



República del Ecuador

Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil

Trabajo de Grado

Para la Obtención del Título de:

Ingeniera en Comercio Exterior Mención en Negocios Internacionales

Tema:

**Análisis Económico de la Exportación de Pitahaya a Estados Unidos Durante el
Período 2017-2021**

Autora:

Adriana Katherine Triviño Arce

Director del Trabajo de Titulación:

Ec. Otto Suarez R, Msc.

2022

Guayaquil - Ecuador

AGRADECIMIENTO

Desde lo más profundo de mi corazón quiero darles las gracias a mis maestros de la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil (UTEG), quienes me inculcaron sus conocimientos a lo largo de mi carrera profesional con sabiduría y paciencia.

A mis padres y hermanos que han sido mi apoyo constante en esta etapa de mi vida, cada uno aportó para obtener este logro.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi madre Lcda. Angela Arce, quien fue mi inspiración y ejemplo de mujer luchadora mostrándome que para obtener un título universitario la edad es lo que menos importa si tienes las ganas de superarte.

A mi padre Sr. Wilson Triviño por tantas noches de desvelo esperando a que llegue a casa sana y salva.

A mis hermanos que con cada palabra me motivaron a seguir luchando cuando las fuerzas se me agotaban.

A mis abuelos Hermes Triviño y Amador Arce que, aunque ya no están conmigo supieron inspirarme con sus mágicas historias, las mismas que guardo como uno de mis mayores tesoros.

Agradezco a todos quienes forman parte de mi vida y contribuyeron de una u otra manera a lograr esta meta.

La responsabilidad de este trabajo de investigación, con sus resultados y conclusiones pertenecen exclusivamente a la autora.

Adriana Katherine Triviño Arce

ANÁLISIS ECONÓMICO DE LA EXPORTACIÓN DE PITAHAYA A ESTADOS UNIDOS DURANTE EL PERIODO 2017-2021

Adriana Katherine Triviño Arce
adriana_trivino_arce@hotmail.com

RESUMEN

La pitahaya, por sus características y propiedades nutricionales, es cada vez más solicitada en los mercados mundiales.

Esta fruta tiene una presencia relevante dentro de las exportaciones no tradicionales del Ecuador y, dado que, los Estados Unidos de América ha manifestado un creciente interés por importarla, hace que la posibilidad de incrementar su exportación hacia ese destino, sea una opción a considerarse; más aún si se tiene en cuenta que, la economía nacional ha sido duramente golpeada por la pandemia de COVID-19 y que es impostergable encontrar fórmulas de solución para salir de la crisis económica y social que afrontan los ecuatorianos.

El presente estudio tras una concienzuda investigación documental, partiendo del análisis de la conducta que han mostrado las exportaciones de pitahaya desde Ecuador hacia Estados Unidos, en el lapso comprendido del 2017 al 2021; reconoce los obstáculos actuales que enfrenta esta actividad y plantea posibles alternativas de solución.

Palabras claves: Pitahaya, exportaciones no tradicionales Ecuador, reactivación económica, pandemia COVID-19.

INTRODUCCIÓN

La pitahaya, fruta exótica de peculiares características organolépticas (color, sabor, textura), propiedades físico-químicas y bondades nutricionales; posee también un atractivo valor comercial.

En el Ecuador está presente, especialmente, en la provincia de Morona Santiago; y, se calcula que en el país existen más de 3000 hectáreas de sembrío de la planta, lo que permite configurar una oferta exportable importante.

La producción ecuatoriana de pitahaya en el 2020 y 2021, encaró algunos problemas causados por la pandemia de COVID-19; no obstante, en los últimos meses la demanda de la fruta por parte de los Estados Unidos de América aumentó.

El presente estudio, por medio de investigación documental, analizará la evolución del comportamiento de las exportaciones de pitahaya desde Ecuador hacia los Estados Unidos de América, en el período 2017-2021, a fin de dar respuesta a la interrogante *¿Es sostenible y rentable para el Ecuador la exportación de pitahaya a los Estados Unidos de América?*.

DESARROLLO TEMÁTICO

OBJETIVO GENERAL

Analizar el comportamiento de las exportaciones de pitahaya a los Estados Unidos de América, durante el período 2017-2021.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Diagnosticar la situación actual de las exportaciones de pitahaya a los Estados Unidos de América.
2. Identificar el posicionamiento de las exportaciones de pitahaya a los Estados Unidos de América en la balanza comercial del Ecuador.
3. Determinar si las exportaciones de pitahaya a los Estados Unidos de América, pueden llegar a constituir un elemento coadyuvante para la reactivación económica del Ecuador.

