minerales.

Pulpa de pitahaya: El producto final ofrecido será una pulpa de pitahaya congelada con una fórmula y procesamientos únicos, para asegurar la más alta calidad y frescura. La pulpa de la pitahaya orgánica es una excelente opción para añadir a batidos, postres y como complemento en platos saludables. Esta fruta también es una excelente fuente de energía para los deportistas, lo que se debe a su contenido de carbohidratos, proteínas, vitaminas y minerales.

El empaquetado de la pulpa de pitahaya: Para esto se ofrecerá un empaque con un diseño moderno y atractivo que resalte la calidad y el origen de la fruta que será seleccionada cuidadosamente para que luego se extraiga la pulpa y sea envasada y etiquetada de acuerdo con la

legislación local. Se debe disponer de un envase hermético para mantener la frescura y el uso de materiales reciclables, lo cual garantizan la calidad y el sabor únicos de la pitahaya ecuatoriana, así como el respeto al medioambiente.

CONCLUSIONES

La tendencia de crecimiento de la exportación de pitahaya, en valor FOB, en los últimos cinco años ha sido creciente hacia Emiratos Árabes Unidos, con un pequeño crecimiento en el año 2018, un aumento significativo en 2019, una caída en 2020 debido a la pandemia, y una recuperación en 2021 superando la cifra del 2019. En términos de cuantificación, el crecimiento ha significado una tasa de aumento que supera el 600%, pasando de \$101,542.16 en 2017 a \$780,796.55 en 2021. Esto sugiere que el mercado está madurando y existe una mayor aceptación del producto exótico en la región. A partir de los datos presentados, se puede concluir que el mercado de Emiratos Árabes Unidos tiene un potencial importante para la exportación de pitahaya ecuatoriana en el futuro.

Por otro lado, Emiratos Árabes Unidos tiene requisitos estrictos para la importación de alimentos, incluyendo la exportación de pitahaya de origen ecuatoriano. Para exportar pitahaya a este país, se requiere el cumplimiento de los documentos requeridos, certificaciones de origen, normativa sanitaria y fitosanitaria, requisitos de empaque, embalaje y etiquetado, así como el idioma, que debe ser en árabe o inglés. Es necesario que los documentos estén notariados en Ecuador para confirmar la procedencia del producto, que esté apto para el consumo humano, y que se cumplan con las normas de etiquetado de alimentos envasados.

En cuanto a los procesos actuales de exportación de pitahaya, se puede concluir que los procesos actuales de exportación de pitahaya post-covid implican una serie de medidas adicionales para garantizar la seguridad alimentaria y cumplir con los requisitos fitosanitarios de los países de

destino. Estos procesos incluyen que la fruta deberá ser fresca, limpia y libre de agentes extraños, polvo e insectos, transportada en condiciones de refrigeración apropiadas. A su vez, libre de rastros de pesticidas y productos químicos, excepto los límites permisibles aceptados conforme el Standard Codex “Maximum Residue Limits (MRLs) de Pesticidas”. Además, la pitahaya ecuatoriana puede diferenciarse en términos de calidad y sabor, lo que puede permitirle posicionarse como un producto premium en el mercado de Emiratos Árabes Unidos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agrocalidad. (2022a, febrero 3). *Exportaciones de pitahaya crecieron casi 60% en 2021*. AGROCALIDAD. <https://www.agrocalidad.gob.ec/exportaciones-de-pitahaya-crecieron-casi-60-en-2021/>
- Agrocalidad. (2022b, noviembre 15). *Pitahaya de Ecuador se exporta ya a 56 países: Perú se suma a la lista*. AGROCALIDAD. <https://www.agrocalidad.gob.ec/pitahaya-de-ecuador-se-exporta-ya-a-56-paises-peru-se-suma-a-la-lista/>
- Águila, A., & Díaz, R. (2020). Las estrategias de exportaciones en cuba, un procedimiento para su implementación en Cementos Cienfuegos S. A. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(6), 292-302.
- Altuna, J., Quinteros, M., Monica, S., Alvarez, M., Morales, D., & Carrillo, W. (2018). Yellow pitaya (*hylocereus megalanthus*) fatty acids composition from ecuadorian Amazonia. *Asian Journal of Pharmaceutical and Clinical Research*, 11(11), 1-4. <https://doi.org/10.22159/ajpcr.2018.v11i11.24922>
- García, M., Salas, L., & Ramiro, A. (2021). *Cultura organizacional y liderazgo de la pequeña y mediana empresa en Cali: Análisis desde el género del gerente*. Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Valle.
- Hai, T., Linh, T., Huynh, N., & Quintela, P. (2021). Dragon fruit: A review of health benefits and nutrients and its sustainable development under climate changes in Vietnam. *Czech Journal of Food Sciences*, 39(2), 71-94. <https://doi.org/10.17221/139/2020-CJFS>
- Hossain, F., Numan, S., & Akhtar, S. (2021). Cultivation, Nutritional Value and Health Benefits of Dragon Fruit (*Hylocereus* spp.): A Review. *International Journal of Horticultural Science and Technology*, 8(3), 259-269. https://ijhst.ut.ac.ir/article_80693_30cfe598b15e300767dcd5f8f646f175.pdf
- InfoAgro. (2022). *El cultivo de la Pitahaya*. https://www.infoagro.com/documentos/el_cultivo_pitahaya.asp
- Jaramillo, S., & Tenorio, J. (2019). Planeación estratégica y su aporte al desarrollo empresarial. *Espí-ritu Emprendedor TES*, 3(1), Art. 1. <https://doi.org/10.33970/eetes.v3.n1.2019.127>
- Jimenez, S., Garcia, L., Ramirez, X., Aguirre, H., Escobar, A., Contreras, L., Garcia, J., & Feregrino, A. (2022). Pitahaya Peel: A By-Product with Great Phytochemical Potential,

