



**Pontificia Universidad
Católica del Ecuador**
Seréis mis testigos

MANABÍ

CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

TRABAJO DE TITULACIÓN

**ANÁLISIS DE LOS DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES DEL
MERCADO ESPAÑOL PARA LA EXPORTACIÓN DE
PITAHAYA ROJA. CASO PITAKAWSAY CIA. LTDA.**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

**ADMINISTRACIÓN EFICIENTE Y EFICAZ DE LAS ORGANIZACIONES PARA LA
COMPETITIVIDAD SOSTENIBLE Y LOCAL**

SUBLÍNEA

MERCADEO Y ESTRATEGIA EMPRESARIAL

PREVIO AL TÍTULO DE

LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTORA

AMY DANIELA RODRÍGUEZ BARBA

TUTOR

MGTR. DAVID ALEJANDRO ZALDUMBIDE PERALVO

MANABÍ, FEBRERO DE 2026

**CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR**

Mgtr. David Zaldumbide Peralvo

TUTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICA

En mi calidad de tutor del trabajo de integración curricular, certifico haber revisado el presente manuscrito de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí, cumpliendo la Normativa del Trabajo de Integración Curricular; en consecuencia, es apto para su presentación y sustentación.

Mgtr. David Zaldumbide Peralvo

**TUTOR TRABAJO DE
INTEGRACIÓN CURRICULAR**

CC: 1720536851

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador aprueba el presente trabajo de integración curricular en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Manabí.

Mgtr. David Zaldumbide Peralvo
C.C. 1720536851
PRIMER LECTOR

Mg. Ana Mercedes Sagnay Carrillo
C.C. 0602740672
SEGUNDO LECTOR

Dr. Vicente Fabricio Alvarez Tituano, PhD
C.C. 0603012535
TERCER LECTOR

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD

Este manuscrito no contiene ningún tipo de material que ha sido aceptado para la obtención de un título universitario en otra institución, excepto en forma de información de soporte que ha sido debidamente citada en mi trabajo. Este trabajo es de total responsabilidad del autor, quien declara bajo juramento que ninguna sección de este trabajo de integración curricular infringe los derechos de autor de nadie.

Portoviejo, enero de 2026

(f): _____

Amy Daniela Rodríguez Barba

CC: 1726201237

Email: arodriguez1237@pucesm.edu.ec

Teléfono: 0969006966

DECLARACIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a distribuir este manuscrito de investigación en medios físicos y electrónicos con el fin de promover la divulgación de mis resultados a la comunidad científica y a la sociedad en general. Adicionalmente autorizo el uso de los contenidos de esta investigación como bibliografía para fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, citando como fuente de información al autor de este trabajo.

(f): _____

Amy Daniela Rodríguez Barba

CC: 1726201237

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico con todo mi cariño a mi familia, que siempre ha sido el pilar más importante en mi vida. Gracias por apoyarme en cada decisión y en cada uno de mis proyectos, por creer en mí y estar a mi lado en todo momento.

También quiero dedicar este esfuerzo a Pitakawsay, por la calidez con la que me recibió y por permitirme utilizar su empresa como modelo de investigación. Su calidad humana y profesional hicieron que esta experiencia fuera enriquecedora, y espero que los aportes de este trabajo contribuyan a su futura internacionalización.

Dedico este logro a Dios, por darme la fuerza necesaria para superar cada desafío, por las bendiciones que me ha concedido y por guiarme a lo largo de este camino con propósito y esperanza.

Finalmente, me lo dedico a mí misma, por esforzarme en cada proyecto personal, por no rendirme y por buscar siempre ser una mejor versión de mí, tanto en lo personal como en lo profesional.

Amy Daniela Rodríguez Barba

AGRADECIMIENTOS

Quiero comenzar agradeciendo de corazón a mi familia, que siempre ha sido mi mayor respaldo. A mi mamá, por preocuparse por mi bienestar y ser ese apoyo emocional que nunca me ha faltado; a mi papá, por enseñarme el valor de la disciplina y el esfuerzo; a mi hermano, por hacerme reír incluso en los momentos más tensos; a mis abuelos, por ser ese rincón de paz y cariño que siempre encuentro en ellos; y a mi novio por ser un gran apoyo para cumplir mis metas.

También quiero expresar mi gratitud a mis profesores, quienes no solo hicieron que mi experiencia académica fuera enriquecedora, sino que también estuvieron ahí para apoyarme en este proyecto.

Un agradecimiento especial a Pitakawsay, por abrirme las puertas y darme la oportunidad de estudiar su modelo de negocio. Su colaboración me permitió aprender mucho más sobre los retos y posibilidades de una empresa que busca expandirse hacia mercados internacionales como el español.

Extiendo mi reconocimiento a los otros profesionales que me brindaron su tiempo para realizarles entrevistas, y enseñarme información valiosa. Sus aportes fueron fundamentales para comprender a profundidad el panorama comercial y desarrollar estrategias aplicables.

A todos ustedes, gracias por formar parte de este camino y por contribuir a que este proyecto sea posible.

Amy Daniela Rodríguez Barba

RESUMEN

Esta investigación aborda el *análisis de los desafíos y oportunidades para la exportación de pitahaya roja hacia el mercado español. Caso Pitakawsay Cía. Ltda.*

Pitakawsay es una empresa ecuatoriana dedicada a la producción y comercialización de pitahaya desde el año 2016 que está interesada en emprender un proyecto de expansión hacia el mercado español.

En este contexto surge la pregunta de investigación: ¿Cuáles son los principales desafíos y oportunidades que presenta el mercado español para la exportación de pitahaya roja, en el caso de la empresa Pitakawsay Cía. Ltda.?

El propósito de este trabajo fue analizar los desafíos y oportunidades del mercado español, identificando requisitos, regulaciones, factores económicos, logísticos y de mercado.

Se usó un enfoque mixto y aplicado, se realizaron entrevistas, matrices bibliográficas y estratégicas, análisis cuantitativos y cualitativos, tablas y mapas conceptuales.

En cuanto a los hallazgos resultantes, se muestra que, para exportar pitahaya a España, se necesitan cumplir requisitos fitosanitarios, aduaneros y documentales para asegurar la trazabilidad y seguridad alimentaria.

Finalmente, se recomienda a Pitakawsay que participe en eventos especializados como ferias internacionales y ruedas de negocio para atraer nuevos clientes y fortalecer presencia de mercado en España. También deberá incrementar la investigación de mercados. Por otro lado, se sugiere que diversifique su portafolio con productos procesados y/o derivados de pitahaya. Las estrategias recomendadas guiarán a la empresa hacia una inserción sólida en el mercado español.

Palabras clave: Pitahaya, exportación, requisitos, regulaciones, logística internacional, mercado, medidas fitosanitarias, estrategias.

ABSTRACT

This study examines the challenges and opportunities associated with exporting red pitahaya to the Spanish market, focusing on the case of Pitakawsay Cía. Ltda.

Pitakawsay is an Ecuadorian company dedicated to the production and commercialization of pitahaya since 2016 and is interested in undertaking an expansion project into the Spanish market.

Within this context, the research question arises: What are the main challenges and opportunities presented by the Spanish market for the export of red pitahaya, in the case of Pitakawsay Cia. Ltda.?

The purpose of this study was to analyze the challenges and opportunities of the Spanish market by identifying requirements, regulations, and economic, logistical, and market-related factors. Based on this information, the current situation of the company was assessed, and strategies were proposed to overcome challenges and capitalize on opportunities in the Spanish market.

A mixed and applied methodological approach was adopted, incorporating interviews, bibliographic and strategic matrices, quantitative and qualitative analyses, tables, and conceptual maps.

The findings indicate that exporting pitahaya to Spain requires compliance with phytosanitary, customs, and documentary requirements to ensure traceability and food safety. Finally, it is recommended that Pitakawsay participate in specialized events such as international trade fairs and business matchmaking rounds to attract new clients and strengthen its market presence in Spain.

The company is also advised to expand its market research efforts to diversify its product portfolio by incorporating processed and/or value-added pitahaya products. The proposed strategies are expected to guide the company toward a solid and sustainable entry into the Spanish market.

Keywords: pitahaya, exportation, requirements, regulations, international logistics, market, phytosanitary measures, strategies.

TABLA DE CONTENIDOS

<i>CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR</i>	<i>i</i>
<i>ACTA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL</i>	<i>ii</i>
<i>DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD</i>	<i>iii</i>
<i>DECLARACIÓN DE DERECHOS DE AUTOR</i>	<i>iv</i>
<i>DEDICATORIA</i>	<i>v</i>
<i>AGRADECIMIENTOS</i>	<i>vi</i>
<i>RESUMEN</i>	<i>vii</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>viii</i>
<i>TABLA DE CONTENIDOS</i>	<i>ix</i>
<i>ÍNDICE DE TABLAS</i>	<i>xi</i>
<i>ÍNDICE DE FIGURAS</i>	<i>xi</i>
<i>ANÁLISIS DE LOS DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO ESPAÑOL PARA LA EXPORTACIÓN DE PITAHAYA ROJA. CASO PITAKAWSAY CIA. LTDA.</i>	<i>1</i>
INTRODUCCIÓN	1
Antecedentes	1
Estructura del trabajo	3
Marco Teórico	4
Problema de Investigación	8
Justificación	8
Objetivos de Investigación	10
MATERIALES Y MÉTODOS	10
Matriz Metodológica	10
Enfoque Metodológico	13
Diseño de Investigación	14
Técnicas e instrumentos	14
Población	17
Muestra	17
	ix

RESULTADOS	18
OE1: Determinar los requisitos y regulaciones específicos para la exportación de pitahaya roja hacia España.	19
Resultados de la ficha de investigación bibliográfica	19
Resultados de la entrevista semi-estructurada:	29
OE2: Identificar los factores económicos, logísticos y de mercado que influyen para la exportación de pitahaya roja a España.	31
Resultados de la ficha de investigación bibliográfica	31
Resultados de los Factores Económicos Relevantes	34
Resultados de los Factores Logísticos Relevantes	35
Resultados de los Factores de Mercado Relevantes	38
OE3: Proponer estrategias que puede implementar Pitakawsay Cía. Ltda. para superar los desafíos y aprovechar las oportunidades del mercado español.	43
Resultados de la Matriz FODA	43
Resultados de la Matriz de Cruce de Variables	45
DISCUSIÓN	52
CONCLUSIONES	57
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	60
Apéndice A	70
Apéndice B	75
Apéndice C	77

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz Metodológica	12
Tabla 2 Desglose de la muestra	18
Tabla 3 Ficha de Investigación Bibliográfica correspondiente al objetivo de investigación específico 1	20
Tabla 4 Instituciones reguladoras nacionales e internacionales vinculadas al cumplimiento de los requisitos para la exportación de pitahaya roja hacia España	28
Tabla 5 Ficha de Investigación Bibliográfica correspondiente al objetivo de investigación específico 2	32
Tabla 6 Estadísticas comerciales correspondientes a la importación de pitahaya ecuatoriana en España	39
Tabla 7 Principales países productores y exportadores directos de pitahaya hacia España en 2024	40
Tabla 8 Análisis FODA cualitativo	44
Tabla 9 Matriz de cruce de variables	46

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Proceso integral de cumplimiento de requisitos para la exportación de pitahaya roja desde Ecuador hacia España	27
Figura 2 Evolución del tipo de cambio euro/dólar estadounidense (junio 2024 – mayo 2025)	35
Figura 3 Exportaciones del sector frutas no tradicionales de Ecuador (2020–2025)	38

ANÁLISIS DE LOS DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO ESPAÑOL PARA LA EXPORTACIÓN DE PITAHAYA ROJA. CASO PITAKAWSAY CIA. LTDA.

INTRODUCCIÓN

Antecedentes

En los últimos años, el mercado internacional de frutas exóticas ha experimentado un crecimiento sostenido, motivado por consumidores que buscan opciones más saludables y diferenciadas. Este segmento se caracteriza por ofrecer productos con alto contenido de vitaminas, minerales y antioxidantes, lo que aumenta la disposición de los compradores a pagar por frutas con atributos únicos. (Fortune Business Insights, 2023)

Se conocen como frutas exóticas a aquellas que se distinguen por no cultivarse de forma habitual en determinadas regiones, estar asociadas a climas tropicales y tener apariencias particulares (Fortune Business Insights, 2023)

La pitahaya roja es considerada como tal debido a su color; fucsia brillante, y a su sabor agridulce, esta ha crecido en popularidad tanto en términos de consumo como en exportaciones a nivel mundial. Resulta ser una fruta llamativa debido a que cuenta con un alto contenido de vitamina c, antioxidantes, y tiene un bajo índice glucémico (Verona Ruiz et al., 2020).

Esta fruta se cultiva en varios países alrededor del mundo, Vietnam se convirtió en el mayor exportador de pitahaya en 2023, con la impresionante cifra de 600 millones de dólares en exportaciones, lo que representa el 85 % de la cuota de mercado total, China ocupa el segundo lugar con exportaciones de pitahaya por valor de 221 millones de dólares , lo que

representa una cuota de mercado del 5 %; Tailandia ocupa el tercer puesto de la lista con exportaciones de 200 millones de dólares , lo que representa el 4,5 % de la cuota de mercado; y en cuarto Ecuador se consolida como un actor importante en el mercado de la pitahaya, con exportaciones por valor de 172 millones de dólares y una participación de mercado del 3,2%. (TradeImeX, 2025)

En Ecuador, entre los años 2019 y 2023, las exportaciones han pasado de niveles modestos a cifras récord. Según el ministro de Producción, Julio José Prado, Ecuador se ha posicionado como primer exportador de pitahaya en Sudamérica en el 2023. (Ministerio De Producción, Comercio Exterior, Inversiones Y Pesca, 2023)

Los consumidores europeos tienen un interés creciente en nuevos sabores y variedades de frutas. Esto conduce a un valor de mercado más alto para las frutas exóticas con su mayoría de las importaciones en el norte de Europa. (PROECUADOR, 2021)

Como explica Sarchi (2018), la demanda de pitahaya roja en España ha aumentado en los últimos años debido a su popularidad como fruta exótica y saludable. España es uno de los principales países importadores de frutas exóticas provenientes de Latinoamérica, y la pitahaya es un producto que ha recibido una alta aceptación en el mercado español.

Para Ecuador, su principal mercado destino es Estados Unidos, ya que este país recibe el 80% de la producción ecuatoriana, equivalente a 137.1 millones de dólares. Le sigue en relevancia China con el 6,55% y España con el 3,53%. (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2024).

España es el tercer mercado más importante para Ecuador para la exportación de esta fruta. Según la Comisión Europa (2025), Ecuador exportó 2.549.051 kilogramos en el 2024,

con un precio promedio por kilo de €5,10, bajo la modalidad CIF (Cost, Insurance and Freight), es decir, incluye el valor del producto, el costo del flete y el seguro hasta el aeropuerto español.

En Ecuador existen 7.216,73 hectáreas de producción de pitahaya. Las provincias con mayor producción de pitahaya roja son Manabí y Guayas, y las provincias con producción de pitahaya amarilla son Morona Santiago y Pichincha. (Agrocalidad, 2023).

Estructura del trabajo

Para abordar este trabajo investigativo se llevará a cabo de la siguiente manera detallada a continuación.

Se comenzará con la recopilación de información documental que incluya reportes de mercado, estadísticas de comercio internacional y normativas específicas de importación en España. Esto ayudará a entender las condiciones actuales del mercado, como las preferencias de los consumidores, los requisitos legales para la exportación y las características de los principales competidores. Esta información se obtendrá de bases de datos comerciales y publicaciones confiables del sector.

Además, se llevarán a cabo entrevistas con personas clave en el ámbito del comercio internacional, como exportadores, importadores y expertos en logística. Estas entrevistas permitirán identificar retos específicos relacionados con la comercialización de la pitahaya roja, como las barreras logísticas, los costos de transporte y la adaptación del producto a las exigencias del mercado español. También se buscará obtener perspectivas sobre oportunidades de negocio que puedan surgir, como el aumento en la demanda de productos saludables y exóticos.

Como complemento, se analizarán estadísticas y cifras relacionadas con las exportaciones de pitahaya desde Ecuador hacia España. Esta información permitirá comprender el comportamiento del mercado en términos de volúmenes de importación, precios y participación de competidores internacionales. También se evaluarán los costos involucrados en la cadena de exportación, desde la producción hasta la llegada del producto al consumidor final.

Finalmente, se integrará toda la información obtenida para identificar de forma clara los desafíos que podrían enfrentar los exportadores y las oportunidades que podrían aprovechar. A partir de este análisis, se plantearán conclusiones concretas y recomendaciones prácticas para empresas interesadas en ingresar al mercado español con pitahaya roja, enfocándose en cómo superar barreras y maximizar los beneficios potenciales.

Marco Teórico

1. Comercio internacional agrícola

1.1 Qué es y para qué sirve

El comercio internacional agrícola es el intercambio de productos agropecuarios y alimentos procesados entre países, y cumple una función clave para la seguridad alimentaria, el crecimiento económico rural y el ingreso de divisas. Implica exportar e importar bienes como granos, frutas, hortalizas, carnes y productos agroindustriales, aprovechando diferencias de clima, recursos y tecnología entre países. Permite que regiones deficitarias en ciertos alimentos los obtengan del exterior y que otros países monetizen con su producción en mercados globales (Exportory, 2025).