JUSTIFICACIÓN

El mundo se vio enfrentado a una realidad para la cual no estuvo preparado, cuando en marzo de 2020 la Organización Mundial de la Salud declaró a la enfermedad denominada COVID-19 causada por el Coronavirus 2 (SARS-Cov-2), como una pandemia a nivel global.

Sin dejar de priorizar las nefastas consecuencias bio-sanitarias de la pandemia, no se puede ignorar las incalculables pérdidas económicas que han dado lugar a la mayor recesión económica a nivel global desde la Segunda Guerra Mundial. El Ecuador no está exento de esta realidad, por lo que urge encontrar los caminos para una reactivación económica que permita que el país pueda salir de las condiciones de desempleo y pobreza que atraviesa.

Un factor indiscutible de reactivación económica es el crecimiento del comercio internacional en función de las exportaciones; por lo que, aparte de intentar tratar de recuperar los niveles de exportación de los productos tradicionales, es necesario incentivar y apostar a la exportación de productos no tradicionales que antes de la pandemia evidenciaban una demanda alentadora.

Así, este trabajo investigativo, pretende aportar con un análisis que permita plantear si la exportación de pitahaya a los Estados Unidos es viable en términos producción, sostenibilidad y rentabilidad y como una opción que contribuya al mejoramiento de la economía del País.

MARCO TEÓRICO

El marco teórico que sustenta el presente trabajo investigativo, está relacionado con el contenido documental creado por varios autores, que tiene que ver con dos temas principales: el uno, el estudio de las particularidades, propiedades, bondades y rentabilidad de la exportación de la pitahaya; y, el otro, el análisis de la evolución de la producción y exportación de la pitahaya desde Ecuador hacia diferentes destinos comerciales del mundo, en general, y hacia los Estados Unidos de América, en particular.

El Organismo Internacional Regional de Salud Agropecuaria (**OIRSA**, 2000) refiere así el origen de la pitahaya:

La Pitahaya se conoce desde antes de la conquista. El conquistador Gonzalo Fernando de Oviedo, fue el primero en hacer una descripción completa de la Pitahaya en Nicaragua en el año de 1527. (párr.1)

Se ha producido desde hace muchos años, creciendo en los patios de las casas en el área rural, en ese entonces el área de siembra era reducida y muy poco afectada por plagas y enfermedades. Tradicionalmente, se cultivó en las faldas del volcán Masaya a orillas del cráter humeante del Santiago. (párr.3,4)

Es originaria de América Tropical, siendo México, Centro América y el Caribe los lugares que presentan el mayor número de especies. (párr.6)

Kosierb (2020), puntualiza como aporte nutricional de la pitahaya:

La pitahaya o también conocida como la fruta del dragón es rica en vitamina A en forma de caroteno, misma que ayuda a fortalecer la memoria. Varios estudios sostienen la posible relación entre el consumo de vitamina A y en la prevención de Alzheimer.

Contiene vitamina C (2,5mg/100gr), que fortalece el sistema inmunológico, y antioxidantes que destruyen los radicales libres en el cuerpo. Dichas moléculas pueden ser causante de toda clase de enfermedades, como el cáncer y problemas cardiovasculares, entre otros problemas de salud.

Otros nutrientes de la pitahaya son las vitaminas B1, B2 y B3. Se considera que estas vitaminas ayudan a mantener una piel hidratada (por tal motivo se las incluyen en tratamientos tópicos para la piel), a su vez permiten la reducción de los niveles de colesterol LDL.

Incluye minerales, aproximadamente 18 mg/100gr de calcio y 0,74mg/100gr de hierro, y pequeñas cantidades de potasio, cromo y magnesio.

La fruta también cuenta con cerca de 3 gramos de fibra por cada 100 gramos de fruta

fresca, y estas aumentan cuando la fruta se presenta seca y proporciona un 4% del valor diario de fibra dietética.

Las semillas de la pitahaya aportan proteína y grasa. Al ser tan pequeñas, están en toda la pulpa de la fruta, y es imposible eliminarlas. La grasa de las semillas es del tipo monoinsaturada, lo que la convierte en grasa saludable.