- Biological Activity, and Functional Application. *Molecules*, 27(5339), 1-14. <https://doi.org/10.3390/molecules27165339>
- Loor, J., & Pizarro, S. (2021). Estrategias de agregación de valor para la elaboración y comercialización de productos: Caso Productos Jon's | 593 Digital Publisher CEIT. *Digital Publisher CEIT*, 6(5), 308-321. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.5.685>
- Macías, L., Montalvan, J., Mero, C., & Granoble, P. (2020). Exportaciones ecuatorianas: Un análisis a la producción no afectada por la emergencia sanitaria. *Polo del Conocimiento*, 5(10), 89-103. <https://doi.org/10.23857/pc.v5i10.1790>
- Macías, M., & Mero, J. (2022). Importancia de Planeación Estratégica en Empresas en el Siglo XXI. *Polo del Conocimiento*, 7(2), 31-39. <https://doi.org/10.23857/pc.v7i2.3567>
- Majidli, F. (2020). Problems encountered by SMES in export activities. *55th International Scientific Conference on Economic and Social Development*, 630-636. <https://doi.org/10.1787/g2g9fb36-en>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2021). *Boletín Situacional Pitahaya 2021*. <https://online.fliphtml5.com/ijia/vauh/>
- Municipio Palora. (2022). *Palora*. <https://www.palora.gob.ec/>
- Orhan, A., Emikönel, M., Emikönel, M., & Castanho, R. (2022). Reflections of the “Export-Led Growth” or “Growth-Led Exports” Hypothesis on the Turkish Economy in the 1999–2021 Period. *Economies*, 10(269), 1-18. <https://doi.org/10.3390/economies10110269>
- Osaili, T., Al, M., Dhanasekaran, D., Bani, W., Al, H., Al, A., Cheikh, L., Al, K., Pisharath, V., Holley, R., & Obaid, R. (2022). Pesticide residues in fresh fruits imported into the United Arab Emirates. *Heliyon*, 8(12), e11946. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e11946>
- Parmar, M., Pore, D., Kumar, S., Singh, T., & Pandya, N. (2019). Health Benefits of Dragon Fruit. *Nutrition & Food Science International Journal*, 8(4), 1-3. <http://dx.doi.org/10.19080/NFSIJ.2019.08.555743>
- Pesantez, Z., & Cabrera, E. (2021). Análisis del plan estratégico del cacao fino y de aroma ecuatoriano, periodo 2013-2017. *Sinergia*, 12(3), 135-147.
- Plan V. (2022, noviembre 28). *Pitahaya: Un cultivo «de oro» que impacta en la pérdida de bosques nativos en la Amazonía ecuatoriana*. Plan V. <https://www.planv.com.ec/historias/plan-verde/pitahaya-un-cultivo-oro-que-impacta-la-perdida-bosques-nativos-la-amazonia>