1.2 Características principales

Se caracteriza por una fuerte influencia de factores naturales (clima, suelos, agua), gran volatilidad de precios y alta sensibilidad a crisis climáticas, sanitarias o

geopolíticas. Además, está muy regulado: normas sanitarias y fitosanitarias, estándares de calidad y certificaciones ambientales condicionan el acceso a los mercados (Sharma, 2025).

1.3 Oportunidades y desafíos

Entre las oportunidades se encuentran el acceso a mercados de alto valor, la posibilidad de diversificar exportaciones y aprovechar acuerdos comerciales y mejoras logísticas. Entre los desafíos destacan los costos de transporte, la competencia internacional, los requisitos de trazabilidad y certificación, y el riesgo de medidas proteccionistas o restricciones a la exportación (Williams, 2025).

2. Variables del producto: Pitahaya

2.1 Origen de la pitahaya

La pitahaya (*Hylocereus* spp), también conocida como “fruta del dragón”, es una especie perteneciente a la familia Cactaceae. Se trata de un fruto originario de Centroamérica y de ciertas zonas de la Amazonía peruana (Hernández, García, Castillo, Ybarra, & Nieto, 2020).

2.2 Características organolépticas

El sabor de la pitahaya es delicado y refrescante, con un dulzor sutil que suele compararse con una mezcla entre un kiwi suave y una pera. Su pulpa presenta una textura carnosa acompañada de pequeñas semillas crujientes. Las variedades muestran diferencias notables: la pitahaya amarilla es la más dulce, mientras que las de pulpa blanca o rosada tienden a ser más agridulces y, en algunos casos, presentan matices ligeramente ácidos o florales según su madurez y variedad (Serrano & Serrano, 2025).

2.3 La pitahaya como fruta de exportación en Ecuador

En la última década, Ecuador ha experimentado un crecimiento exponencial en la producción y exportación de pitahaya. Lo que inició como un cultivo alternativo en provincias como Morona Santiago, Guayas y Pichincha, hoy representa una oportunidad estratégica para cientos de productores (Ecuavisa, 2024).

Ecuador exporta principalmente pitahaya amarilla y, en menor medida, pitahaya roja, cuya aceptación en España ha incrementado en los últimos años. (Pazos, 2025)

3. Mercado Europeo y Español de Frutas Exóticas

3.1 Dinámica del Mercado Europeo

El mercado europeo de frutas exóticas muestra un dinamismo robusto, con importaciones que se han duplicado en volumen y triplicado en valor entre 2014 y 2024, proyectándose un crecimiento sostenido hacia 2025 impulsado por la demanda de diversidad culinaria y productos saludables como pitahaya, maracuyá y aguacate. Países como Países Bajos, España y Alemania actúan como hubs de entrada, beneficiados por logística eficiente y acuerdos comerciales que eliminan y/o reducen aranceles para exportadores latinoamericanos como el Acuerdo Multipartes de la Unión Europea con Ecuador, Perú y Colombia (Fortune Business Insights, 2023).

3.2 España como Mercado de Paso

Como explica Heras (2025), España ha consolidado su posición como el principal productor de frutas exóticas dentro de la Unión Europea, con un mercado valorado en 350 millones de euros en 2024 y un crecimiento anual compuesto del 6,5 %.

El país ha impulsado cultivos como la pitahaya y la papaya en regiones como Andalucía y Valencia, apoyándose en inversiones orientadas a la adaptación varietal, la mejora de la poscosecha y la digitalización de procesos. En la última década, su producción local aumentó un 75 % en volumen y un 174 % en valor, crecimiento que se complementa con importaciones procedentes principalmente de Ecuador y Perú (Pinillos et al., 2025).

Gracias a esta combinación de producción interna y abastecimiento externo, España se ha convertido en un destino relevante para la pitahaya roja, impulsado por la creciente demanda en gastronomía y comercio minorista (Pinillos et al., 2025).

3.3 Posición del Mercado Español

Gracias a su ubicación en el suroeste de Europa, España actúa como una puerta de entrada y un punto de tránsito para las frutas exóticas que se distribuyen hacia el resto de la Unión Europea (Fortune Business Insights, 2023) .

Su posición permite conectar rutas marítimas y aéreas provenientes de América Latina, África y Asia con los principales centros logísticos del continente. Puertos como Valencia y Algeciras facilitan el reexporte hacia Países Bajos, Francia y Alemania, reduciendo tiempos y costos para productos como la pitahaya roja ecuatoriana, que suele ingresar primero a España antes de distribuirse en otros mercados europeos (Newsroom Infobae, 2024).

Smart Fruits (2025) expone que esta ubicación estratégica amplía las oportunidades para los exportadores al minimizar las barreras aduaneras dentro de la UE y aprovechar la producción local para cubrir diferentes temporadas de abastecimiento.

Problema de Investigación

Diversas fuentes reconocen que Estados Unidos es el principal destino para la pitahaya ecuatoriana. En 2023, este mercado concentró alrededor del 80 % de las exportaciones del producto, siguiéndole en relevancia China con el 6,55% y España con apenas el 3,53%. (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2024). Esta situación evidencia la necesidad de diversificar los destinos de exportación, reducir la dependencia de un solo mercado y aprovechar las oportunidades que representan países europeos como España, donde el consumo de frutas exóticas ha ido en aumento en los últimos años.

Pitakawsay Cia. Ltda., una destacada empresa dedicada a la producción y comercialización de pitahaya roja desde el año 2016, ubicada en el cantón Rocafuerte, provincia de Manabí. Esta empresa está interesada en emprender un proyecto de expansión hacia el mercado español, demostrando su compromiso con la innovación y el crecimiento en la exportación de productos agrícolas. Además, busca identificar las oportunidades y desafíos que este mercado ofrece.

En este contexto, surge la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son los principales desafíos y oportunidades que enfrenta la pitahaya roja ecuatoriana en su proceso de exportación hacia el mercado español?

Justificación

La selección de este tema se fundamenta en la importancia estratégica que representa España dentro del comercio internacional. Su ubicación geográfica favorece la conexión entre América Latina y Europa, facilitando las rutas logísticas y el ingreso a un mercado amplio y diversificado que supera los 500 millones de consumidores. En el marco de la

logística global, este posicionamiento brinda ventajas competitivas relevantes para productos de exportación no tradicionales, como la pitahaya roja. (ICEX España Exportación e Inversiones, n.d.).

Desde el punto de vista académico, este trabajo busca aportar al campo de los Negocios Internacionales al examinar un mercado europeo que aún ha sido poco estudiado en relación con este fruto. La mayoría de investigaciones se han centrado en el mercado estadounidense, por ser el principal destino de exportación; pero existe un vacío de conocimiento sobre el potencial y los desafíos que plantea España. Al cubrir ese vacío, la investigación amplía la comprensión sobre cómo insertar productos agrícolas no tradicionales en mercados exigentes y altamente competitivos.

En el plano teórico, analizar los retos y oportunidades del mercado español permitirá reconocer las barreras logísticas, regulatorias y comerciales que enfrentan los exportadores ecuatorianos, así como las ventajas competitivas que pueden aprovecharse. Los hallazgos servirán como base se propondrán estrategias de posicionamiento más efectivas, que fortalezcan la internacionalización de la pitahaya roja y ayuden a disminuir la dependencia de mercados que ya muestran señales de saturación, como el estadounidense.

Y, finalmente, en el ámbito social, la apertura hacia España supone una oportunidad valiosa para pequeños y medianos productores, al permitirles acceder a un mercado con alto poder adquisitivo. Esto puede traducirse en mayores ingresos, generación de empleo en zonas rurales y un impulso al desarrollo de las economías locales vinculadas a la cadena productiva de la pitahaya.

Objetivos de Investigación

Objetivo General

OG: Análisis de los desafíos y oportunidades del mercado español para la exportación de pitahaya roja. Caso Pitakawsay Cia. Ltda.

Objetivos Específicos

OE1: Determinar los requisitos y regulaciones específicos para la exportación de pitahaya roja hacia España.

OE2: Identificar los factores económicos, logísticos y de mercado que influyen en Pitakawsay Cia. Ltda. para la exportación de pitahaya roja a España.

OE3: Proponer estrategias que puede implementar Pitakawsay Cia. Ltda. para superar los desafíos y aprovechar las oportunidades del mercado español.

MATERIALES Y MÉTODOS

Matriz Metodológica

Para el desarrollo de esta investigación, se optó por aplicar diversas técnicas de recopilación, análisis y procesamiento de información, orientadas al cumplimiento de los objetivos específicos planteados. Se adoptará el enfoque metodológico según cada objetivo específico.

Entre los instrumentos seleccionados se incluyen buscadores de información confiables, entrevistas, fichas de investigación y matrices de análisis, herramientas que permitirán

organizar y examinar de forma sistemática los datos recopilados a lo largo del proceso investigativo.

Tabla 1
Matriz Metodológica

Tema	Objetivo General	Objetivo de la Investigación	Tipo de Investigación	Enfoque Metodológico	Técnica de Investigación	Procesamiento de Investigación
Análisis de los desafíos y oportunidades del mercado español para la exportación de pitahaya roja. Caso Pitakawsay Cia. Ltda.	Analizar los desafíos y oportunidades del mercado español para la exportación de pitahaya roja. Caso Pitakawsay Cia. Ltda.	OE1: Determinar los requisitos y regulaciones específicos para la exportación de pitahaya roja hacia España.	<i>Descriptiva</i>	<i>Cualitativa</i>	Entrevista Semi-Estructurada	Guía de Entrevista Semi-Estructurada a una agente de aduana
					Revisión Documental	Matriz de revisión bibliográfica
		OE2: Identificar los factores económicos, logísticos y de mercado que influyen para la exportación de pitahaya roja a España.	<i>Explicativa y analítica</i>	<i>Mixto</i>	Entrevista Semi-Estructurada	Guía de entrevista Semi-Estructurada a una especialista en logística contactada por medio de una agencia de carga
					Revisión Documental de Estadísticas Comerciales	Matriz de revisión bibliográfica
		OE3: Proponer estrategias que puede implementar Pitakawsay Cia. Ltda. para superar los desafíos y aprovechar las oportunidades del mercado español.	<i>Explicativa y analítica</i>	<i>Cualitativa</i>	Entrevista Semi-Estructurada	Entrevista Semi- Estructurada al Gerente General de la empresa Pitakawsay Cía. Ltda.
					Enfoque de investigación deductivo	Matriz FODA
					Matriz Estratégica	Matriz de Cruce de Variables

Nota. Esta tabla muestra para cada objetivo específico de investigación el tipo, enfoque, las técnicas de levantamiento y de procesamiento de información a ser aplicadas para su alcance.

Enfoque Metodológico

El enfoque metodológico variará en función de cada uno de los objetivos específicos, adaptándose a las características y requerimientos de cada etapa de la investigación.

En el caso del primer objetivo, que busca determinar los requisitos y regulaciones necesarias para la exportación de pitahaya roja hacia España, se empleará un enfoque cualitativo. Para ello, se recurrirá a una entrevista semiestructurada con un agente de aduana, y se realizará una revisión documental, lo cual permitirá recopilar información detallada sobre los requisitos y regulaciones.

Para el segundo objetivo, orientado a identificar los factores económicos, logísticos y de mercado que inciden en el proceso exportador hacia el mercado europeo, se aplicará un enfoque mixto. Esto se debe a que se requiere una visión integral, que combine el análisis de datos cualitativos con información cuantitativa, como estadísticas de exportación, tendencias de precios y condiciones logísticas.

Finalmente, el tercer objetivo también se abordará desde un enfoque mixto, ya que está centrado en la formulación de estrategias que permitan enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades del mercado español. En esta etapa se utilizará la matriz FODA, como punto de partida para realizar una matriz de cruce de variables, donde se propondrán estrategias que puede implementar Pitakawsay para superar los desafíos y aprovechar las oportunidades en el mercado español.

Diseño de Investigación

La investigación documental ha sido seleccionada como método principal en esta tesina debido a su utilidad para analizar y sustentar el estudio a partir de fuentes ya existentes. Según Gayubas (2024), la investigación documental es un método de recolección de datos que se basa en el análisis de fuentes documentales, como libros, artículos, grabaciones y otros tipos de documentos. Este enfoque permite al investigador obtener información sobre hechos pasados y su interpretación a través de los registros dejados por quienes produjeron esos documentos.

Este enfoque permite acceder a bibliografía especializada, normativas, artículos científicos y datos estadísticos, lo que resulta especialmente útil para establecer fundamentos teóricos relacionados con el comercio internacional, las regulaciones fitosanitarias y el comportamiento del mercado español.

Asimismo, se reconoce que este tipo de metodología representa una alternativa eficiente en cuanto a tiempo y recursos, ya que ofrece acceso a información confiable y validada previamente, sin requerir procesos extensos de recolección de datos primarios.

Técnicas e instrumentos

Entrevista semi-estructurada : Para el cumplimiento del primer objetivo, se llevó a cabo una entrevista semiestructurada con una agente de aduana, cuya experiencia profesional permitió obtener información precisa y actualizada sobre la documentación requerida para exportar pitahaya roja hacia España, así como recomendaciones relevantes relacionadas con el cumplimiento de las regulaciones fitosanitarias exigidas por la Unión Europea. Su conocimiento técnico fue clave para

comprender cómo debe prepararse la documentación y qué aspectos regulatorios deben considerarse antes del envío.

En relación con el segundo objetivo, se entrevistó, a la especialista en logística internacional Vanessa Melian, quien se desempeña como Gerente en Desarrollo de Negocios en la agencia de carga TRANSTRAINER. Esta entrevista también fue de tipo semiestructurado y se enfocó en esclarecer aspectos logísticos específicos, como el manejo adecuado de la cadena de frío, el medio de transporte más adecuado para esta fruta (ya sea por vía aérea o marítima), los tiempos estimados de tránsito y las condiciones óptimas de conservación durante el envío. La información obtenida permitió identificar con mayor claridad los desafíos logísticos que enfrentan los exportadores ecuatorianos en su ingreso al mercado español.

Adicionalmente, se realizó una entrevista al gerente general de la empresa objeto de estudio. Esta fuente será fundamental para recopilar información interna que permita elaborar la matriz FODA correspondiente al tercer objetivo de investigación.

Revisión Documental : La revisión documental se aplicó como técnica principal para recopilar y analizar información oficial relacionada con los requisitos y regulaciones que rigen la exportación de pitahaya roja hacia España. Esta actividad contemplará la consulta de fuentes confiables, tales como normativas aduaneras, reglamentos fitosanitarios, acuerdos comerciales vigentes y documentos emitidos por organismos reguladores nacionales e internacionales.

El uso de esta metodología responde a la necesidad de contar con datos verificables, actualizados y pertinentes, que permitan una mayor precisión en el análisis. Además, la revisión documental servirá de base para construir un marco teórico sólido,

identificar los procesos clave del comercio exterior y contrastar la información obtenida en la entrevista con la agente de aduana. De esta forma, se pudo obtener una comprensión integral del proceso de exportación, apoyándose en una lectura crítica y amplia de la bibliografía especializada disponible.

Matrices Estratégicas: Para el cumplimiento del tercer objetivo, se realizó una matriz FODA, y posteriormente, se realizó una matriz de cruce de variables. Estas herramientas permitirán estructurar y analizar de manera clara los factores internos y externos que inciden en la capacidad de Pitakawsay Cía. Ltda. para exportar pitahaya roja al mercado español.

Una vez identificadas las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas a partir del análisis previo y de la información recopilada, se procederá a desarrollar la matriz de cruce de variables (FO, DO, FA, DA). Esta herramienta permitirá deducir estrategias específicas que respondan a las condiciones reales de la empresa. La aplicación de esta metodología facilitará la formulación de propuestas concretas, coherentes y viables, funcionando como un puente entre el diagnóstico situacional y las estrategias finales de mejora.

Ficha de investigación bibliográfica: La ficha de investigación bibliográfica se utilizó como instrumento para recopilar, organizar y analizar información relevante en el contexto del estudio. Esta técnica permitirá sistematizar datos obtenidos de libros, artículos científicos, informes de comercio exterior y normativas gubernamentales, lo cual facilitará la construcción de un marco teórico sólido que sirva de base para el análisis estratégico.

La elección de esta metodología responde a la necesidad de contar con información verificada y actualizada, lo que otorga respaldo y rigor al desarrollo de la investigación. Asimismo, el uso de fichas bibliográficas permite comparar distintas perspectivas, identificar tendencias del mercado y contrastar enfoques, lo que contribuye a formular propuestas estratégicas viables y adaptadas tanto al contexto del sector como a la realidad específica de la empresa analizada.

Población

La población de este estudio está conformada por todos los actores que participan o podrían intervenir en el proceso de exportación de pitahaya roja desde Ecuador hacia el mercado español, en el marco del caso de la empresa Pitakawsay. Esta población incluye personal directivo de Pitakawsay, profesionales vinculados al comercio exterior, logística internacional y gestión aduanera, que poseen conocimiento y experiencia directa respecto a los procedimientos necesarios para la internacionalización del producto.