El valor nutricional se aplica a la pulpa de la pitahaya. Dando un total de 60 calorías cada 100 gramos de la pitahaya, que proporcionan un 3% del valor diario de calorías. (párr. 4-10)

En cuanto a las clases de pitahaya, **Wikipedia** las describe así:

Se conoce de dos especies principales: La *H. triangularis* (pitahaya amarilla) y la *H. ocamposis* (pitahaya roja). La pitahaya de color rojo es mucho más atractiva, pero tiene un grave inconveniente, es mucho más frágil y delicada, soporta mal el transporte y posterior mercadeo debido a su corteza delgada. La pitahaya de color amarillo es menos perecedera y ofrece mejores posibilidades comerciales debido a sus cualidades resistentes en el transporte y su gruesa corteza y, sobre todo debido a su sabor superior a las variedades rojas. (párr.4)

FIGURA 1: PITAHAYA AMARILLA



Fuente: OIRSA
Elaborado por: OIRSA

FIGURA 2: PITAHAYA ROJA



Fuente: OIRSA
Elaborado por: OIRSA

Mesías (2019), en su trabajo investigativo cuando habla sobre el comportamiento de las exportaciones ecuatorianas dice que, las exportaciones no tradicionales arrojaron un promedio del

22,52% del total de exportaciones durante el período de 1990 a 2017; subrayando que, mientras en 1990 constituían el 6,8% del total de exportaciones en el 2017 representaron un 26,59%; porcentajes que reflejan el crecimiento de esta actividad a través del tiempo. La autora desagrega la composición de este grupo de exportaciones, en dos subgrupos: exportaciones de productos primarios no tradicionales y exportaciones de productos industrializados no tradicionales. El primer subgrupo constituido por abacá, flores naturales, frutas, madera, productos mineros, tabaco en rama, entre otros; y, el segundo subgrupo integrado por: enlatados de pescado, jugos, conservas de frutas, prendas de vestir de fibras textiles, entre otros.

Andrade (2017), en su investigación sobre la evolución de las exportaciones de pitahaya ecuatoriana acota que un estudio realizado por PRO ECUADOR en el 2016 concluyó que, en el 2013 se estimaba en 500 hectáreas de producción de pitahaya destinada a la exportación, identificando como principal zona de cultivo al cantón Palora, desde donde productores de la localidad, de manera independiente, comenzaron a exportar pitahaya a mercados internacionales. Posteriormente, con asesoramiento del MAGAP (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca) y junto a la Asociación ASOPITAHAYA comenzaron a explorar el mercado canadiense y en 2014 se llegó a exportar 5000 kilogramos de la fruta.

La investigadora citando como fuente a Castañeda (2015), refiere que Ecuador tenía una productividad por hectárea de 30 toneladas de pitahaya amarilla, lo cual era una ventaja competitiva frente a la producción de Colombia; y, el progreso en la venta de pitahaya se dio gracias a las alianzas entre diferentes empresas dedicadas a la exportación de la fruta; y, que en el 2015 según datos de PRO ECUADOR se registraban ya 11 empresas ecuatorianas, entre micro, pequeñas y medianas productoras de pitahaya; de las cuales destaca a ALLPAFRUIT, empresa que en el 2014 logró su primera exportación de 760 kilos de pitahaya a Hong Kong y luego se alió con la empresa AMAZONIC FRESH, para unir esfuerzos en lugar de competir, según lo indicara la Revista Líderes

en 2016, lograron procesar y empaquetar mensualmente un promedio de 1000 cajas de la fruta traída desde Palora hasta su planta de producción ubicada en Quito.

Por otra parte, la investigadora hace referencia al surgimiento de asociaciones gremiales tales como: ASOPITAHAYA DEL ECUADOR, la Cooperativa FRUTAS TROPICALES DEL ECUADOR, ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES DE FRUTAS FRESCAS DEL ECUADOR Y ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES DE PITAHAYA-PALORA.

La promoción que recibió la exportación de pitahaya, se realizó a través de ferias internacionales organizadas por PRO ECUADOR (Instituto Oficial de Promoción de Exportaciones e Inversiones/creado en 2011), tales como; Fruit Logística Berlín 2015, Asia Fruit Logística 2015 - Hong Kong, PMA Fresh Summit 2015 – Estados Unidos; así como otras ferias anuales que se llevan a cabo en España, Alemania, Japón, Estados Unidos, Chile, Guatemala, Perú.