- Pro Ecuador. (2018). *Estudio de Pitahaya en Emiratos Árabes Unidos*.
<https://www.proecuador.gob.ec/pitahaya-en-emiratos-arabes-unidos/>
- ProEcuador. (2019). *Guía Comercial Emiratos Árabes Unidos*.
<https://www.proecuador.gob.ec/download/84941/>
- Ramírez, J., Aristizábal, M., Hoyos, H., Díaz, C., & Redondo, M. (2021). *Moneda, banca e introducción a la teoría monetaria*. Ediciones de la U.
- Revista Gestión Digital. (2020). *Pitahaya: La fruta exótica más exportada del Ecuador*.
<https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/pitahaya-la-fruta-exotica-mas-exportada-del-ecuador>
- Rincón, L. (2017). *Diseños investigación rincon 2017*. <https://es.slideshare.net/cefalola/diseos-investigacion-rincon2017>
- Rojas, J., & Praciak, A. (2021). *Hylocereus undatus (dragon fruit)*. *CABI Compendium*, 1-40.
<https://doi.org/10.1079/cabicompendium.27317>
- Safari, A., & Salman, A. (2020). KeydeterminantsofSMEs'exportperformance: Aresource-based view andcontingencytheory approach using potential mediators. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 35(4), 635-654. <http://dx.doi.org/10.1108/JBIM-11-2018-0324>
- SENAE. (2022). *Para Exportar*. <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2023). *Exportaciones*.
<https://www.aduana.gob.ec/exportaciones/>
- Solís, Y., Chancay, M., Ponce, K., & Arauz, Y. (2022). Oportunidades de Exportación Productos no Tradicionales: Caso de Estudio Producción de Pitahaya Roja de La Parroquia Puerto Cayo. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, 8(1), 39-56.
<http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i41.2557>
- Stellar Market Research. (2021). *Dragon Fruit Market: Industry Analysis and Forecast (2022-2027) Trends, Statistics, Dynamics, Segmentation*. Stellar Market Research.
<https://www.stellarmr.com/report/Dragon-Fruit-Market/1089>
- Tóala, S., Tóala, F., & Cañarte, A. (2022). La planeación estratégica y su aporte al desarrollo organizacional de las microempresas. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, 8(1), 1016-1034. <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i1.2619>
- Valbuena, P., & Montenegro, Y. (2019). *Retos para la negociación con los Emiratos Árabes Unidos*. Universidad del Bosque.

- Verona, A., Urcia, J., & Paucar, L. (2020). Pitahaya (*Hylocereus* spp.): Cultivo, características fisicoquímicas, composición nutricional y compuestos bioactivos. *Scientia Agropecuaria*, *11*(3), 439-453. <http://dx.doi.org/10.17268/sci.agropecu.2020.03.16>
- Yousef, S., Arshad, D., & Mohd, M. (2022). The Influence of Systematic Strategic Planning and Strategic Business Innovation on the Sustainable Performance of Manufacturing SMEs: The Case of Palestine. *Sustaunability*, *14*(13388), 1-26. <https://doi.org/10.3390/su142013388>

ANEXOS

Anexo 1. Guía de entrevista

República del Ecuador
Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil

Tema: Análisis de Exportación de Pitahaya Ecuatoriana con valor agregado a Emiratos Árabes Unidos.

Instrucciones: Por favor, responda con sinceridad cada pregunta que se le realice. Se agradece su participación.

1. ¿Cuáles son las principales características de la pitahaya ecuatoriana que han fomentado su aceptación en el mercado internacional?
2. Bajo su percepción ¿Cómo ha ido evolucionando las exportaciones de la pitahaya ecuatoriana hacia el mercado internacional?
3. En promedio, especifique ¿Cuál es el nivel de producción de pitahaya que mantiene al año? Indique conforme la variedad que cultiva, sea la pitahaya roja o amarilla.
4. En promedio, especifique ¿Cuál es el volumen de exportación de pitahaya que mantiene al año? Indique conforme la variedad que cultiva, sea la pitahaya roja o amarilla.
5. ¿Cuáles son sus principales destinos hacia los cuáles exporta esta fruta?
6. ¿Cuáles son los procesos actuales de exportación de pitahaya post-covid?
7. En la actualidad, las tendencias de consumo de alimentos saludables se han incrementado en los Emiratos Árabes Unidos, destacando las frutas exóticas como la pitahaya ¿Considera que Ecuador tiene la oportunidad de incrementar el volumen de exportación de este producto hacia dicho país? Justifique sus razones,
8. ¿Cuál es el tamaño del mercado de Emiratos Árabes Unidos y por qué optaron por ese?
9. El mercado de Emiratos Árabes Unidos es explotado o pagan más?
10. ¿Qué productos se exportan bajo la subpartida 08.10.90.40.00?
11. ¿De qué forma se podría aumentar el volumen de exportación de la pitahaya ecuatoriana hacia el mercado emiratí? ¿Qué se debe hacer o qué recursos se deben utilizar?
12. Según un informe de Pro-Ecuador, la pitahaya colombiana amarilla se visualiza con mayor frecuencia en los supermercados emiratíes ¿Qué puede hacer Ecuador para mejorar su nivel de competitividad y el posicionamiento de la fruta en el mercado emiratí?
13. ¿Considera usted que la elaboración de un plan estratégico de exportación de la pitahaya ecuatoriana hacia el país Emiratos Árabes Unidos resulta viable para incrementar las exportaciones del producto en dicha nación?
14. ¿Qué aspectos claves se deben considerar en la elaboración del plan estratégico de exportación de la pitahaya ecuatoriana?