Muestra

La muestra se seleccionó mediante un muestreo no probabilístico por juicio y conveniencia, con informantes que poseen conocimiento específico sobre la empresa y el proceso exportador. Se entrevistó al gerente general de Pitakawsay, a una agente de aduanas en Ecuador y a una especialista en logística internacional de una agencia de carga. Su participación permitió obtener información relevante para analizar la viabilidad de la exportación hacia el mercado español.

Tabla 2
Desglose de la muestra

Número de personas	Cargo	Instrumento de Investigación Por Aplicar
1	Gerente General (Pitakawsay Cía. Ltda)	Guía de Entrevista Semi-Estructurada
1	Agente de Aduana	Guía de Entrevista Semi-Estructurada
1	Especialista Logístico	Guía de Entrevista Semi-Estructurada

Nota. Esta tabla detalla los componentes de la muestra con los instrumentos correspondientes que se aplicarán.

RESULTADOS

A continuación, se exponen los resultados obtenidos en el marco de esta investigación, con el objetivo de identificar los principales desafíos y oportunidades vinculados a la exportación de pitahaya roja al mercado español, enfocándose a la empresa Pitakawsay Cía. Ltda. La información se presenta organizada en función de cada uno de los objetivos específicos planteados, y fue obtenida a través de las técnicas de investigación y análisis detalladas previamente en la matriz metodológica.

OE1: Determinar los requisitos y regulaciones específicos para la exportación de pitahaya roja hacia España.

Resultados de la ficha de investigación bibliográfica

La ficha de investigación bibliográfica contempla para cada fuente documental información como el autor, título, los hallazgos, resultados o conclusiones de la bibliografía; la relevancia que tiene para este trabajo, observaciones y la referencia correspondiente.

Tabla 3

Ficha de Investigación Bibliográfica correspondiente al objetivo de investigación específico 1

AUTOR	TÍTULO	HALLAZGOS/ RESULTADOS/CONCLUSIONES	RELEVANCIA PARA LA INVESTIGACIÓN	OBSERVACIONES	REFERENCIA
Pro Ecuador	<i>Guía del Exportador</i>	- Para ser exportador en Ecuador, es necesario contar con el RUC emitido por el SRI, incluyendo la actividad económica correspondiente; obtener un Certificado Digital de Firma Electrónica en token, otorgado por entidades como el Registro Civil o Security Data; y registrarse en el sistema ECUAPASS, donde se debe crear un usuario, aceptar las políticas de uso, registrar la firma electrónica y actualizar los datos en la base del sistema. - La DAE no es una simple intención de embarque, sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante. Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son: la factura comercial original, la lista de empaque, y autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).	Esta guía es importante porque detalla los requisitos fundamentales para que una empresa o persona natural pueda operar como exportador en Ecuador.	La obtención del certificado digital en token puede representar un reto técnico para nuevos exportadores. La DAE implica un compromiso legal, no solo un trámite administrativo. Las autorizaciones previas pueden variar según el tipo de producto, como sucede con los agrícolas.	PRO ECUADOR. (2024). Guía del Exportador. https://www.proecuador.gob.ec/descargas/guias/guia_del_exportador_2024.pdf

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador - SENA E	<i>Autorización para la exportación definitiva de mercancías</i>	• El proceso de exportación inicia con la transmisión electrónica de la Declaración Aduanera de Exportación por parte del exportador o de su declarante a través del sistema informático Ecuapass. • El declarante puede ser el exportador, agente de aduana o agente de carga de exportaciones. Cabe señalar que para la transmisión de las declaraciones aduaneras de exportación en el sistema Ecuapass, no es obligatoria la contratación de un agente de aduana, pudiendo directamente el exportador realizar la transmisión de la declaración. • Las declaraciones aduaneras de exportación transmitidas en el sistema Ecuapass, tienen una vigencia de 30 días calendario, contados a partir de su generación, para realizar el embarque. • En la fase pre-embarque se deben cumplir varios pasos clave: transmitir la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema ECUAPASS junto con la factura, proforma o <i>packing list</i>; registrar el ingreso de la mercancía a Zona Primaria, lo cual lo realiza el depósito temporal; realizar el aforo si aplica (documental, físico o automático), asociando la factura definitiva según corresponda; y finalmente, obtener el estado de “salida autorizada” en la DAE para proceder con el embarque. • En la fase de post embarque, el exportador debe corregir la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) con la factura definitiva y proceder con su regularización, confirmando que los datos son finales. Si es necesario realizar correcciones posteriores, se presenta una declaración sustitutiva a través del sistema ECUAPASS.	Este artículo proporciona una descripción detallada del proceso aduanero ecuatoriano en las fases de pre y post embarque, lo que resulta esencial para comprender los requisitos documentales y operativos que enfrentan los exportadores de pitahaya roja. Al especificar el uso del sistema ECUAPASS, la posibilidad de autogestión por parte del exportador y la vigencia de la DAE, permite identificar tanto oportunidades como posibles riesgos logísticos y regulatorios en el comercio exterior hacia España.	El uso de un agente aduanero no es obligatorio. Los trámites aduaneros no generan costos, pero sí los servicios logísticos. La regularización posterior a la exportación requiere especial cuidado con los datos finales.	Servicio Nacional de Aduana del Ecuador - SENA E. (2021). Autorización para la exportación definitiva de mercancías Ecuador - Guía Oficial de Trámites y Servicios. https://www.gob.ec/senae/tramites/autorizacion-exportacion-definitiva-mercancias
--	--	--	---	---	---

Agrocalidad	<i>Consulta de requisitos de sanidad vegetal por producto y país.</i>	• Es obligatorio contar con un Certificado Fitosanitario de Exportación, así como realizar inspecciones fitosanitarias en el país de origen (Ecuador). Y estas se realizan al ingreso a España. • El material vegetal debe estar completamente libre de impurezas, residuos, plagas y suelo, y debe enviarse en envases nuevos y de primer uso. • Cada unidad del envío debe estar debidamente etiquetada con el número de lote, los nombres y códigos del sitio de producción y del centro de acopio, así como la fecha de empaque. • Esta misma información debe constar en el Certificado Fitosanitario de Exportación, lo cual garantiza la trazabilidad del producto y el cumplimiento de las normativas fitosanitarias del mercado español.	Este artículo es relevante porque aborda los requisitos fitosanitarios específicos exigidos tanto por Ecuador los cuales son determinantes para la obtener el Certificado Fitosanitario de Exportación de pitahaya roja.	Las inspecciones se realizan en ambos países, lo que aumenta la exigencia del control sanitario. El uso de envases nuevos y la trazabilidad detallada son requisitos ineludibles. El etiquetado debe ser riguroso para evitar rechazos en frontera.	Agrocalidad. (s. f.). <i>Consulta de requisitos de sanidad vegetal por producto y país.</i> https://guia.agrocalidad.gob.ec/agrodb/aplicaciones/publico/productos1/consultaRequisitoComercio.php
Agrocalidad	<i>Manual de Certificación Fitosanitaria para Exportación</i>	• 4.1.3.3 Desarrollo de la Inspección Fitosanitaria: la inspección se realiza únicamente cuando el producto está terminado y listo para exportarse, cumpliendo tratamientos, análisis y protocolos exigidos por el país de destino. • 4.1.3.4 Proceso de Inspección Fitosanitaria: el inspector o técnico autorizado toma una muestra del 2 % del total para descartar plagas cuarentenarias o contaminantes. • 4.1.3.6 Vigencia del Reporte: el reporte tiene una vigencia de 5, 15 o 60 días, dependiendo del tipo de producto y del medio de transporte.	Este manual es de suma importancia ya que presenta las regulaciones nacionales sobre la inspección y certificación fitosanitaria, permitiendo comprender los requisitos previos exigidos por Agrocalidad para la exportación de frutas frescas.	Documento oficial y vigente emitido por Agrocalidad. De aplicación obligatoria para exportadores de productos vegetales frescos.	Agrocalidad. (2024, junio). <i>MANUAL DE CERTIFICACIÓN FITOSANITARIA PARA EXPORTACIÓN.</i> https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2024/07/Resolucion%CC%81n-0175-

				Manual-de-Certificacio%CC%81n-Fitosanitaria-actualizado-jun-2024.pdf
Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP)	• Establece el marco normativo para la emisión, supervisión y verificación del Certificado de Origen (CO) de las mercancías ecuatorianas de exportación. • Define a la Dirección de Supervisión, Verificación y Certificación de Origen como la autoridad encargada de habilitar, controlar y sancionar a las entidades certificadoras. • Regula la Declaración Juramentada de Origen (DJO) como requisito previo para la emisión del CO, con vigencia de 2 años y posibilidad de tolerancia del 20% en precios o materias primas. • Determina que la emisión se realiza mediante el sistema SIGCO interconectado con ECUAPASS, con un costo de USD 10 por certificado y firma electrónica obligatoria. • Obliga a las entidades habilitadas a realizar verificaciones documentales y físicas del origen del producto. • Establece sanciones por incumplimiento (amonestación, suspensión o inhabilitación).	Esta normativa es importante porque explica las regulaciones por parte de la entidad MPCEIP para obtener el Certificado de Origen (CO), documento esencial para demostrar el origen ecuatoriano del producto y acceder a preferencias arancelarias.	Norma vigente y de aplicación directa para todos los exportadores ecuatorianos. Centraliza el trámite en los sistemas SIGCO– ECUAPASS.	Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca [MPCEIP]. (2020). <i>ACUERDO MINISTERIAL MPCEIP-DMPCEIP</i> . Producción.gob. https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2020/07/ACUERDO-MINISTERIAL-N%C2%B0-MPCEIP-DMPCEIP-2020-0037-QUE-EXPIDE-LA-NORMATIVA-COMPLEMENTARIA-PARA-LA-SUPERVISI%C3%93N-VERIFICACI%C3%80N-Y-EMISI%C3%93N-DE-CERTIFICADOS-DE-ORIGEN.pdf

Comisión Europea	<i>Resultados de Access to Markets:, Producto, Origen y Destino</i>	• El código arancelario (HS) de la pitahaya es 0810902010 • Ecuador tiene una preferencia arancelaria de 0% de la tarifa arancelaria para exportar pitahaya a la Unión Europea. • Para beneficiarse de la preferencia arancelaria, los productos originarios deben ir acompañados de un documento adecuado que confirme su origen. En virtud del Acuerdo Comercial UE-Colombia-Perú-Ecuador, los importadores deben poseer y estar listos para presentar a las autoridades aduaneras importadoras: un documento (una declaración en factura) elaborado por el exportador o un certificado de circulación EUR.1 expedido por la autoridad pública competente y proporcionado por el exportador. • El impuesto sobre el valor añadido (IVA) para el consumidor final de la pitahaya en España es de 4%. • Los productos vegetales deben ser importados a la UE por un importador registrado en el Registro oficial de un Estado miembro; y ser notificado a la oficina de aduanas antes de la llegada al punto de entrada. • Los productos vegetales deben someterse a inspecciones aduaneras en el Puesto de Inspección Fronterizo designado en el punto de entrada a la UE; • Para el proceso de importación, el Documento Único Administrativo (DUA) debe presentarse electrónicamente mediante el Servicio Web de la Administración Aduanera • El contenido del etiquetado debe estar al menos en español. De acuerdo con la legislación de la UE, existen	Este artículo resulta especialmente relevante porque reúne los principales requisitos que debe cumplir la pitahaya roja para ingresar al mercado español, incluyendo aspectos arancelarios, documentales, sanitarios y aduaneros. Además, detalla las responsabilidades del importador, los procedimientos de inspección en frontera, las exigencias sanitarias y los requisitos de etiquetado y documentación comercial, ofreciendo así una visión completa sobre las condiciones de acceso al mercado europeo.	El beneficio arancelario solo aplica si se presenta correctamente el documento de origen. Los productos deben pasar por múltiples controles y cumplir con estrictas normas sanitarias. El etiquetado debe estar en español y la documentación debe ser completa para evitar rechazos.	Comisión Europea (2025, marzo 15). Resultados de Access2Markets: Producto, Origen & Destino. https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/results?product=0810902010&origin=EC&destination=ES
------------------	---	--	--	---	--

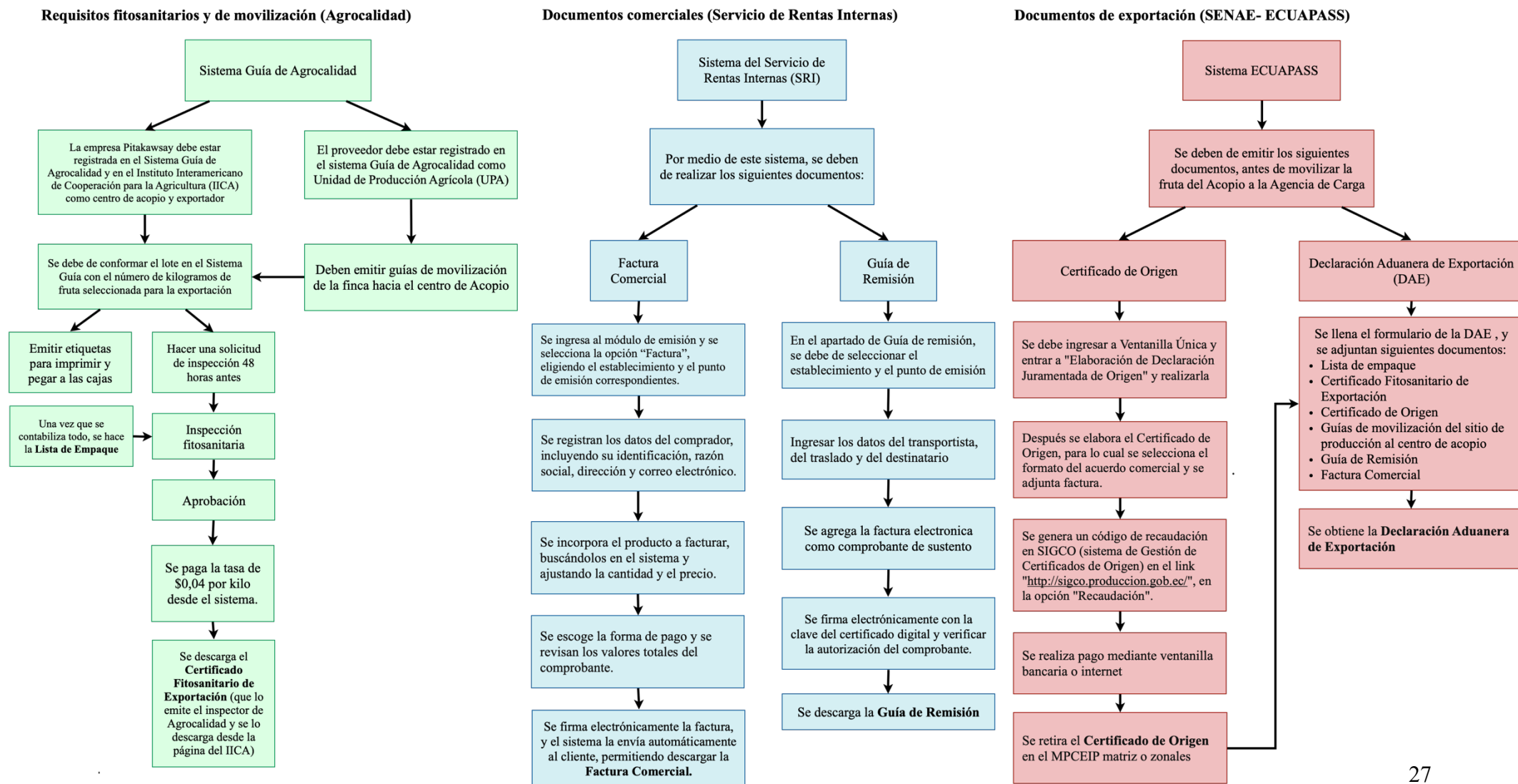
	disposiciones específicas para los diferentes tipos de productos. • Para importar, se requiere la lista de empaque (P/L) es un documento comercial que acompaña a la factura comercial y a los documentos de transporte. • Para importar es obligatorio incluir la declaración del valor en aduana, los documentos de flete correspondientes al medio de transporte utilizado, el seguro de carga y la lista de embalaje, que facilita el control en aduana. • Las importaciones de productos alimenticios a la Unión Europea (UE) deben cumplir con la legislación de la UE, diseñada para garantizar que los alimentos comercializados sean seguros para el consumo y no contengan contaminantes en ciertos niveles. • Los alimentos que contengan un contaminante en una cantidad inaceptable desde el punto de vista de la salud pública y, en particular, a nivel toxicológico, no se comercializarán en el mercado de la UE y serán rechazados.		
Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de España (MAPA)	• En España, el comercio exterior vegetal está sujeto a control fitosanitario en frontera. Dicho control se realiza en los puestos de control en frontera (PCF) o en los lugares designados por un Estado miembro para la realización de los controles oficiales. • Los controles fitosanitarios a la importación se realizarán en los puestos de control fronterizo de la primera llegada a la UE o en otros puntos de control autorizados.	Este sitio explica la función de MAPA, como una entidad reguladora y orientada a la protección fitosanitaria del país de destino.	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de España [MAPA]. (s. f.). <i>COMERCIO EXTERIOR VEGETAL: PUESTOS DE CONTROL EN FRONTERA.</i> https://www.mapa.gob.es/es/agricult

					ura/temas/comercio-exterior-vegetal/puntosdecontrolenfrontera
Ministerio de Economía, Comercio y Empresa (España)	Controles en frontera: Importación y exportación de mercancías. Servicio de Inspección SOIVRE	• Establece los controles oficiales en frontera aplicables a frutas y hortalizas frescas importadas desde terceros países. • Determina que la inspección corresponde al Servicio Oficial de Inspección, Vigilancia y Regulación de las Exportaciones (SOIVRE), dependiente del Ministerio de Economía, Comercio y Empresa. • Regula la inspección de calidad comercial, etiquetado y presentación según la Norma (UE) 543/2011 • Los controles se realizan en Puestos de Control Fronterizo (PCF) y pueden concluir en declaración de conformidad o no conformidad. • Las autoridades complementarias incluyen la Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT/Aduanas), la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN) y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA)	Esta información es relevante para la tesina porque permite identificar que la exportación de pitahaya a España no se limita a cumplir requisitos fitosanitarios, sino que también requiere ajustarse a controles oficiales de calidad comercial, etiquetado y presentación realizados por el SOIVRE en los puestos de control fronterizo.	Documento oficial actualizado y de aplicación directa en todos los Puestos de Control Fronterizo españoles. Complementa la normativa europea de de calidad comercial.	Ministerio de Economía, Comercio y Empresa (España). (s. f.). <i>Controles en frontera: Controles en frontera.</i> https://comercio.gob.es/ImportacionExportacion/Controles/Paginas/default.aspx

Nota. Esta tabla detalla los principales hallazgos relevantes de la investigación documental realizada para determinar los requisitos y regulaciones específicos para la exportación de pitahaya roja en España.