Lucero (2020), en su artículo “*Pitahaya la fruta exótica más exportada del Ecuador*”, hace una reseña de la evolución de la comercialización de la pitahaya del Ecuador hacia fuera de sus fronteras:

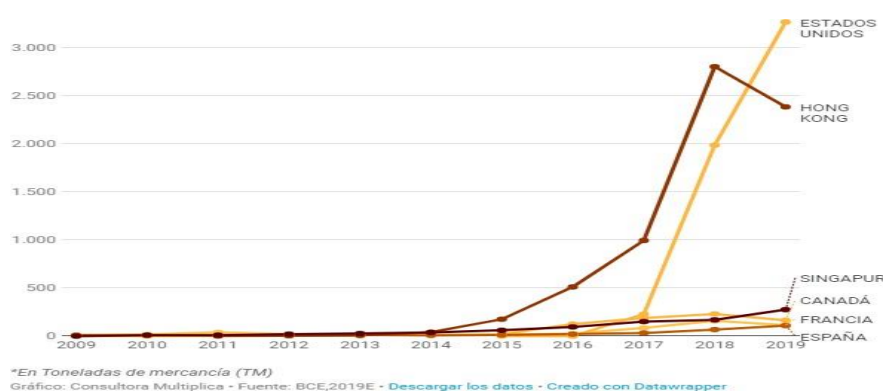
Desde el 2005 la fruta del dragón ingreso al mercado mundial con gran aceptación. En la actualidad, esta fruta es uno de los productos exóticos con mayor participación dentro de las exportaciones no tradicionales del Ecuador. En el 2019, Estados Unidos importó 3.267,83 Toneladas métricas (Tm) de la fruta convirtiéndose en el principal importador en tan solo tres años, superando a Hong Kong quien era, hasta el 2018, el principal comprador. En el 2002 se crea la Asociación de Productores de Pitahaya del Ecuador (APPE) y ya para el 2005 se realizaron las primeras exportaciones de pitahaya al mercado externo. Es así que, desde el 2015, la pitahaya es incluida en la canasta de productos de Ecuador para el mundo, y se identifica su marcado crecimiento dentro de las exportaciones para los 28 países que importan dicha fruta. En el año 2019 las exportaciones de pitahaya superaron los \$35,3 millones de dólares, con una tendencia alentadora y sobre todo muy positiva para las exportaciones del Ecuador.

Asia, Estados Unidos y Europa son los principales consumidores de esta exótica fruta, con 42%, 50,6% y 4,1% de importaciones, respectivamente; mientras que en la región son Perú, Colombia y Chile. Los productores opinan que este mercado puede crecer aún más ya que la pitahaya al ser una fruta exótica con un alto valor nutricional fue aceptada en los mercados y se espera que ingrese con mayor fuerza a China y Rusia, el MAGAP, actualmente MAG, junto con la APPE y otras multinacionales siguen en la búsqueda de una expansión en el mercado internacional (Gráfico 1).

Lo que un día comenzó como un proyecto de tan solo un sembrío de 200 hectáreas de la fruta del dragón, en Palora (Morona Santiago), ahora se ha convertido en una fuente de ingresos para un cantón que apostó en su agricultura. La pitahaya es un producto endémico de Palora, y por su buena acogida y su dinamismo dentro del mercado internacional, las plantaciones de esta fruta se han expandido a varias provincias de la costa, incluyendo al noroccidente de Pichincha. Gracias a esta iniciativa, el cultivo de pitahaya se convirtió en la principal fuente de ingresos para muchas familias, especialmente en Palora, generando más de 2000 plazas de empleos lo que evito la migración de su población. (párr.1-4)

GRÁFICO 1:

EXPORTACIONES DE PITAHAYA A ASIA, EUROPA Y ESTADOS UNIDOS



FUENTE: Banco Central del Ecuador

Lizarzaburo (2020), en su artículo “*El mundo de la Pitahaya*”, describe los retos a los que se ha enfrentado producción y exportación de la pitahaya, en los últimos meses.

Afirma que, según datos del Banco Central del Ecuador, unos 45 millones de dólares provienen de la exportación formal de la pitahaya, obteniendo el segundo lugar de exportación después del banano y por arriba del mango lo que la convierte en una fruta rentable para el país. Al ingreso mencionado se suma un estimado de \$35 millones de exportaciones a Perú y Colombia. Esto nos revela además que, evidentemente, el sector demanda una cantidad muy importante de mano de obra para la producción de pitahaya.

Recoge la versión del exportador Sebastián Bustamante, quien manifiesta que se calcula que en San Isidro (Guayas) y Mocache (Los Ríos), hay unas 3000 hectáreas que producen pitahaya y, aunque sin datos oficiales, la producción anual fluctúa de 12000 a 15000 kilos por hectárea, es decir 45 millones de kilos, de los cuales solo 7 millones se exportan mayoritariamente a Estados Unidos y Hong Kong y, algo a Europa y Canadá. El exportador opina además que, hace falta un negociador que derribe las barreras comerciales impuestas por China y países vecinos, que acusan un déficit comercial que va en aumento.

Por otra parte, el articulista recoge las inquietudes de Guido Álvarez, Presidente de la Asociación de Productores de Pitahaya de Pastaza, quien requiere del Gobierno que contemple la posibilidad de implementar las exportaciones a Estados Unidos por avión y no por barco, pues por este último el viaje dura 7 días; así como también que, se realicen los estudios necesarios que lleguen a determinar aspectos tan esenciales como: el comportamiento de la planta en los diferentes lugares de siembra; las mejores prácticas de cultivo de la planta, ya que, pues asegura que, algunas técnicas que se aplican desmejoran la calidad de la fruta, como por ejemplo, la utilización de productos químicos que aceleran la maduración; etc.

El Telégrafo (julio 2020), reporta que, en el 2019, el sector productor de pitahaya exportó alrededor de \$ 44 millones FOB y 7 mil toneladas de la fruta. El 90% de la producción se concentró en Palora, con una cosecha de alrededor de 1.800 hectáreas que dio lugar a una producción excesiva que, en opinión de los cultivadores, está ocasionando pérdidas ya que el precio está por debajo de los

costos de producción; ya que, según Sebastián Bustamante, vocero de la Asociación de Frutas Frescas del Ecuador (AFFEC) *“Se dio una falsa expectativa de que el mercado iba a seguir demandando el producto, pero aún se mantienen las restricciones a causa del COVID-19”*. Bustamante también explica que, hace más de tres años se viene trabajando en el desbloqueo del mercado chino; pero que, pese al esfuerzo que, la empresa privada hace por atraer compradores además de participar en ferias y ruedas de negocios, aún no se logra conquistar el mercado del gigante asiático; y, agregó: *“Lo que alerta a crear la expectativa de que si el mercado chino no da apertura este año muchas de las empresas y los mismos productores podrían verse afectados incluso a tal punto de quebrar”*.

Para Santiago Báez, gerente general de Pukuna, la pitahaya ecuatoriana *“Mantiene una extrema superioridad lo que hace que la pitahaya que producen en Colombia, Perú y otros países estén en desventaja frente a la que se produce en Ecuador ...”*. Coincide con Bustamante respecto del problema de sobreoferta que hace que los precios no sean rentables y piensa que: *“La apertura del mercado del gigante asiático motivara e impulsara a mantener un precio promedio durante todo el año de \$ 2,50 a \$ 3 lo que ayudara a costear varios gastos de producción”*.

En cuanto a los mercados latinos existe demanda de pitahaya en países como Brasil, Argentina, Perú y Colombia; en estas dos últimas naciones la demanda de fruta ilegal se debe a la falta de control ya que no hay acceso fitosanitario, según Bustamante.

La AFFEC pide que se dé apertura de nuevos y potenciales mercados en países donde sí hay demanda de la pitahaya debido a su alto valor nutricional y por ende a su calidad. *“No se requiere apertura de mercados en países donde se dificulte la venta de la fruta”*. Debido a que la fruta viaja por avión y mantener estos costos de flete implican altos valores que se deben cubrir; esto implica que se afecten las líneas de crédito que se tiene designado para las futuras siembras de la pitahaya amarilla ya que es insostenible a corto y mediano plazo. En la opinión de Bustamante; *“Existen financiamientos que deberían estar canalizados para mejoramiento, tecnificación o certificación y no en nuevas o en futuras siembras ya que hasta el momento no se cuenta con nuevos mercados”*.

Según la viceministra de Promoción de Exportaciones e Inversiones, Verónica Chávez, la pitahaya por ser una fruta exótica tiene mucha aceptación y demanda internacional sobre todo en países como Europa y Estados Unidos, esto gracias a que los productores ecuatorianos están en constante participación en diferentes ferias internacionales una de estas es la feria de Fruit Logística. El esfuerzo que realiza el Ministerio de Agricultura y Ganadería trabajando en la producción, competitividad y mejoramiento de los procesos para fomentar una mejora de la calidad y producción de productos agrícolas; que en la actualidad, la sección pitahaya mantiene una mesa de trabajo donde sus actores se encuentran vinculados: MAG, Agrocalidad, Subsecretaría de Industrias y ProEcuador, para la inserción de nuevos mercados internacionales y expresa que: *“Debido a su cultura, China se destaca por el alto consumo de frutas exóticas, y mientras no se solucione el problema fitosanitario que mantienen la pitahaya no podrá ingresar al país asiático”*