Figura 1

Proceso integral de cumplimiento de requisitos para la exportación de pitahaya roja desde Ecuador hacia España



Nota. Elaboración propia basada en normativa, manuales y procedimientos oficiales de Agrocalidad, SRI y ECUAPASS.

Tabla 4

Instituciones reguladoras nacionales e internacionales vinculadas al cumplimiento de los requisitos para la exportación de pitahaya roja hacia España

ÁMBITO	INSTITUCIÓN	ROL O COMPETENCIA	FUNCIONES ESPECÍFICAS VINCULADAS A LA EXPORTACIÓN DE PITAHAYA ROJA
NACIONAL (ECUADOR)	Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario (AGROCALIDAD)	Entidad reguladora fitosanitaria	Establece los requisitos y normas de sanidad vegetal para exportación; realiza la inspección fitosanitaria y emite el Certificado Fitosanitario de Exportación.
NACIONAL (ECUADOR)	Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE)	Entidad de control aduanero (no reguladora fitosanitaria)	Controla el cumplimiento de normas aduaneras y la Declaración Aduanera de Exportación (DAE). No regula fruta ni sanidad vegetal.
NACIONAL (ECUADOR)	Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MCEIP)	Entidad reguladora comercial	Emite lineamientos para regular y coordinar las políticas de producción, comercio exterior, así como la aplicación de acuerdos comerciales y mecanismos de defensa comercial.
INTERNACIONAL (UNIÓN EUROPEA)	Comisión Europea	Entidad reguladora supranacional	Emite reglamentos obligatorios sobre sanidad vegetal, inocuidad alimentaria y etiquetado aplicables en todos los Estados miembros, incluido España.
INTERNACIONAL (ESPAÑA)	Controles en frontera: Importación y exportación de mercancías. Servicio de Inspección SOIVRE	Entidad de inspección y control en frontera (no reguladora)	Sus actuaciones se centran en verificar aspectos como el calibre, la madurez, la homogeneidad, la presentación y el etiquetado de la fruta, aplicando la normativa vigente, pero sin ejercer funciones de elaboración regulatoria
INTERNACIONAL (ESPAÑA)	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de España (MAPA)	Entidad reguladora fitosanitaria del país de destino	Su función se orienta a prevenir la introducción y diseminación de plagas cuarentenarias y otros riesgos para la sanidad vegetal, por lo que actúa como principal entidad reguladora fitosanitaria en el país de destino.

Nota. Elaboración propia con base en información oficial de entidades reguladoras nacionales e internacionales (2024).

Resultados de la entrevista semi-estructurada:

Validación de la información teórica y nuevos aportes derivados de la entrevista con una agente de aduana

Como parte del enfoque cualitativo de esta investigación, se llevó a cabo una entrevista semi-estructurada con Vanessa Vite, profesional ecuatoriana en Comercio Exterior que cuenta con amplia experiencia en exportaciones, regímenes especiales y procesos de desaduanización. Su trayectoria incluye labores técnicas y de supervisión en la empresa Torres y Torres S.A., además de su trabajo independiente en la asesoría y gestión de exportaciones agrícolas. Gracias a esta experiencia, ha desarrollado una comprensión amplia y práctica de los procedimientos logísticos y documentales propios del comercio internacional, especialmente en el contexto ecuatoriano.

Con el propósito de contrastar la información teórica con la práctica operativa, la entrevistada coincidió en la importancia de los pasos previamente mencionados, entre ellos el registro en ECUAPASS, la obtención del token, la emisión del certificado fitosanitario por parte de AGROCALIDAD y la presentación de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE). Señaló que estos procedimientos son indispensables para cualquier exportador.

No obstante, la entrevistada aportó observaciones relevantes que complementan la perspectiva técnica. Entre ellas resaltó la importancia de verificar con anticipación los métodos de pago internacionales, sugiriendo solicitar al menos el 50 % del valor de la transacción por adelantado o utilizar una carta de crédito, un mecanismo que, aunque genera comisiones bancarias, brinda mayor seguridad cuando se trabaja con clientes nuevos. Asimismo, subrayó la necesidad de mantener una trazabilidad documental

completa y fortalecer los controles de seguridad para prevenir posibles contaminaciones con droga, un riesgo que persiste en la cadena logística ecuatoriana debido al contexto nacional. Finalmente, recalcó que el exportador debe garantizar la integridad de la carga a lo largo de toda la cadena de suministro, desde el empaque hasta el embarque final.

Además, la entrevistada señaló otros desafíos prácticos, entre ellos el cumplimiento de los requisitos de etiquetado, que en la Unión Europea exige información específica como el país de origen, el número de lote, la fecha de cosecha y el calibre. También advirtió sobre casos de engaños por parte de algunos compradores extranjeros, quienes a veces alegan de forma injustificada defectos o residuos químicos con el fin de negociar descuentos una vez recibido el producto. Por este motivo, recomendó mantener una comunicación transparente y detallada con el cliente, especialmente en lo referente al grado de madurez y al tamaño de la fruta, y contar con un socio o agente de aduana de confianza en destino que pueda verificar cualquier reclamación y resguardar los intereses del exportador.

Finalmente, recomendó que quienes se inician en la actividad exportadora comiencen con volúmenes pequeños, como pocos pallets, para minimizar riesgos y familiarizarse progresivamente con la dinámica del mercado europeo. Sus aportes permiten validar y complementar la información obtenida en la investigación bibliográfica, evidenciando que el cumplimiento normativo no se limita a trámites formales, sino que implica una gestión operativa y preventiva eficaz, en la que la planificación financiera, la comunicación y la seguridad logística se convierten en elementos fundamentales para el éxito exportador.

OE2: Identificar los factores económicos, logísticos y de mercado que influyen para la exportación de pitahaya roja a España.

Resultados de la ficha de investigación bibliográfica

A continuación, se presentan los hallazgos de la investigación documental realizada correspondiente al objetivo de investigación específico 2, en forma de una ficha de investigación bibliográfica que contempla los mismos elementos que la ficha elaborada para los resultados del objetivo de investigación específico 2.

Tabla 5

Ficha de Investigación Bibliográfica correspondiente al objetivo de investigación específico 2

AUTOR	TÍTULO	HALLAZGOS/ RESULTADOS/CONCLUSIONES	RELEVANCIA PARA LA INVESTIGACIÓN	OBSERVACIONES	REFERENCIA
Unidad de Inteligencia de Negocios, DPE	<i>Monitoreo de Exportaciones enero – marzo 2025.</i>	La pitahaya roja registró un incremento interanual de en toneladas exportadas durante el primer trimestre de 2025.	Aporta datos recientes sobre el desempeño exportador del sector, útiles para contextualizar el comportamiento del mercado en el periodo de estudio.	Documento oficial obtenido desde el portal de PRO ECUADOR. La ficha se elabora sobre el PDF descargado, no sobre la página web que lo aloja.	Banco Central del Ecuador, Unidad de Inteligencia de Negocios, DPE, & PROECUADOR. (2025, May). <i>Monitoreo de Exportaciones enero – marzo 2025.</i> https://www.proecuator.gob.ec/monitor-eo-exportaciones-2025-ene-mar/

Comisión Europea	<i>Acuerdo comercial UE-Colombia-Perú-Ecuador</i>	El acuerdo establece disposiciones para facilitar el comercio entre las partes, como normas armonizadas, cooperación técnica y procedimientos aduaneros simplificados	Sustenta el análisis económico, ya que detalla los beneficios arancelarios y logísticos que favorecen a Ecuador por el acuerdo comercial.	Es un marco legal vigente que mejora el acceso comercial de la pitahaya ecuatoriana a la UE. Es clave para entender cómo el acuerdo influye en la competitividad y facilita el comercio con España.	Comisión Europea. (n.d.). <i>Acuerdo comercial UE-Colombia-Perú-Ecuador</i> <i>Access2Markets</i> . https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/es/content/acuerdo-comercial-ue-colombia-peru-ecuador
Comisión Europea	<i>Access2Markets: Estadísticas Comerciales de la UE.</i>	- La plataforma permite acceder a estadísticas comerciales oficiales de la Unión Europea, incluyendo datos de importación y exportación por código HS, país socio, valor y volumen. - Para el caso de la pitahaya roja, proporciona información cuantitativa sobre las importaciones españolas provenientes de Ecuador en el año seleccionado	Fuente primaria que suministra datos estadísticos necesarios para caracterizar el comportamiento del mercado europeo y analizar la demanda de pitahaya en España.	Fuente oficial de acceso público, útil para respaldar el análisis cuantitativo.	Comisión Europea. (2025). <i>Access2Markets: Estadísticas Comerciales de la UE</i> . https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/statistics

Nota. Esta tabla detalla información bibliográfica relevante, que fue obtenida a través de una investigación documental para identificar los factores económicos, logísticos y de mercado que influyen en la exportación de pitahaya roja a España.

Resultados de los Factores Económicos Relevantes

Entre los factores económicos que influyen en la exportación de pitahaya roja hacia España, resulta fundamental considerar el Acuerdo Comercial Multipartes entre la Unión Europea, Colombia, Ecuador y Perú.

En el caso de Ecuador, uno de los principales beneficios del Acuerdo Comercial Multipartes es la eliminación total de los aranceles para ciertos productos. En el caso de la pitahaya, su arancel es del 0 %, lo que se traduce en una mejora directa en su competitividad en términos de precio.

Sin embargo, este beneficio no es exclusivo de Ecuador: Perú y Colombia, que también forman parte del acuerdo, acceden a las mismas condiciones preferenciales. Por ello, la ventaja competitiva no depende únicamente de este acceso arancelario, sino de otros factores determinantes, como la eficiencia en la gestión exportadora de cada país, la calidad, y la presentación del producto.

Por otro lado, el tipo de cambio constituye otro factor económico relevante. Dado que España utiliza el euro y Ecuador es un país dolarizado, las exportaciones se ven directamente influenciadas por las fluctuaciones del euro frente al dólar. En este contexto, un euro fortalecido mejora la competitividad de la fruta ecuatoriana, ya que su precio relativo se vuelve más atractivo para los importadores españoles, favoreciendo así las condiciones de venta en ese mercado.

Figura 2

Evolución del tipo de cambio euro/dólar estadounidense (junio 2024 – mayo 2025)



Nota. Elaborado por Google Finance (consultado en 2025)

Como se puede ver en la Figura 1, la evolución del tipo de cambio euro/dólar durante el último año muestra ciertos altibajos, con momentos de estabilidad seguidos por una apreciación notable del euro a partir de marzo de 2025. Aunque no ha sido extremadamente volátil, estas variaciones pudieron haber tenido algún impacto en la competitividad de las exportaciones ecuatorianas hacia España, ya que un euro más fuerte mejora el poder de compra de los importadores europeos, beneficiando a productos dolarizados como la pitahaya ecuatoriana.

Resultados de los Factores Logísticos Relevantes

También se identificaron diversos factores logísticos que inciden directamente en el proceso de exportación de pitahaya roja al mercado español. Esta información fue obtenida mediante una entrevista realizada a la Gerente de Desarrollo de Negocios, la Ing. María Vanessa Melian de la agencia especializada en comercio exterior TRANSTRAINER (Ver Apéndice B). Vanessa proporcionó una visión práctica sobre los aspectos logísticos involucrados en dicho proceso.

Entre los hallazgos más relevantes, se destaca que la mayoría de las exportaciones de pitahaya hacia Europa se realizan por vía aérea, que suele llegar el mismo día al destino final. Explica que, si bien el transporte marítimo representa una opción más económica, su duración, que puede superar las tres semanas, implica riesgos importantes para la calidad del producto. Para soportar este trayecto prolongado, la fruta debe ser cosechada en un estado menos maduro, lo que frecuentemente deriva en cambios indeseables durante su maduración, como una coloración amarillenta, alteraciones en el sabor, pérdida de textura y menor aceptación en el mercado de destino.

Por esta razón, el transporte aéreo se presenta como la alternativa más adecuada para garantizar la frescura y el buen estado del producto al momento de su llegada, a pesar de los mayores costos logísticos que conlleva.

Uno de los aspectos más relevantes es la paletización de la carga. Se indicó que los pallets de tipo americano (1.00 m x 1.20 m) son adecuados para el transporte aéreo hacia España, y que la altura máxima permitida suele ser de 1.50 metros. La paletización puede realizarse tanto en la empacadora de origen, como por medio del operador logístico, siempre que se cumplan los requisitos técnicos y sanitarios, como el certificado de fumigación de los pallets.

Otro factor determinante es la temperatura durante el transporte. Aunque la pitahaya tiene una resistencia superior a otras frutas como la piña, es susceptible a daños por choques térmicos, especialmente cuando el vuelo incluye escalas en aeropuertos con climas más fríos. Por ello, se recomienda mantener la fruta en un rango de temperatura

controlada entre 10 °C y 15 °C durante todo el trayecto, con especial énfasis en los vuelos indirectos.

También se abordó la posibilidad de almacenamiento temporal en destino. Se señaló que, debido a las altas temperaturas en España durante el verano (hasta 29 °C), lo más recomendable es que la fruta sea retirada de inmediato una vez que llegue al aeropuerto. No obstante, en caso de ser necesario, se puede gestionar una bodega temporal temperada para evitar el deterioro del producto antes de su distribución.

En relación con las rutas aéreas utilizadas, los principales aeropuertos de ingreso en España son el Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas (MAD) y el Aeropuerto de Barcelona-El Prat (BCN). Desde Ecuador, los vuelos pueden salir tanto desde Quito (UIO) como desde Guayaquil (GYE), dependiendo de la disponibilidad y la aerolínea contratada.

Finalmente, se destacó la importancia de contar con un acompañamiento logístico en el país de destino. Cuando el importador no dispone de un agente de aduana o de un operador logístico local, muchas agencias pueden asumir esta coordinación a través de sus contrapartes en el extranjero, encargándose del despacho aduanero y del retiro de la carga. Este tipo de apoyo contribuye a garantizar la continuidad del proceso logístico desde la salida del producto en Ecuador hasta su entrega final, reduciendo los riesgos asociados a una falta de coordinación en destino.

En conjunto, estos factores logísticos representan elementos clave a considerar al momento de planificar y ejecutar exportaciones de pitahaya roja, ya que inciden directamente en la calidad del producto, los tiempos de entrega y la eficiencia operativa del proceso.

Resultados de los Factores de Mercado Relevantes

Para comprender los factores de mercado que influyen en la exportación de pitahaya hacia España, es pertinente partir del desempeño general del sector de frutas no tradicionales en Ecuador.

La siguiente figura muestra la evolución reciente de las exportaciones del sector, tanto en valor como en volumen, y destaca el papel que ocupan los principales mercados, entre ellos España.

Figura 3

Exportaciones del sector frutas no tradicionales de Ecuador (2020–2025)



Nota. Elaborado por la Unidad de Inteligencia de Negocios, DPE. Fuente: Banco Central del Ecuador. Publicado por Pro Ecuador (2025).

La Figura 3 evidencia que la demanda internacional de productos exóticos continúa ampliándose, lo que favorece que la pitahaya ecuatoriana encuentre un mercado receptivo.

En este contexto, España se consolida como un destino relevante, al concentrar el 9,8 % del total exportado de frutas no tradicionales. Esto la posiciona como un mercado atractivo no solo por su consumo directo, sino también por su potencial rol como punto de redistribución dentro de la Unión Europea. Este dinamismo confirma la existencia de un mercado activo, en expansión y con buena aceptación del producto.

Para profundizar en la evolución específica de la demanda española, se presenta a continuación la siguiente tabla.

Tabla 6
Estadísticas comerciales correspondientes a la importación de pitahaya ecuatoriana en España

Años	Valor de importación	Cantidad de importación	Valor promedio por kilogramo CIF
2020	1.148.639 €	189.162 kilogramos	6,07 €
2021	3.126.269 €	519.456 kilogramos	6,02 €
2022	4.060.551 €	679.768 kilogramos	5,97 €
2023	8.839.318 €	1.631.422 kilogramos	5,42 €
2024	13.016.695 €	2.549.051 kilogramos	5,11 €

Nota. Cifras oficiales tomadas de la Comisión Europea (2025). Es importante señalar que, conforme a los criterios estadísticos europeos, el valor de importación se calcula bajo la modalidad CIF (Cost, Insurance and Freight), es decir, incluye el valor del producto, el costo del flete y el seguro hasta el puerto español.

La Tabla 6 revela que hay un crecimiento significativo en las importaciones de pitahaya ecuatoriana en España durante los últimos años, lo que refleja una buena

aceptación del producto en el mercado y abre oportunidades para nuevos exportadores. Entre 2021 y 2024, el valor importado aumentó en más de un 316 %, mientras que el volumen creció cerca de un 390 %.

No obstante, el precio promedio por kilogramo CIF descendió de €6,07 a €5,11, lo que sugiere una tendencia hacia una mayor competencia basada en precios. Si bien el ritmo de crecimiento actual apunta a un mercado en expansión, también podría estar avanzando hacia un punto de madurez o incluso de saturación.

Otro elemento clave para comprender los factores del mercado es la estructura competitiva:

Tabla 7
Principales países productores y exportadores directos de pitahaya hacia España en 2024

	Valor de importación	Cantidad de importación	Valor promedio por kilogramo CIF
Ecuador	13,016,695 €	2,549,051 kilogramos	5,11€
Perú	2,078,481 €	449,472 kilogramos	4,62 €
Colombia	2,110,343 €	364,725 kilogramos	5,79€
Vietnam	1,117,069 €	146,878 kilogramos	7,61€

Nota. Cifras oficiales tomadas de la Comisión Europa (2025).

La Tabla 7 muestra la participación de los principales países abastecedores, y permite comparar sus volúmenes, valores CIF y precios promedio por kilogramo. Los datos confirman que Ecuador supera ampliamente a sus competidores tanto en valor como en volumen exportado, con una diferencia que no solo evidencia una mayor capacidad de oferta, sino también una presencia más estable y continua en este mercado. Este liderazgo se explica, en parte, por la disponibilidad constante de fruta, y por las

preferencias de los compradores españoles, quienes asocian la pitahaya ecuatoriana con calidad y buena presentación comercial.

Si bien Perú y Colombia aparecen como proveedores relevantes, su participación individual representa menos del 18 % del volumen alcanzado por Ecuador, lo que sugiere que su presencia aún es moderada y que no constituyen una amenaza competitiva directa en el corto plazo. En cuanto a Vietnam, pese a su papel como uno de los mayores productores mundiales, su presencia en España es limitada, posiblemente debido a los mayores tiempos de tránsito, costos logísticos elevados o a que su estrategia comercial se orienta principalmente a mercados asiáticos y norteamericanos. Estas diferencias en enfoque y estructura exportadora hacen que Ecuador mantenga una ventaja significativa en el mercado español.

En cuanto a los precios, Ecuador registró un valor promedio de 5,11 €/kg. Colombia y Vietnam presentaron precios superiores —5,79 €/kg y 7,61 €/kg, respectivamente—, lo cual suele estar asociado a menores volúmenes exportados y a costos logísticos más elevados derivados de la distancia o de diferencias en eficiencia operativa. Perú, en contraste, reportó un precio promedio inferior (4,62 €/kg), lo que podría responder a una estrategia competitiva basada en precios o a variaciones en la calidad y presentación del producto. Este contraste entre los países proveedores muestra que Ecuador ha logrado mantener un equilibrio atractivo entre volumen, calidad y precio, lo que refuerza su posición como proveedor preferido en el mercado español.

En síntesis, dentro de los factores de mercado evidencia que la demanda de pitahaya en España se encuentra en expansión, con una participación creciente del producto ecuatoriano y una competencia internacional todavía limitada. El aumento

sostenido de las importaciones, la preferencia por el origen ecuatoriano y la estabilidad del sector de frutas no tradicionales confirman que España constituye un mercado atractivo, con condiciones favorables para la inserción y crecimiento de nuevos exportadores. Estas tendencias consolidan la viabilidad comercial de la pitahaya roja ecuatoriana y respaldan los objetivos planteados en el Objetivo 2 de esta investigación.

OE3: Proponer estrategias que puede implementar Pitakawsay Cía. Ltda. para superar los desafíos y aprovechar las oportunidades del mercado español.

Resultados de la Matriz FODA

Como parte del desarrollo del Objetivo Específico 3, se aplicó la matriz FODA, ya que esta herramienta permite integrar el diagnóstico interno y externo realizado en los objetivos previos y facilita la formulación de estrategias alineadas con la realidad de Pitakawsay.

En cuanto a los factores internos, estos se construyeron con base en la entrevista semiestructurada realizada al Gerente General de la empresa (Ver Apéndice C), quien aportó una visión detallada sobre la estructura operativa los procesos logísticos, las capacidades actuales y los retos que enfrenta Pitakawsay en su proceso de internacionalización.

Los factores externos fueron identificados a partir de la información obtenida durante el cumplimiento de los Objetivos Específicos 1 y 2; y los aportes de las entrevistas que se encuentran en los Apéndices A, B y C.

Esta matriz proporciona una visión estratégica integral de la situación actual de la empresa y constituye el insumo clave para el desarrollo de propuestas concretas, que serán presentadas en el siguiente objetivo de investigación.

Tabla 8*Análisis FODA cualitativo*

FORTALEZAS	DEBILIDADES
1. Certificaciones internacionales (Global GAP, GRASP, Predio libre de mosca de la fruta, BPA) que avalan los estándares de calidad y seguridad. 2. Realización periódica de análisis semestrales de residuos, con resultados consistentemente negativos. 3. Alta capacidad instalada para el procesamiento de fruta en el centro de acopio. 4. Comunicación interna efectiva que favorece la colaboración y el desempeño del equipo. 5. Alta confiabilidad y solidez en las relaciones con los clientes.	Baja capacidad de respuesta en la empacadora para grandes pedidos debido a la inexperiencia y falta de personal. Dependencia de intermediarios para el acceso a mercados internacionales. Dependencia de un solo tipo de producto (pitahaya roja fresca). Presencia limitada de marca en España. Poca experiencia en exportaciones internacionales.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1. Oportunidad de gestionar una nueva certificación, como la de comercio justo, lo cual podría aumentar la competitividad del producto en el mercado europeo. 2. España forma parte del Acuerdo Multipartes con Ecuador, lo que permite la entrada de pitahaya con arancel 0 %, facilitando el acceso al mercado. 3. Disponibilidad de contactos generados en ferias internacionales, con potenciales clientes compradores interesados en retomar negociaciones o realizar pedidos. 4. Se puede seguir asistiendo a ferias internacionales y ruedas de negocios del sector frutícola para dar a conocer la empresa y la calidad de la fruta. 5. Explorar el mercado de productos procesados (pulpa, jugos, snacks) en Europa, lo que puede abrir nuevas líneas de exportación para frutas tropicales que podrían ser de interés para Pitakawsay.	Competencia y volatilidad comercial en el comercio internacional de pitahaya roja. Podrían producirse eventos climáticos bruscos (como lluvias intensas) que afecten la producción. Suele haber competencia desleal y prácticas de dumping con la pitahaya. Podría haber riesgos por la aparición de plagas o proliferación de hongos que implicarían el uso de químicos que dejarían resudualidad. Inestabilidad en temas de narcotráfico en Ecuador que pueda generar desconfianza de nuevos clientes.

Nota. Elaboración propia.

Resultados de la Matriz de Cruce de Variables

A continuación, se presentan los resultados obtenidos a partir de la matriz de cruce de variables, herramienta que permite vincular las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas previamente identificadas mediante el análisis FODA. Esta matriz es clave para la formulación estratégica, ya que facilita la generación de propuestas alineadas tanto con las capacidades internas de la empresa como con las condiciones del entorno.

Para su construcción, se relacionaron las fortalezas con las oportunidades (estrategias FO), las debilidades con las oportunidades (estrategias DO), las fortalezas con las amenazas (estrategias FA) y las debilidades con las amenazas (estrategias DA). Esta interrelación permite estructurar estrategias específicas orientadas a aprovechar ventajas, superar limitaciones, prevenir riesgos y fortalecer la competitividad de Pitakawsay Cía. Ltda. en el mercado español.

Tabla 9*Matriz de cruce de variables*

LISTA DE FORTALEZAS (F)		LISTA DE DEBILIDADES (D)
	1. Certificaciones internacionales (Global GAP, GRASP, Predio libre de mosca de la fruta, BPA) que avalan los estándares de calidad y seguridad. 2. Realización periódica de análisis semestrales de residuos, con resultados consistentemente negativos. 3. Alta capacidad instalada para el procesamiento de fruta en el centro de acopio. 4. Comunicación interna efectiva que favorece la colaboración y el desempeño del equipo. 5. Alta confiabilidad y solidez en las relaciones con los clientes.	1. Baja capacidad de respuesta en la empacadora para grandes pedidos debido a la inexperiencia y falta de personal. 2. Dependencia de intermediarios para el acceso a mercados internacionales. 3. Dependencia de un solo tipo de producto (pitahaya roja fresca) 4. Presencia limitada de marca en España. 5. Poca experiencia en exportaciones internacionales
LISTA DE OPORTUNIDADES (O)	ESTRATEGÍAS OFENSIVAS (FO)	ESTRATEGÍAS DE REORIENTACIÓN (DO)

1. Oportunidad de gestionar una nueva certificación, como la de comercio justo, lo cual podría aumentar la competitividad del producto en el mercado europeo.
2. España forma parte del Acuerdo Multipartes con Ecuador, lo que permite la entrada de pitahaya con arancel 0 %, facilitando el acceso al mercado.
2. Disponibilidad de contactos generados en ferias internacionales, con potenciales clientes compradores interesados en retomar negociaciones o realizar pedidos.
3. Se puede seguir asistiendo a ferias internacionales y ruedas de negocios del sector frutícola para dar a conocer la empresa y la calidad de la fruta.
4. Explorar el mercado de productos procesados (pulpa, jugos, snacks) en Europa, lo que puede abrir nuevas líneas de exportación para frutas tropicales que podrían ser de interés para Pitakawsay.

1. Participar activamente en ferias y ruedas de negocio aprovechando la alta capacidad instalada del centro de acopio para ofrecer muestras gratuitas.
2. Aprovechar las certificaciones internacionales para complementar con una futura certificación de comercio justo y así posicionar la fruta como una opción ética y diferenciada en el mercado europeo.
3. Aprovechar la alta capacidad instalada y la infraestructura del centro de acopio y procesamiento para desarrollar productos derivados de la pitahaya roja.
4. Reforzar la confiabilidad con antiguos contactos de ferias, promoviendo el retorno de compradores interesados en retomar negociaciones.

1. Reducir la dependencia de intermediarios para el acceso a mercados internacionales, asistiendo a eventos especializados en comercio exterior para obtener nuevos clientes del mercado de destino.
2. Empezar a construir una identidad de marca ética y diferenciada mediante la obtención de nuevas certificaciones como la del comercio justo.
3. Enfrentar la poca experiencia exportadora desarrollando seguimiento post-feria con contactos anteriores para realizar envíos con volúmenes modestos y fortalecer aprendizaje comercial.
4. Reducir la dependencia del único producto (pitahaya roja) explorando el mercado de procesados y subproductos de la fruta, con menor presión logística.

LISTA DE AMENAZAS (A)	ESTRATEGÍAS DEFENSIVAS (FA)	ESTRATEGÍAS DE SUPERVIVENCIA (DA)
1. Competencia y volatilidad comercial en el comercio internacional de pitahaya roja.	1. Emplear la buena comunicación interna para preparar protocolos de respuesta rápida ante eventos climáticos imprevistos, como la cosecha prematura.	1. Capacitarse en gestión de comercio internacional para enfrentar la volatilidad comercial con herramientas contractuales y logísticas más sólidas.

- | | | |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 2. Podrían producirse eventos climáticos bruscos (como lluvias intensas) que afecten la producción. 3. Suele haber competencia desleal y prácticas de dumping con la pitahaya. 4. Podría haber riesgos por la aparición de plagas o proliferación de hongos que implicarían el uso de químicos que dejarían resudualidad. 5. Inestabilidad en temas de narcotráfico en Ecuador que puede generar desconfianza a nuevos clientes | <ul style="list-style-type: none"> 2. Aprovechar la infraestructura existente para implementar prácticas agrícolas y controles postcosecha que minimicen el impacto de posibles brotes fitosanitarios. 3. Utilizar las certificaciones internacionales para estrategia para negociar mejores precios frente a la competencia y la volatilidad comercial. 4. Utilizar la alta confiabilidad y solidez en las relaciones con los clientes como estrategia para contrarrestar prácticas de dumping y competencia desleal, estableciendo relaciones comerciales de largo plazo basadas en cumplimiento, transparencia y calidad constante del producto. | <ul style="list-style-type: none"> 2. Fortalecer la capacidad de respuesta a pedidos medianos y grandes entrenando al personal con fruta de descarte, para evitar perder oportunidades con debido a la alta competencia en mercados internacionales. 3. Profesionalizar la imagen de marca en los canales de comunicación externa para contrarrestar posibles temores de compradores por la situación de narcotráfico del país. 4. Reducir la dependencia de intermediarios en el acceso a mercados internacionales mediante la participación en eventos especializados de comercio exterior, como medida preventiva para minimizar el riesgo de prácticas de dumping y presión a la baja de precios. |
|--|--|--|

Nota: Elaboración Propia

Las estrategias ofensivas (FO) resultan especialmente relevantes para Pitakawsay, ya que se centran en aprovechar las capacidades internas existentes para responder a oportunidades externas favorables. Entre estas fortalezas se destacan las certificaciones internacionales, los procesos de control de calidad, la capacidad instalada de procesamiento y la consolidación de relaciones comerciales confiables. Estas pueden ser capitalizadas frente a factores como el acceso preferencial al mercado español a través del Acuerdo Multipartes, el aumento en la demanda de frutas exóticas con propiedades saludables y la posibilidad de participación en ferias internacionales especializadas.

La aplicación de estas estrategias es prioritaria, ya que permiten transformar recursos internos en ventajas competitivas sostenibles, lo cual favorece la diferenciación de la pitahaya ecuatoriana frente a otros proveedores latinoamericanos o asiáticos. Además, al alinearse con las tendencias de consumo responsable en Europa, estas acciones contribuyen a fortalecer la propuesta de valor de la empresa y a generar mayor confianza en los consumidores.

Por otra parte, también adquieren relevancia las estrategias de reorientación (DO), que buscan abordar debilidades internas como la limitada experiencia exportadora, la concentración en un solo producto y la dependencia de intermediarios para el acceso a mercados internacionales. Estas debilidades pueden ser enfrentadas mediante el aprovechamiento de oportunidades realistas, que permitan fortalecer la estructura operativa y comercial de la empresa a mediano plazo.

En este contexto, acciones como la participación en ferias internacionales y ruedas de negocios, la formación de alianzas estratégicas con importadores y

mayoristas, la diversificación hacia productos procesados (como pulpa, jugos o snacks) y la obtención de certificaciones adicionales (como la de comercio justo), se consideran fundamentales para fortalecer las capacidades internas de Pitakawsay. Estas estrategias no solo permiten mejorar la situación actual, sino que también preparan a la empresa para competir con mayor solidez en el exigente mercado europeo. Su implementación deberá ser gradual y planificada, acompañada de un seguimiento constante que asegure resultados sostenibles.

Por su parte, las estrategias defensivas (FA) se orientan a mitigar los efectos de amenazas externas, operando como un mecanismo de prevención frente a riesgos como la competencia internacional, eventos climáticos extremos, la aparición de plagas o percepciones negativas vinculadas a la situación de seguridad en Ecuador.

Estas estrategias se sustentan en la capacidad de la empresa para respaldar la calidad de sus productos mediante certificaciones reconocidas, análisis de residuos y sistemas de trazabilidad auditables. Asimismo, el fortalecimiento de la comunicación interna permite responder con agilidad ante situaciones imprevistas, como desastres naturales o bloqueos logísticos. En conjunto, estas acciones refuerzan la reputación institucional y protegen la operación comercial frente a contingencias.