PRO ECUADOR (2020), presenta el siguiente gráfico, como parte de la “Ficha Técnica de Estados Unidos - 2020” en el que se puede apreciar los productos ecuatorianos más exportados a Estados Unidos: (**Gráfico 2**)

Gráfico 2: Principales Productos Exportados a Estados Unidos (2019-2020)

5 PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR ECUADOR - ESTADOS UNIDOS (MILES USD)			
DESCRIPCIÓN	2019 ENE - FEB	2020 ENE - FEB	ARANCEL 2020
Rosas frescas cortadas	56,381	58,176	6.80%
"Los demás langostinos (género de las familia penaeidae) congelados	28,745	40,872	0%
Banana orito (musa acuminata)	22,208	40,304	0%
Las demás formas de oro en bruto para uso no monetario	18,499	35,042	0%
Las demás bananas frescas tipo cavendish	39,261	27,690	0%
Demás productos	273,312	340,800	-

FUENTE: Dirección de Inteligencia de Negocios, MPCEIP

PRO ECUADOR (2021), en su página web da cuenta de que la demanda de pitahaya ecuatoriana por parte de EEUU ha crecido y explica:

Ecuador está en temporada de producción de pitahaya, lo que la hace ver altamente apetecida frente al mercado estadounidense. Motivo por el cual, el volumen de la demanda de la pitahaya está siendo cada vez mayor en el mercado de Estados Unidos, donde las empresas indican que aceptan todos los tamaños de la fruta de los productores con tal de no prescindir del producto y ver afectado sus negocios ya que la falta del producto para el mercado es notoria debido a la demanda que tiene la fruta del dragón.

También se reporta que están recibiendo una fruta de mejor calidad, debido a que a inicios de la pandemia COVID-19 los productores no pudieron mantener oportunamente sus cultivos y estos se vieron muy afectados, lo que causó que el producto no llegara en óptimas condiciones a su destino. Ahora en la actualidad la situación es diferente ya que los agricultores han invertido en mejores prácticas productivas y estas garantizan una buena calidad poscosecha obteniendo un producto que satisface a sus consumidores. (párr. 1-2)

El Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca del Ecuador (junio del 2021), en relación a las exportaciones del país en el período de enero a abril del 2021 versus las exportaciones de enero a abril del 2020, puntualiza que las exportaciones crecieron en un 23%; y señala a Estados Unidos como el principal destino de dichas exportaciones, seguido de Panamá y la Unión Europea (estos 3 mercados captaron el 57,5% de las exportaciones totales durante este periodo).

En lo atinente a las exportaciones no petroleras señala que Estados Unidos constituye el principal mercado seguido de la Unión Europea y China; se indica además que, los principales productos no petroleros exportados son: el camarón, banano, enlatados de pescado y flores naturales. **(Gráfico 3)**

En cuanto a la balanza comercial de Ecuador con relación a EE.UU. proporciona la siguiente información:

Gráfico 3: Principales Productos Exportados a Estado Unidos (Enero – Abril 2021)

(ENERO- ABRIL) 2021
MILLONES USD FOB

PRODUCTOS	Participación % 2021	2018	2019	2020	2021	Var. 2020-2021		
						%	USD	
Camarones	28%	171	167	178	335	↑	89%	157
Banano	13%	156	139	216	155	↓	-28%	-61
Flores Naturales	13%	115	150	127	154	↑	22%	27
Oro	7%	47	39	60	82	↑	37%	22
Cacao	7%	24	38	49	79	↑	62%	30
Pescado	5%	65	61	68	60	↓	-12%	-8
Enlatados De Pescado	3%	45	51	31	37	↑	20%	6
Elaborados De Banano	2%	24	20	23	28	↑	21%	5
Plátano	2%	23	22	23	25	↑	11%	2
Otras Manufacturas De Metales	2%	25	30	16	24	↑	49%	8
Principales productos	81%	696	715	790	980	↑	24%	190
Resto de productos	19%	138	157	217	230	↑	6%	13
Exportaciones no petroleras	100%	834	873	1.007	1.209	↑	20%	203

FUENTE: Banco Central del Ecuador

El Observatorio de la Complejidad Económica - OEC (2021), en lo relativo a las exportaciones del Ecuador, se pronuncia en los siguientes términos:

En marzo del 2021 Ecuador realiza importantes exportaciones que reflejan un valor de \$1,88MM así como también presenta un total de \$1,18MM en importación, estos datos dieron como resultado final un balance muy positivo de comercio de \$699M. Tanto así que entre marzo del 2020 y marzo del 2021 las exportaciones de Ecuador tuvieron un favorable incremento de \$835M (79,8%) DE \$1,05MM a 1,88MM... Y en marzo del 2021, las principales exportaciones que realizo Ecuador fueron flores y capullos, cortados para ramos...(\$486M), Crustáceos, incluso pelados, vivos, frescos, refrigerados...(\$386M), Plátanos frescos o secos (\$335M), Preparaciones y conservas de pescado; caviar...(\$122M), y Cacao entero o partido, crudo... (\$64,3M). En marzo del 2021, Ecuador exportó principalmente a Estados Unidos (\$383M), China (\$219M), Rusia (\$124M), España (\$93,6M), y Países Bajos (\$86,7M). (párr. 1-4)

MARCO METODOLÓGICO:

La realización del presente trabajo se realizó en el siguiente contexto metodológico:

Métodos cualitativo y cuantitativo: Las técnicas utilizadas corresponden tanto a una investigación cualitativa (extracción de información de fuentes bibliográficas y documentales); así como también a una investigación cuantitativa (información estadística).

Método analítico: Se desagregó el estudio en varios temas como: conceptualización general de las características, orígenes, formas de cultivo, etc. de la pitahaya; evolución de las exportaciones no tradicionales del Ecuador; actuación de las exportaciones de pitahaya a Estados Unidos de América durante los últimos 5 años; realidad actual de la explotación y probabilidad de exportación futura de la pitahaya ecuatoriana.

Método analítico-sintético: Luego del estudio singularizado de cada una de los temas abordados durante la investigación, se condensó toda la información con el fin de correlacionarla de forma que diera respuesta a la interrogante y a los objetivos planteados en el estudio.

Investigación descriptiva: En un primer momento, se procede a describir la evolución de la exportación de pitahaya a Estados Unidos de América de 2017 a 2021; y, en un segundo momento, se detallan las probables medidas a adoptarse para posibilitar la exportación inmediata y mediata de la pitahaya al mercado en cuestión.

Investigación explicativa: Se aclaran y precisan las medidas sugeridas para estimular la exportación de pitahaya a los Estados Unidos de América y otros destinos, en los años venideros.

Fuentes de información secundarias: Se consultaron fuentes periodísticas, textos, artículos/ web, reportes estadísticos, etc. para el desarrollo del trabajo investigativo.

Análisis documental: Se organizó y clasificó la información, por temas, autores, etc. y se realizaron resúmenes, cuadros, etc.

RESULTADOS

La investigación documental realizada arroja los siguientes resultados:

I Las exportaciones no tradicionales del Ecuador, han demostrado un crecimiento sostenido y al alza durante las últimas décadas. Así, mientras en 1990 constituían el 6,8% del total de exportaciones, en el 2017 llegaron a un 26,59%.

II En lo que tiene que ver con la extensión de los cultivos de pitahaya en el Ecuador, esta pasó de una estimación de 500 hectáreas en 2013, localizadas principalmente en el cantón de Palora (Morona Santiago), a un estimado en 2019 de 1800 hectáreas en la misma zona y de otras 3000 hectáreas situadas en San Isidro (Guayas) y Mocache (Los Ríos) debiendo subrayar que, no se han suministrado datos oficiales del total de hectáreas a nivel de todo el País.

III El espíritu gremial de los productores y exportadores de pitahaya del país se fue fortaleciendo durante el transcurso del tiempo, con el apareamiento de asociaciones y cooperativas; figurando entre las más representativas en la actualidad: la Asociación de Frutas Frescas del Ecuador (AFFEC) y la Asociación de Productores y Comercializadores de Pitahaya Palora.

IV Históricamente, para promocionar la exportación de productos no tradicionales del Ecuador, entre la que consta la de pitahaya, se ha recurrido a lograr la presencia de estos productos en ferias internacionales; estrategia que sigue siendo una de las preferidas hasta la actualidad.

V En el año de 2019, Estados Unidos de América se constituyó en el principal importador de la pitahaya ecuatoriana, superando a Hong Kong que hasta el 2018 ostentaba esa condición.