Finalmente, las estrategias de supervivencia (DA), que resultan esenciales para evitar que ciertas debilidades internas se conviertan en riesgos críticos, especialmente considerando la inexperiencia de Pitakawsay en mercados internacionales. Estas estrategias contemplan la capacitación técnica y comercial del equipo, el fortalecimiento de la capacidad de respuesta a pedidos medianos y grandes entrenando al personal con fruta de descarte, la capacitación en gestión de comercio internacional para enfrentar

mercados volátiles y la profesionalización de la imagen corporativa, con el objetivo de generar confianza y credibilidad ante posibles incertidumbres del contexto país.

En conjunto, se recomienda priorizar la ejecución de las estrategias FO y DO como ejes centrales para la inserción y diferenciación de la empresa en el mercado español, ya que permiten aprovechar directamente sus fortalezas y las oportunidades identificadas. Las estrategias FA y DA, de carácter preventivo y correctivo, deben implementarse para proteger la operación, asegurar la confianza de los clientes y reducir los factores de riesgo que podrían comprometer la sostenibilidad y competitividad de la empresa a mediano plazo.

DISCUSIÓN

La presente discusión analiza e interpreta los hallazgos obtenidos a lo largo del proceso investigativo, a partir de los objetivos específicos planteados. Se busca reflexionar sobre los principales desafíos y oportunidades identificados, así como sobre las estrategias propuestas para el caso de Pitakawsay, con base en la información recabada mediante entrevistas, revisión documental y análisis estratégico.

En relación con el Objetivo Específico 1, orientado a identificar los requisitos y regulaciones necesarias para exportar pitahaya al mercado español, los resultados obtenidos subrayan que cumplir con normas fitosanitarias y documentación aduanera es indispensable para ingresar a dicho destino. Esta conclusión coincide con lo señalado por Proaño Bastidas (2013), quien resalta que el acceso a la Unión Europea está condicionado por estrictos controles sanitarios y de trazabilidad. Sin embargo, también plantea que estos requisitos pueden convertirse en elementos diferenciadores que añadan valor al producto. Además, certificaciones como Global GAP, y las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) fortalecen la competitividad de empresas como Pitakawsay, en línea con lo propuesto por Chávez Chavarria (2024), quien sostiene que aplicar estas normas permite optimizar procesos, reducir desperdicios y generar mayor confianza en los consumidores. Por su parte, Sarchi (2018), también destaca la importancia de cumplir con certificaciones clave, como el Global GAP y el certificado fitosanitario, ambos identificados como indispensables en este estudio para acceder al mercado europeo.

Respecto al Objetivo Específico 2, que se centró en identificar los factores económicos, logísticos y de mercado que influyen en la exportación de pitahaya roja

hacia España, se evidenció que, a pesar de contar con una infraestructura sólida para el procesamiento del fruto, la empresa enfrenta desafíos logísticos relevantes, en especial por su inexperiencia exportadora. El transporte aéreo, necesario por la perecibilidad del producto, incrementa significativamente los costos. En la entrevista (ver Apéndice B), Vanessa Melian explicó que la vía marítima representa un riesgo debido a la posibilidad de que la fruta madure antes de llegar, lo que comprometería su calidad. Esta observación se alinea con lo planteado por Luzuriaga Castillo Stalin (2013), quien advierte que la calidad del producto puede deteriorarse si no se cumplen estándares adecuados de manejo postcosecha, refrigeración y embalaje. Ambos aportes coinciden en que la logística resulta un aspecto clave para asegurar el éxito en la exportación.

El Objetivo Específico 3 consistió en formular estrategias que permitan superar los desafíos y aprovechar las oportunidades presentes en el mercado español. Para lo cual se empezó realizando una entrevista al gerente general de Pitakawsay, Ramón Rodríguez (ver Apéndice C) para poder identificar las fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas.

Dentro de la información que se obtuvo en esta entrevista, se señaló como amenaza el posible incremento de volúmenes de pitahaya desde Perú, debido a que este país tiene costos laborales más bajos, y podría ser una gran desventaja competitiva para la pitahaya ecuatoriana. Esta preocupación se contrastó con datos obtenidos previamente en el Objetivo 2, en el cual se confirmó que el producto peruano se comercializa a un menor precio, posicionándolo como un competidor fuerte, sin embargo, su participación en el mercado a español es seis veces inferior en comparación con Ecuador, por lo tanto, no es una amenaza en el corto plazo.

Por otro lado, la entrevista realizada al gerente de Pitakawsay permitió identificar que la calidad de la pitahaya y la disponibilidad de certificaciones vigentes constituyen fortalezas clave para la empresa. Estos hallazgos coinciden con lo planteado por Zapata (2016), quien señala que la presencia de certificaciones internacionales y una oferta exportable de alta calidad son factores determinantes para competir en mercados externos. El testimonio del gerente refuerza esta idea al confirmar que Pitakawsay cumple con ambos aspectos, lo que le proporciona una base sólida para avanzar en su inserción en el mercado europeo.

También se expuso que Pitakawsay está interesado en implementar una nueva certificación y se evalúa la del Comercio Justo, lo cual se categorizó como oportunidad en la matriz FODA, debido a que según Mendoza Gómez (2025), en su investigación titulada *“El comercio justo como estrategia para la internacionalización de la pitahaya de Pitakawsay en el mercado europeo”*, expone que esta certificación representa una oportunidad para aumentar la competitividad de la pitahaya en el mercado europeo y contribuye al desarrollo sostenible y al bienestar de las comunidades productoras.

Asimismo, las debilidades identificadas en la entrevista, en particular la limitada experiencia exportadora, la ausencia de una marca posicionada en Europa y la dependencia de servicios logísticos tercerizados, también se corresponden con lo señalado por la literatura. Sarchi (2018) sostiene que la falta de experiencia constituye una barrera de entrada relevante, ya que los nuevos exportadores enfrentan desventajas de conocimiento frente a competidores ya establecidos. Este contraste muestra que los desafíos percibidos por la empresa no son casos aislados, sino que responden a patrones comunes en empresas emergentes dentro del comercio exterior.

Por otro lado, una de las amenazas que se planteó en esta entrevista fue la competencia desleal y las prácticas de *dumping* con la pitahaya, esta información se corrobora con un reportaje emitido en diciembre de 2024 por un canal de noticias ecuatoriano, Televistazo, que explica que, la cosecha que que prometía ser rentable en Manabí terminó de festín en ser utilizada como alimento para vacas, y que las pérdidas por la sobreproducción se calcularon en USD 50 millones, de acuerdo con la Asociación de Productores de Pitahaya de Manabí. (Televistazo, 2025)

Dentro de las propuestas planteadas dentro de la matriz de cruce de variables (Ver Tabla 9), se encontraba la diversificación del portafolio dentro de las estrategias de reorientación. Esta estrategia consistía en reducir la dependencia del único producto y crear procesados por su mayor valor agregado, lo cual representa una oportunidad concreta para ampliar la oferta y captar nuevos segmentos. Como señala Sarchi (2018), si bien la mayoría de exportaciones de esta fruta se realizan en su estado natural, ofrecerla en una presentación procesada y lista para el consumo inmediato permite diferenciarla en el mercado y adaptarse a las tendencias actuales de los consumidores.

También se incluyeron estrategias sobre la participación en ferias internacionales y eventos similares, y el establecimiento de contactos comerciales mediante estos mismos. Estas estrategias ya han sido puestas en práctica por Pitakawsay, tal como lo confirma el gerente general en la entrevista realizada (ver Apéndice C), donde menciona que la empresa participó en el *Fruit Attraction*, una feria internacional de frutas en Madrid durante el año 2024. Esta acción refleja una aplicación concreta de estrategias ofensivas y de reorientación, al buscar posicionarse en el mercado español a través de la generación directa de vínculos con potenciales compradores internacionales. Molina y Rojas (2022) también concuerdan con este punto

y argumentan que la asistencia a ferias internacionales permite presentar el producto en el mercado objetivo y es una estrategia clave para captar a nuevos intermediarios.

Gracias al uso combinado de fuentes documentales, entrevistas semiestructuradas y herramientas de análisis estratégico, fue posible obtener una visión completa y bien fundamentada del entorno que enfrenta la exportación de pitahaya roja al mercado español.

En resumen, los resultados de esta discusión reafirman y complementan lo señalado por estudios anteriores, mostrando que el mercado español representa una oportunidad viable para Pitakawsay. No obstante, su aprovechamiento dependerá de la capacidad de la empresa para mejorar la logística, avanzar en certificaciones, construir alianzas estratégicas duraderas e invertir en posicionar una marca sólida.

CONCLUSIONES

Conclusión | OE1 Determinar los requisitos y regulaciones específicos para la exportación de pitahaya roja hacia España.

El análisis realizado demuestra que la exportación de pitahaya roja desde Ecuador hacia España exige un proceso integral de cumplimiento normativo en el que intervienen autoridades de ambos países. En Ecuador, Agrocalidad verifica la sanidad, la calidad y el acondicionamiento del producto; mientras que, en destino, los organismos españoles, principalmente SOIVRE y MAPA, inspeccionan que la fruta cumpla con los estándares de inocuidad, presentación y etiquetado requeridos para su comercialización en la Unión Europea.

Asimismo, se constató que, antes de emitir la Declaración Aduanera de Exportación y enviar la carga a la agencia transportista, el exportador debe disponer de documentación obligatoria, como la lista de empaque, el Certificado Fitosanitario, el Certificado de Origen para acceder a preferencias arancelarias, las guías de movilización, la guía de remisión y la factura comercial.

Este conjunto de requisitos evidencia que la operación exportadora demanda una gestión documental rigurosa y una coordinación efectiva entre las entidades reguladoras, con el fin de garantizar una entrada segura y conforme del producto al mercado español.

Conclusión | OE2: Identificar los factores económicos, logísticos y de mercado que influyen para la exportación de pitahaya roja a España.

A partir del estudio de los factores económicos, logísticos y de mercado se concluye que factores económicos, logísticos y de mercado, se refleja que la exportación de pitahaya roja hacia España está condicionada por elementos externos que pueden favorecer o limitar la competitividad de Pitakawsay Cía. Ltda. En el ámbito económico, el Acuerdo Comercial Multipartes resulta determinante al establecer un arancel del 0 %, lo que mejora el precio final del producto; sin embargo, este beneficio también lo comparten los países que compiten directamente con Ecuador. De igual forma, el tipo de cambio euro-dólar constituye un factor relevante, pues un euro fortalecido incrementa el poder adquisitivo de los importadores europeos y favorece a productos dolarizados como la pitahaya ecuatoriana, aunque durante el periodo 2024–2025 estas variaciones no presentaron una volatilidad significativa.

En el componente logístico, se confirma que el transporte aéreo es la alternativa más adecuada para preservar la calidad de la fruta, dadas la distancia y el alto riesgo de deterioro asociado a los envíos marítimos, lo que demanda una cadena de frío estricta y una coordinación operativa precisa. Finalmente, en el ámbito de mercado se identificó una demanda en expansión, reflejada en el aumento sostenido de las importaciones españolas y en una preferencia creciente por la pitahaya ecuatoriana, dentro de un entorno competitivo todavía reducido.

En conjunto, estos elementos permiten concluir que España constituye un mercado con condiciones favorables para la inserción y consolidación de nuevos exportadores, siempre que la empresa logre fortalecer su estrategia comercial, optimizar

su gestión logística y mantener estándares consistentes de calidad que respalden su posicionamiento.

Conclusión | OE3: Proponer estrategias que puede implementar Pitakawsay Cía. Ltda. para superar los desafíos y aprovechar las oportunidades del mercado español.

En relación con las estrategias formuladas para potenciar la inserción de Pitakawsay Cía. Ltda. en el mercado español, se sugiere la priorización de las estrategias ofensivas y de reorientación, que resultan fundamental para aprovechar las oportunidades identificadas. Las estrategias ofensivas permiten capitalizar las fortalezas existentes, entre ellas aprovechar la capacidad instalada del centro de acopio para ofrecer muestras gratuitas para futuras participaciones en ferias y ruedas de negocio que se recomiendan hacer. Las estrategias de reorientación son útiles para corregir las debilidades internas de la empresa mientras se aprovechan oportunidades.

La participación de Pitakawsay en la feria internacional *Fruit Attraction*, que tuvo la empresa en 2024, debe entenderse como un punto de partida, se necesita ampliar de manera continua su presencia en eventos especializados, con el fin de consolidar relaciones comerciales, incrementar su exposición ante nuevos clientes y fortalecer su posicionamiento competitivo en el mercado español.

De manera complementaria, las estrategias defensivas y de supervivencia cumplen funciones preventivas y correctivas al mitigar riesgos y preservar la confianza de los clientes. En conjunto, estas líneas de acción conforman una ruta integral que orienta a la empresa hacia una inserción más sólida y competitiva en el mercado español.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agrocalidad. (2020). *Emisión de etiquetas- SISTEMA GUIA*.

<https://www.agrocalidad.gob.ec/wpcontent/uploads/2020/05/emision-etiquetas.pdf>

Agrocalidad. (2023). *LA PITAHAYA ECUATORIANA LLEGARÁ a CHINA – AGROCALIDAD*. <https://www.agrocalidad.gob.ec/la-pitahaya-ecuatoriana-llegara-a-china/>

Agrocalidad. (24 de febrero de 2025). *Aguacate Hass y pitahaya ecuatoriana llegan por primera vez a mercados argentinos*. <https://www.agrocalidad.gob.ec/aguacate-hass-y-pitahaya-ecuatoriana-llegan-por-primera-vez-a-mercados-argentinos/>

Agrocalidad. (junio de 2024). *MANUAL DE CERTIFICACIÓN FITOSANITARIA PARA EXPORTACIÓN*. <https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2024/07/Resolucio%CC%81n-0175-Manual-de-Certificacio%CC%81n-Fitosanitaria-actualizado-jun-2024.pdf>

Agrocalidad. (n.d.). *Guia del Sistema VUE*.

<https://guia.agrocalidad.gob.ec/tutoriales/vue/regvue.html>

Agrocalidad. (n.d.). *Misión y Visión*. <https://www.agrocalidad.gob.ec/mision-vision/>

Andrade, J. (19 de noviembre de 2024). *Noticia de EUDE Business School para la fecha 19/11/2024*. Eude Business School. <https://www.eude.es/blog/el-impacto-de-los-acuerdos-comerciales-claves-para-el-exito-empresarial/>

Cámara de Comercio de Guayaquil. (18 de octubre de 2022). Principales productos exportados a la Unión Europea - Camara de Comercio de Guayaquil. *Camara de Comercio de Guayaquil*. <https://www.lacamara.org/website/principales-productos-exportados-a-la-union-europea/>

Chávez Chavarria, I. M. (2024). *ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN DE PITAHAYA EN EL CANTÓN PALORA Y OPORTUNIDADES DE EXPORTACIÓN*.

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA.

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/27559/1/UPS-GT005040.pdf>

Comisión Europea. (n.d.). *Acuerdo comercial UE-Colombia-Perú-Ecuador* |

Access2Markets. Retrieved May 28, 2025, from

https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/es/content/acuerdo-comercial-ue-colombia-peru-ecuador#toc_8

Ecuavisa. (25 de marzo de 2024). Exportaciones de Pitahaya en Ecuador rompieron récord histórico en ventas | Televistazo | Ecuavisa [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=5VUnNeZjRFA>

EUR-Lex [Unión Europea]. (s. f.). *Acceso al Derecho de la Unión Europea*. EUR-Lex.

<https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/2031/oj/eng>

Euroinnova International Online Education. (2025, marzo 3). *acuerdo comercial que es*.

<https://www.euroinnova.com/blog/acuerdo-comercial-que-es>

Exportory. (9 de enero de 2025). ¿Qué es la Exportación Agrícola y Por Qué es

Importante? Exportory. <https://exportory.com/que-es-la-exportacion-agricola-y-por-que-es-importante/>

Fortune Business Insights. (2023). Tamaño del mercado de frutas exóticas, participación, tendencia de la industria, pronóstico, 2032.

<https://www.fortunebusinessinsights.com/es/exotic-fruits-market-109426>

Fortune Business Insights. (2023). *Tamaño del mercado de frutas exóticas, participación, tendencia de la industria, pronóstico, 2032*.

<https://www.fortunebusinessinsights.com/es/exotic-fruits-market-109426>

- Galora, D. (2024). *Análisis del comportamiento de la exportación de pitahaya ecuatoriana hacia el mercado asiático, año 2022*. Universidad Politécnica Salesiana. <https://dspace.upse.edu.ec/bitstream/123456789/27534/1/UPS-GT005020.pdf>
- Gayubas, A. (7 de diciembre de 2024). *Investigación documental - Qué es, tipos, técnicas y ejemplos*. Concepto. <https://concepto.de/investigacion-documental/>
- Granja, A. (2019, enero 7). *Frutas exóticas ecuatorianas en mercados internacionales - CORPEI*. CORPEI. <https://corpei.org/2019/01/02/frutas-exoticas-ecuatorianas-en-mercados-internacionales/>
- Heras, H. (2025). Informe 2025 del sector de frutas tropicales y exóticas en España. Alimarket.es. <https://www.alimarket.es/alimentacion/informe/401632/informe-2025-del-sector-de-frutas-tropicales-y-exoticas-en-espana>
- Hernández, L., García, M., Castillo, A., Ybarra, M., & Nieto, R. (2020). *Intensidad de la radiación sobre el crecimiento y las características fisicoquímicas de tallos de pitahaya (hylocereus ocamponis)*. VIII Congreso Internacional y XXII Congreso Nacional de Ciencias Agronómicas, 35-96.
- ICEX España Exportación e Inversiones. (n.d.). *Sector del transporte y logística en España*. <https://www.investinspain.org/es/sectores/logistica-transporte>
- Jain, A., & Jain, A. (8 de mayo de 2025). *Definición de Requisitos: ¿Qué es y cómo aplicarlo?* Visure Solutions. <https://visuresolutions.com/es/gu%C3%ADa-de-almosna/definici%C3%B3n-de-requisitos/>
- La Hora. (abril de 2024). *Dos empresas ecuatorianas exportan pitahaya roja por primera vez a Estados Unidos y Alemania*. <https://www.lahora.com.ec/pais/dos-empresas-ecuatorianas-exportan-pitahaya-roja-primera-vez-estados-unidos-alemania/>
- Loaiza Ramírez, M. (2024). *Análisis de la demanda internacional de pitahaya ecuatoriana año 2023*. <https://dspace.upse.edu.ec/handle/123456789/28946>

Logistik Indonesia [POSIND]. (n.d.). *The Must-Know Difference between Export and Import*. Pos Indonesia. <https://www.posindonesia.co.id/en/blogs/the-must-know-difference-between-export-and-import>

Luzuriaga Castillo Stalin, L. C. S. (2013). *Proyecto de factibilidad para la exportación de pitahaya a Barcelona - España*. Repositorio Digital Universidad UTE. <https://repositorio.ute.edu.ec/entities/publication/6acf9338-661e-4d6c-8ccf-4dbac956f813>

Mendoza Gómez, E. P. (2025). *El comercio justo como estrategia para la internacionalización de la pitahaya de Pitakawsay en el mercado europeo*.

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de España [MAPA]. (s. f.). *COMERCIO EXTERIOR VEGETAL: PUESTOS DE CONTROL EN FRONTERA*. <https://www.mapa.gob.es/es/agricultura/temas/comercio-exterior-vegetal/puntosdecontrolenfrontera>

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (n.d.). *Frutas y hortalizas*. https://www.mapa.gob.es/es/agricultura/temas/producciones-agricolas/frutas-y-hortalizas/informacion_general.aspx

Ministerio de Economía, Comercio y Empresa (España). (s. f.). *Controles en frontera: Controles en frontera*. <https://comercio.gob.es/ImportacionExportacion/Controles/Paginas/default.aspx>

Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca. (n.d.). *Acuerdo Comercial de Ecuador con Unión Europea arroja resultados positivos*.

<https://www.produccion.gob.ec/acuerdo-comercial-de-ecuador-con-union-europea-arroja-resultados-positivos/>

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca [MPCEIP]. (2020).

ACUERDO MINISTERIAL MPCEIP-DMPCEIP. Producción.gob.

<https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2020/07/ACUERDO-MINISTERIAL-N%C2%B0-MPCEIP-DMPCEIP-2020-0037-QUE-EXPIDE-LA-NORMATIVA-COMPLEMENTARIA-PARA-LA-SUPERVISI%C3%93N-VERIFICACI%C3%8DON-Y-EMISI%C3%93N-DE-CERTIFICADOS-DE-ORIGEN.pdf>

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2024). *Pitahaya*

rompe récord en exportaciones con más de USD 172 millones, en 2023 –

Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca.

<https://www.produccion.gob.ec/pitahaya-rompe-record-en-exportaciones-con-mas-de-usd-172-millones-en-2023/>

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (9 de octubre de

2019). *Oferta de frutas frescas de Ecuador presente en Madrid – Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca.*

<https://www.produccion.gob.ec/oferta-de-frutas-frescas-de-ecuador-presente-en-madrid/>

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2024). *ECUADOR*

INICIA LAS EXPORTACIONES DE PITAHAYA A CHINA – Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca.

<https://www.produccion.gob.ec/ecuador-inicia-las-exportaciones-de-pitahaya-a-china/>

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2023). *Se simplifica*

la obtención de Certificados de Origen para dinamizar las exportaciones –

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca.

<https://www.produccion.gob.ec/se-simplifica-la-obtencion-de-certificados-de-origen-para-dinamizar-las-exportaciones/>

Molina, S., & Rojas, S. (2022). *Tesis: Diseño de plan de marketing internacional para promocionar exportaciones de pitahaya ecuatoriana al mercado asiático.*

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/18370/1/T-UCSG-PRE-CEAE-CNI-33.pdf>

MPCEIP - Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2022).

Capacitación en mecanismos para la defensa de las empresas exportadoras ante investigaciones iniciadas por terceros países y en materia de corrección de comercio. Producción.Gob. <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/04/Capacitacion-en-mecanismos-para-la-defensa-de-las-empresas-exportadoras-ante-investigaciones-iniciadas-por-terceros-paises-y-en-materia-de-correccion-de-comercio.pdf>

Newsroom Infobae. (12 de octubre de 2024). Ecuador introduce frutas exóticas en el mercado español con la ayuda de la Unión Europea. Infobae.

<https://www.infobae.com/america/agencias/2024/10/12/ecuador-introduce-frutas-exoticas-en-el-mercado-espanol-con-la-ayuda-de-la-union-europea/>

Pazos, A. (30 de octubre de 2025). Trazabilidad y Etiquetado en la Exportación de

Pitahaya: Garantía de Calidad y Cumplimiento para el Mercado Internacional.

LabelPrint Ecuador. <https://labelprintec.com/2025/10/28/trazabilidad-y-etiquetado-en-la-exportacion-de-pitahaya-garantia-de-calidad-y-cumplimiento-para-el-mercado-internacional/>

- Pinillos, V., Almenar, M., Ruíz, P., & Tecnología Hortícola. (5 de junio de 2025). Las frutas exóticas que llegan, las grandes perspectivas de mercado.
<https://www.tecnologiahorticola.com/es/cultivos/las-frutas-exoticas-que-llegan-las-grandes-perspectivas-de-mercado>
- Portal Único de Trámites Ciudadanos [Gob.ec]. (24 de marzo de 2025). *Solicitud de registro de operadores de exportación de plantas, productos vegetales y artículos reglamentados | Ecuador - Guía Oficial de Trámites y Servicios*.
<https://www.gob.ec/arcfz/tramites/solicitud-registro-operadores-exportacion-plantas-productos-vegetales-articulos-reglamentados>
- Porto, J. P., & Gardey, A. (14 de septiembre de 2021). *Regulación - Qué es, definición y concepto*. Definición.de. <https://definicion.de/regulacion/>
- Prieto, M. (2020). *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*. UTEG.
<http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/bitstream/handle/123456789/1344/An%C3%A1lisis%20De%20La%20Fruta%20Ex%C3%B3tica%20Pitahaya%20Producto%20No%20Tradicional%20Del%20Ecuador%20Y%20Su%20Incidencia%20En%20El%20Mercado%20De%20Estados%20Unidos%20En%20El.pdf?isAllowed=y&sequence=1>
- Proaño Bastidas, P. B. S. (2013). *Estudio de exportación de la pitahaya ecuatoriana hacia el mercado europeo*. <https://repositorio.puce.edu.ec/items/67b32de6-fe5d-4d27-9371-c349594b4d48>
- PROECUADOR (2021). *Frutas tropicales exóticas en Alemania – PROECUADOR*.
<https://www.proecuador.gob.ec/frutas-tropicales-exoticas-en-alemania/>
- PROECUADOR. (2024). Guía del Exportador.
https://www.proecuador.gob.ec/descargas/guias/guia_del_exportador_2024.pdf

- Riofrio, K. (n.d.). *Impacto del desarrollo de la producción sobre las exportaciones de pitahaya del Ecuador en el periodo 2015 - 2018*. UCSG.
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/13899/1/T-UCSG-PRE-ECO-CECO-282.pdf>
- Sarchi, P. (2018). *Plan de negocios para la exportación de pitahaya roja en rodajas hacia España*. UDLA.
<https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/8586/1/UDLA-EC-TINI-2018-04.pdf>
- Secretaría De Agricultura Y Desarrollo Rural. (n.d.). *¿A qué se refiere fito y zoosanitario?* gob.mx. <https://www.gob.mx/agricultura/articulos/a-que-se-refiere-fito-y-zoosanitario>
- Serrano, E., & Serrano, E. (15 de julio de 2025). Pitahaya o Fruta del Dragón 3 Variedades con un Sabor Único | FrutaMare. FrutaMare.
<https://www.frutamare.com/pitahaya-o-fruta-del-dragon>
- Servicio de Rentas Internas. (n.d.). *Registro de Exportador Habitual*.
<https://www.sri.gob.ec/registro-de-exportador-habitual>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador [SENAE]. (n.d.). *Para Exportar – Servicio Nacional de Aduana del Ecuador: ¿Qué es una Exportación?*
<https://www.aduana.gob.ec/servicio-al-ciudadano/para-exportar/>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador | *Ecuador - Guía Oficial de Trámites y Servicios*. (n.d.). <https://www.gob.ec/senae>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (n.d.). *Aprobación de Registro como OCE importador/exportador en el sistema informático Ecuapass | Ecuador - Guía Oficial de Trámites y Servicios*. <https://www.gob.ec/senae/tramites/aprobacion-registro-oce-importadorexportador-sistema-informatico-ecuapass>
- Sharma, H. (31 de enero de 2025). *Cómo el Comercio Internacional Está Transformando la Agricultura Global. Unleashing the Power of Precision With*

- Bonhoeffer Machines. <https://es-blog.bonhoeffermachines.com/como-el-comercio-internacional-esta-transformando-la-agricultura-global/>
- Siddiqui, Y., & Ali, A. (2014). *Colletotrichum gloeosporioides* (Anthracnose). In Elsevier eBooks (pp. 337–371). <https://doi.org/10.1016/b978-0-12-411552-1.00011-9>
- Smart Fruits. (29 de mayo de 2025). Tendencias en la Exportación de Frutas este 2025. <https://smartfruits.cl/tendencias-en-la-exportacion-de-frutas-este-2025/>
- Televistazo, T. (2025, December 17). Los productores de pitahaya en Manabí enfrentan pérdidas que alcanzan USD 50 millones. *ECUAVISA*. <https://www.ecuavisa.com/ecuador/los-productores-de-pitahaya-en-manabi-enfrentan-perdidas-que-alcanzan-usd-50-millones-20241221-0023.html>
- TradeImeX. (21 de abril de 2025). Top Dragon fruit exporting countries: Who leads the global market? *Infinite*. <https://www.tradeimex.in/blogs/top-dragon-fruit-exporting-countries>
- Verona Ruiz, Urcia Cerna & Paucar Menacho, L. (2020). Pitahaya (*Hylocereus* spp.): Culture, physicochemical characteristics, nutritional composition, and bioactive compounds. *Scientia Agropecuaria*, 11(3), 439–453. <https://doi.org/10.17268/sci.agropecu.2020.03.16>
- Vipond, T. (27 de noviembre de 2024). *Trade barriers*. Corporate Finance Institute. <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/economics/trade-barriers/>
- Williams, J. (27 de octubre de 2025). Productos agrícolas latinoamericanos que conquistan el mundo. Expertos en Datos de Importaciones y Exportaciones - Datasur. <https://www.datasur.com/productos-agricolas-latinoamericanos-conquistan-el-mundo/>

Zapata, J. (2016). *La exportación de pitahaya hacia la Unión Europea*. UCSG.

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6165/1/T-UCSG-PRE-ECO-CECO-108.pdf>

Apéndice A

Guía de entrevista correspondiente al objetivo de investigación específica 1.

ENTREVISTADO:	Ing. Vanessa Vite Nicolalde	ENTREVISTADOR:	Daniela Rodríguez Barba
FECHA:	16 mayo de 2025	UNIVERSIDAD:	Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí
CARGO ENTREVISTADO:	Agente de Aduana	CARRERA:	Negocios Internacionales

OE 1: *Determinar los requisitos y regulaciones específicos para la exportación de pitahaya roja hacia España.*

EXPERIENCIA LABORAL

1	¿Cuál es su experiencia laboral y profesional?	<i>Me gradué en el año 2002, estudié Comercio Exterior en la Universidad Laica.</i> <i>Ese mismo año entré a la empresa Torres y Torres, trabajé directamente en el departamento de exportaciones en regímenes especiales.</i> <i>Yo estaba en el sitio, me encargaba de todas las operaciones previas a la desaduanización</i> <i>Después, me delegaron el cargo de supervisora en exportaciones.</i> <i>Trabajé en Torres y Torres hasta el año 2014, y después empecé a trabajar de manera independiente. Desde que empecé a trabajar de forma independiente, he tenido que mandar productos agrícolas constantemente.</i>
----------	---	--

REQUISITOS Y REGULACIONES PARA EXPORTACIÓN A ESPAÑA

2	¿Cuáles son los principales requisitos que se deben cumplir para exportar pitahaya roja a España?	<i>En primer lugar, el exportador debe contar con un RUC. Puede ser una persona natural o persona jurídica, pero debe estar registrada en el Ecuapass como exportador, y como es en el caso de los productos agrícolas que requieren de permisos previos, como es el caso de la pita ahí y cualquier otro producto agrícola, tienen que tener registros como exportadores en el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP). Tiene que tener permiso, ya sea como productores exportadores o ambas cosas, dependiendo, para lo cual hay que pagar una tasa inicial, cuyo valor se puede revisar en la página web.</i>
3	¿Cuáles son las exigencias más comunes por parte de las autoridades sanitarias y aduaneras españolas o de la UE?	<i>Siempre van a exigir el certificado de origen, que es esencial tenerlo por las preferencias arancelarias que se tienen entre los convenios que hay entre la Unión Europea y Ecuador. También van a exigir el certificado fitosanitario para asegurarse de que el producto no tiene plagas</i>

PROCEDIMIENTOS LOGÍSTICOS Y ADUANEROS

4	¿Cómo es el proceso aduanero desde Ecuador hasta el ingreso a España?	<i>Primero, los exploradores deben conseguir todos los certificados y documentos que van a necesitar dependiendo de su producto previo a la exportación. Se necesita un agente de aduana para poder reservar el cupo aéreo y asegurarse de que la documentación está en regla o, si no, se lo puede realizar por medio de una agencia de carga. Posteriormente, se manda ya sea por medio marítimo o aéreo, y en el país del destino igualmente un agente de aduana debe desembarcar el producto. Si la documentación está en regla y la carga es liberada sin contratiempos, en un par de días tras la llegada, la fruta puede estar lista para retiro.</i>
5	¿Qué documentación se debe presentar y ante qué entidades?	<i>El certificado de origen se debe presentar ante las autoridades aduaneras del país importador para acreditar el origen y acceder a las preferencias arancelarias. El CFE, igualmente, ante las autoridades del país de destino, en este caso las autoridades fitosanitarias. La DAE te lo piden acá en Ecuador para autorizar la salida de la mercancía</i>
6	¿Cuáles son los principales puntos críticos durante la logística de exportación?	<i>El punto crítico principal es el tema de las plagas. En algunas ocasiones, si se incumple con estos estándares, se suele incinerar la carga debido a que no está apta. No suele suceder tan común; sin embargo, es una probabilidad. Otro de los puntos críticos, lastimosamente, es la contaminación por droga debido a la situación actual de nuestro país. Ahí, el exportador debe controlar toda la cadena de suministro; toda la cadena logística debe cumplirse al 100%. Muchos exportadores inician con esta gestión momentos antes de la carga para asegurarse de que no haya algún tipo de doble pared, en el contenedor, en el caso marítimo. En cargas aéreas, tanto como marítimas, se ejecuta el control de narcóticos; en las cargas aéreas siempre son chequeadas. En el caso marítimo, son chequeadas normalmente al principio cuando el exportador es nuevo; después de eso, hay un poco de más confianza cuando se tiene un volumen de carga regular y se hace cada cierto tiempo o de forma aleatoria. Debido a que pasa de ser un riesgo considerado para la aduana y para los policías antinarcóticos. O, en caso de que el exportador sospeche de una posible contaminación, puede solicitar la revisión antinarcóticos en su carga.</i>

COSTOS Y TIEMPOS

7	¿Cuáles son los costos aproximados asociados al proceso de exportación (certificaciones, aduana, inspecciones)?	<i>El tema de las inspecciones por parte de Agrocalidad son gratuitas, sólo debes solicitar la inspección al centro de acopio en la página web de Agrocalidad al menos con 48 horas de anticipación para que confirmen la asistencia de un inspector, y esta revisión debes coordinarla máximo 24 horas antes de la</i>
---	--	---

exportación. Sin embargo, debes pagar un valor que corresponde a 0.04\$ dólares por cada kilo que vayas a exportar para obtener el Certificado Fitosanitario de Exportación (CFE). La certificación de origen tiene un precio de \$10, y la obtiene a través de la “Ventanilla Única” en el sistema del ECUAPASS. Y finalmente, la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) tiene un precio de \$40 dólares, también la realizas por medio del ECUAPASS.

- | | | |
|----------|---|---|
| 8 | ¿Cuánto tiempo suele demorar el proceso desde el embarque hasta el ingreso del producto en territorio español? | <i>Normalmente, si mandas por avión, va a depender más si es que hay alguna escala, porque si no hay, demora un día para que esté el país de destino. Eso debes consultarlo bien, puesto que es un producto perecible, pero en el caso de la pitahaya tengo entendido que un leve retraso no afectará fuertemente en cuanto a la maduración. Con respecto a la liberación en la Unión Europea, no te lo puedo decir con 100% de exactitud porque no he trabajado en esas fases de liberación en el territorio allá. Sin embargo, desde lo que yo puedo deducir, porque sí he trabajado en liberación de importaciones en Ecuador y se puede tardar de tres a cinco días como máximo; normalmente son tres días. Así que yo supongo que la Unión Europea, como los trámites en general, son más ágiles, ha de ser de uno a dos días.</i> |
|----------|---|---|

RIESGOS Y BARRERAS

- | | | |
|----------|---|---|
| 9 | ¿Cuáles son los principales riesgos o problemas que pueden enfrentar los exportadores de pitahaya? | <i>Aparte de los ya mencionados, considero que más que nada son las primeras exportaciones en las que no se cuenta con la suficiente agilidad para saber qué es lo que deben hacer. Normalmente presentan mucha confusión y, sobre todo, con el tema de la comunicación del cliente se debe ser 100% explícito con cómo es que harán cada cosa, con los temas de volumen, en el caso de las frutas, el tema de la madurez y el calibre. Tienen que estar en la misma página. A pesar de los INCOTERMS, deben aclarar cada punto, sobre todo con el tema del seguro, la liberación en el país de destino y los honorarios a los agentes de aduana.</i> |
|----------|---|---|

10 **¿Existen barreras no arancelarias que dificultan el ingreso del producto al mercado español?**

Como te explicaba anteriormente, el tema de las plagas es una de las barreras no arancelarias más grandes que le pueden dificultar el ingreso al producto, a pesar de que cuente con las debidas certificaciones. Porque al igual que en antinarcóticos, se realizan pruebas de residualidad de productos químicos de manera aleatoria, y sobre todo en la Unión Europea, son demasiado estrictos con estos temas.

OPINIÓN DEL EXPERTO

11 **Desde su perspectiva, ¿considera viable el mercado español para la pitahaya ecuatoriana?**

Sí, como hemos visto en los últimos años, el mercado estadounidense, especialmente en estados como Florida y California, se ha visto saturado, por lo tanto, la UE es ahora una alternativa más atractiva, porque justamente no está tan saturada.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que exportar a la Unión Europea implica una logística más compleja, y uno de los principales retos es la distancia y las dificultades para atender personalmente cualquier inconveniente. He presenciado casos en los que algunos compradores europeos alegan supuestos desperfectos o residualidad de químicos en la fruta cuando no hay, para solicitar grandes descuentos una vez que el producto ya se encuentra en destino. Esto coloca a los exportadores ecuatorianos en una posición vulnerable, especialmente considerando que los trámites de nosotros, los ecuatorianos, en tema de visado dificultan una reacción rápida y presencial. Entonces, considero fundamental que los exportadores que deseen incursionar en este mercado cuenten con un agente o socio de confianza en destino para verificar este tipo de casos de reclamos

12 **¿Qué errores deberían evitar los nuevos exportadores?**

Veo que dentro de los errores más comunes que he visto es que no suelen respetar el etiquetado solicitado por el importador. Tanto en la Unión Europea como en Estados Unidos, tienen normas estrictas respecto a la información que debe figurar en la etiqueta: país de origen, lote, fecha de cosecha, entre otros. Es muy importante que se mantenga clara la trazabilidad. Lamentablemente, muchos se pasan por alto esta información.

13	¿Qué consejos daría a un productor que busca exportar pitahaya roja por primera vez?	<i>Le aconsejaría que debe crear una base de clientes potenciales y analizar a cada uno. Siempre es aconsejable mandar pocos pallets en las primeras exportaciones y pedir al menos la mitad del precio por anticipado para reducir riesgos con personas que resulten “audaces”. Y, por lo general, con clientes nuevos, se suele hacer el pago a través de una carta de crédito, a pesar de que el banco cobre una tasa. En tal caso, el banco que tiene una de las menores tasas es el Banco Pacífico.</i> <i>Por otro lado, le aconsejaría que cumpla con los requisitos y con las normas establecidas por las autoridades sanitarias, que de ahí tiene que partir, porque en cada exportación debe poder presentar previo a los embarques un certificado fitosanitario. El certificado origen, por otro lado, es como más usual y es específicamente para el tema de los aranceles, porque si no presenta el certificado no va a poder obtener la rebaja arancelaria correspondiente. Por lo tanto, el certificado fitosanitario es por el que más se deben preocupar los exportadores.</i>
----	---	---

OBSERVACIONES (Notas, preguntas y respuestas adicionales, aclaraciones o explicaciones)

Ninguna.

Nota. Esta tabla detalla la guía de la entrevista aplicada a una agente de aduana, con las preguntas y respuestas por componentes para el objetivo de investigación específico 1.

Apéndice B

Guía de entrevista correspondiente al objetivo de investigación específica 2.

ENTREVISTADO:	Ing. María Vanessa Melian Leona	ENTREVISTADOR:	Amy Daniela Rodríguez Barba
FECHA:	03 junio 2025	UNIVERSIDAD:	Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí
CARGO ENTREVISTADO:	Gerente en Desarrollo de Negocios	CARRERA:	Negocios Internacionales

OE 2: *Identificar los factores económicos, logísticos y de mercado que influyen en la exportación de pitahaya roja a España.*

FACTORES LOGÍSTICOS

1	¿De que manera se realizan las exportaciones de pitahaya hacia España se realizan por vía aérea y no marítima?	<i>Generalmente, la mayoría de fruta se exporta por vía aérea que suele el mismo día, porque por vía marítima puede tardar más de tres semanas o hasta un mes, e igual debe de estar refrigerado. Esto representa un riesgo para la calidad del producto, ya que en muchos casos la fruta debe ser cortada en estado más inmaduro, y madura de color amarillo, lo que puede afectar su sabor y presentación al llegar al destino.</i>
2	¿Cuál es la altura y el tipo de pallet permitidos para exportar pitahaya a España por vía aérea?	<i>La altura máxima permitida generalmente es de 1.50 m, aunque algunas aerolíneas como Copa Airlines pueden requerir un límite de 1.40 m. Los pallets americanos y europeos son aceptables.</i>
3	¿Qué es el cargo de “handling” y cuál es su costo aproximado en el envío de fruta?	<i>El handling es un cargo que cubre los servicios de manipulación y manejo de la carga en el aeropuerto. El cargo de handling suele rondar los \$150, aunque puede variar dependiendo de cada cotización específica.</i>
4	¿Existen opciones para almacenar temporalmente la fruta al llegar a España antes de su distribución?	<i>En algunos casos podría gestionarse una bodega temporal temperada, pero debido al clima cálido en verano (alrededor de 29 °C), lo más recomendable es que la fruta sea recogida inmediatamente al arribo.</i>

- | | | |
|---|---|--|
| 5 | ¿Cuál es la temperatura recomendada para transportar pitahaya durante todo el trayecto hacia España? | <i>Se recomienda una temperatura controlada entre 10 °C y 15 °C, especialmente si el vuelo no es directo y realiza escalas (como en Ámsterdam), para evitar choques térmicos que puedan dañar la fruta.</i> |
| 6 | ¿La paletización puede realizarse directamente desde la empacadora o debe ser hecha por el operador logístico? | <i>Puede realizarse en cualquiera de los dos puntos, siempre y cuando se respeten las medidas permitidas y se cuente con el certificado de fumigación (registro de saneamiento) de los pallets.</i> |
| 7 | ¿A qué aeropuertos de España suelen enviarse con mayor frecuencia los embarques de pitahaya por vía aérea?
¿Desde qué aeropuertos en Ecuador suelen salir los vuelos? | <i>Generalmente, los principales destinos en España son el Aeropuerto Adolfo Suárez de Madrid y el Aeropuerto de Barcelona-El Prat de Barcelona. Los vuelos pueden salir tanto desde Quito como desde Guayaquil, dependiendo de la disponibilidad y la aerolínea.</i> |
| 8 | ¿Qué tan importante considera que es contar con apoyo logístico en destino, como el desalojo de carga y el despacho aduanero en España, para garantizar una exportación exitosa de pitahaya? | <i>Se necesita un agente de aduana en destino para liberar la carga. Nosotros como agencia operamos bajo el modelo “forwarder to forwarder”. Si el importador no tiene agente de aduana en destino, pueden coordinar ese servicio. También realizamos completo desde la finca hasta en origen hasta el país de destino, incluyendo el despacho aduanero.</i> |

OBSERVACIONES (Notas, preguntas y respuestas adicionales, aclaraciones o explicaciones)

Ninguna.

Nota. Esta ficha detalla la guía de la entrevista aplicada en TRANSTRAINER, con las preguntas y respuestas para el objetivo de investigación específico 2.

Apéndice C

Guía de entrevista correspondiente al objetivo de investigación específica 3.

ENTREVISTADO:	Ing. Ramón Agustín Rodríguez Cedeño	ENTREVISTADOR:	Daniela Rodríguez Barba
FECHA:	17 mayo de 2025	UNIVERSIDAD:	Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí
CARGO ENTREVISTADO:	Gerente General	CARRERA:	Negocios Internacionales
OE 3: <i>Proponer estrategias que puede implementar Pitakawsay Cía. Ltda. para superar los desafíos y aprovechar las oportunidades del mercado español.</i>			

EVALUACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA: PERCEPCIÓN DIRECTIVA SOBRE EL ACCESO AL MERCADO ESPAÑOL DE PITAHAYA

1	¿Su empresa ha considerado realizar visitas comerciales o exploratorias al mercado europeo, especialmente a España?	<i>Sí, en el 2024 se realizó y se asistió a la feria internacional de frutas en Madrid, la Fruit Attraction, donde se tuvo contacto con posibles o potenciales clientes, sin embargo, muchas negociaciones no se han podido concretar aún porque después de la feria cayeron los precios en picada en España y ya no nos resultó viable.</i>
2	¿Qué aprendizajes o resultados obtuvieron de esas experiencias?	<i>Aprendimos que existe un nicho bastante grande de muchos productos y no necesariamente pitahaya; sin embargo, no obtuvimos mayores resultados debido a que, posterior a la feria o durante el estudio de la estadia en la feria, el precio de la fruta empezó a crecer y duró prácticamente seis meses, con precios muy bajos que no eran competitivos como para poder exportar. Entonces, resultados de exportaciones directas con estos posibles clientes todavía no los hemos tenido.</i>
3	Desde su perspectiva, ¿cuáles considera que son actualmente las principales fortalezas internas de su empresa frente al reto de exportar a Europa?	<i>Como fortaleza es que, por ejemplo, tenemos certificaciones internacionales como Global GAP, GRASP, BPA y el reconocimiento de Predio Libre de Mosca de la Fruta, lo cual garantiza que cumplimos con altos estándares de calidad e inocuidad. Además, realizamos análisis de residuos de forma semestral, y hasta ahora los resultados siempre han sido negativos, lo que nos da tranquilidad a nosotros y a nuestros clientes. También estamos evaluando adquirir otra certificación más como la del Fairtrade, que esa es del comercio justo, ya que en la feria en Madrid nos preguntaban mucho por esa certificación y nos puede traer nuevas oportunidades. Bueno, pensando en otras fortalezas de la empresa, es tenemos una muy buena capacidad instalada en nuestro centro de acopio, lo</i>

que nos permitiría procesar grandes volúmenes de fruta sin comprometer la eficiencia, sin embargo como se han hecho pocas exportaciones, el personal no es tan eficiente aún para gestionar pedidos medianos y grandes en tiempos aceptables.

A nivel, el equipo administrativo trabaja con buena comunicación, lo que mejora el ambiente laboral y nos permite coordinarnos bien en tiempos clave en las cosechas o en otros ámbitos. Y algo que siempre destacamos es la confianza que tenemos con nuestros clientes, porque más allá de la fruta, hemos construido relaciones comerciales sólidas con ellos.

- 4 ¿Y qué debilidades cree que deberían superarse para competir de mejor forma en el mercado español?**

Uno de los problemas que se visualizó en el primer intento de exportar a Europa es que los volúmenes son volúmenes muy bajos, los cuales solamente con precio del transporte interno, no se puede ser competitivo. Por lo que se podría decir que es una debilidad, es el hecho de que tenemos que subcontratar el transporte y eso hace que sean tal vez más costosos. Otra debilidad, es que tampoco tenemos presencia de la marca fuera del país, ni experiencia significativa con exportaciones, y justamente por esa falta de experiencia, tenemos baja capacidad de respuesta a grandes pedidos debido a que no tenemos personal fijo en la empacadora, pero eso vamos a ir mejorando con el tiempo, igualmente, nosotros solo nos comprometemos con lo que podemos abarcar. También quiero aclarar que directamente a clientes internacionales no hemos hecho, es decir hasta el momento, nuestros clientes son nacionales, no vendemos a cualquier persona tampoco, sino a empresas comercializadoras formales que son intermediarios con sus clientes en destino final.
- 5 ¿Considera que existen oportunidades atractivas para la pitahaya ecuatoriana en el mercado español actualmente? ¿En qué se podrían enfocar para aprovecharlas mejor?**

Oportunidades pitahaya ecuatoriana, si hay. Sin embargo, tocar hasta cierto punto arriesgar un poco en los primeros envíos para dar a conocer la calidad que se maneja en la finca con la expectativa de que se puedan manejar programaciones con volúmenes que justifiquen la operación como tal. Por esa misma razón estamos considerando la alternativa de los procesados, es decir, ultracongelados, jugos, etc.. Nos dimos cuenta en la feria que muchos compradores están interesados en esta alternativa por que el tiempo en percha puede extenderse.
- 6 ¿Qué amenazas externas observa para su empresa en el contexto de la exportación de pitahaya a España?**

A nivel nacional, nos afecta Perú también produce su propia pitahaya, al no ser un producto que lo consuman masivamente, cuando tienen las producciones locales posiblemente satisfagan la necesidad de España o al menos baje un poco el precio y no sea tan atractivo para nosotros para poder exportar desde Ecuador hacia este destino. Ellos son muy agresivos con los precios y la mano de obra de ellos es más económica que la ecuatoriana, por lo tanto, es una desventaja porque su costo por kilo va a ser inferior al nuestro.

Por otro lado, al ser un cultivo agrícola, nos afecta también los cambios de clima ya que la pitahaya roja necesita mucho sol y no tanta lluvia, caso contrario hay riesgo de que proliferen hongos en la fruta, también por esta misma razón, el exceso de humedad puede provocar crecimiento de maleza, presencia de insectos o plagas cuyo control en la mayoría de ocasiones suele ser químico lo que aumenta la probabilidad de residualidad.

Finalmente, considero que una de las amenazas más grandes es que ultimamente ha habido prácticas de vender bajo el precio de producción, esto lo hacen debido a que la pitahaya es un producto que fluctúa mucho en precios, es un mercado muy volátil y debido a esta competencia, quienes comercian suelen hacerlo en precio abierto, sin embargo, muchas de estas ocasiones solo el productor se ve afectado por que no le pagan lo suficiente, vender bajo este esquema de precio abierto, solo provoca que los precios bajen, cuando es así, incluso los comerciantes más justos deben comprar la fruta a los productores por debajo del costo de producción.

- | | | |
|---|--|--|
| 7 | ¿Cómo evalúa la preparación actual de su empresa para ingresar o consolidarse en un mercado tan competitivo como el europeo? | <i>Nuestra empresa se ha catalogado por ser una referencia a nivel nacional y tener ciertos reconocimientos también de clientes a nivel internacional, no en el mercado europeo, sino en Estados Unidos, donde en ocasiones prefieren la fruta de un proveedor como causa debido a que tiene certificaciones y maneja protocolos de inocuidad alimentaria acorde con las exigencias internacionales.</i> |
| 8 | En su experiencia, ¿cuál ha sido el rol de los apoyos institucionales (como ProEcuador o el MAG) para el acceso a mercados internacionales? ¿Han sido útiles o limitados? | <i>Agrocalidad está adscrito al Ministerio de Agricultura. Se han firmado con agencias homónimas en planes de trabajo para poder exportar a estos países hasta ahí, con las condiciones para exportar. El Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) es como tal el mínimo apoyo que ha habido en ese sentido, es más bien a la entidad adscrita Agrocalidad. ProEcuador a través de sus agencias en otros países, a través de sus agencias en otros países ahí sí no sabría decirte si es en coordinación con Agrocalidad, pero ellos en ocasiones bueno califican empresas locales y han sacado ruedas de negocios. Eventualmente, cuando llegan ciertas visitas internacionales, solicitan a las empresas que están con cierta calificación, que reciban a estas visitas, para promocionar en este caso específico de nosotros, la pitahaya.</i> |

OBSERVACIONES (Notas, preguntas y respuestas adicionales, aclaraciones o explicaciones)

Ninguna

Nota. Esta tabla detalla la guía de la entrevista aplicada al Gerente General de Pitakawsay Cía. Ltda con las preguntas y respuestas para el objetivo de investigación específico 3.