VI La relación porcentual entre los principales consumidores de pitahaya ecuatoriana en 2019 fue: Asia 42%, Estados Unidos 50,6% y Europa 4,1%

VII En 2019, el sector exportó alrededor de \$ 44 millones FOB y 7 mil toneladas de pitahaya. El 90% de la producción se concentró en Palora y se convirtió en la principal fuente de ingresos de Palora y generó más de 2000 plazas de empleo; no obstante, según el vocero de la Asociación de Frutas Frescas del Ecuador (AFFEC), se produjo una sobreproducción

que incidió significativamente en la fijación de un precio de la fruta que está por debajo del costo de producción; y, mientras que el Banco Central del Ecuador situaba a la pitahaya como la segunda fruta de exportación, solo por detrás del banano, Sebastián Bustamante vocero de AFFEC, sostenía que la producción anual fue de aproximadamente 45 millones de kilos, de los cuales solo 7 millones se exportaron básicamente a Estados Unidos y Hong Kong.

VIII En el 2020, luego de que la OMS declaró la pandemia de COVID-19 a nivel mundial, las actividades comerciales de todos los países del orbe sufrieron un perjuicio económico incalculable, del cual aún no se han recuperado. El Ecuador no fue la excepción.

IX Para el 2020, de acuerdo a la ficha técnica elaborada por el MPCEIP, los 5 productos ecuatorianos más importados por Estados Unidos de América, fueron: rosas, langostino, banano-orito, oro y banana cavendish; es decir, la pitahaya no figuró entre los principales productos demandados por ese país.

X En 2021 PRO ECUADOR informa que los rangos de demanda de pitahaya ecuatoriana en el mercado estadounidense han ido incrementándose y que, incluso, los niveles de exigencia en lo relacionado con los estándares de calidad de la fruta denotan cierta flexibilización.

XI El Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca del Ecuador asegura que las exportaciones del país en el período de enero a abril 2021, versus las exportaciones del mismo período de enero a abril 2020 crecieron en un 23%; y confirma que Estados Unidos es el principal destino de los productos ecuatorianos en general y, de las exportaciones no petroleras, en particular. Luego de Estados Unidos, están los mercados de la Unión Europea y China

XII El MPCEIP advierte además que, del 100% de productos no petroleros exportados a Estados Unidos de América de enero a abril 2021, el 81% está conformado por: camarón, banano, flores naturales, oro, cacao, pescado, y solo el 19% por el resto productos.

XIII El Observatorio de la Complejidad Económica – OEC, ratifica que las exportaciones del Ecuador en marzo 2021, suponen un incremento relevante (79,8%) respecto de las exportaciones ecuatorianas registradas en marzo 2020. Este Organismo concuerda también en que las principales exportaciones ecuatorianas fueron: flores, crustáceos, plátanos, pescado, cacao; y, en que el principal socio comercial de Ecuador es Estados Unidos.

CONCLUSIONES

- 1** La pandemia de COVID – 19 declarada en marzo de 2020, marcó un antes y un después en la economía mundial y, por ende, en el comercio internacional. El impacto inesperado y global de la pandemia, especialmente el confinamiento y la consecuente interrupción en las actividades comerciales, dieron como resultado una recesión económica de gran magnitud. Los indicadores de oferta y demanda se distorsionaron sustantivamente y provocaron la contracción económica, de forma particularmente dramática, en los países más pobres y con economías en desarrollo, entre los que aparece Ecuador.
- 2** La economía del Ecuador depende en un grado preponderante del comercio internacional y las exportaciones, por lo que, de no lograr mejorar estas variables, tan ferozmente golpeadas por la pandemia, enfrentará retos muy difíciles de superar.
- 3** Si bien, las exportaciones de productos no tradicionales ecuatorianos han demostrado un crecimiento sostenido en las 2 últimas décadas y con tendencia al alza, no se puede saber con exactitud si este comportamiento pueda mantenerse, dado el incierto panorama económico mundial en el que nos coloca la pandemia de COVID-19, el que se agudiza si se considera la posibilidad de que la pandemia se prolongue por un tiempo aún no definido.
- 4** En lo que respecta a las exportaciones de pitahaya ecuatoriana, materia de este estudio, es motivador la creciente demanda de la fruta por parte de Estados Unidos, que anuncian medios gubernamentales, más aún, si se tiene claro que Estados Unidos es ahora el principal socio

comercial de Ecuador; pero, no podemos soslayar los datos que reflejan que la pitahaya no consta entre los productos más importados por EE. UU en 2020; ni tampoco, lo que algunos expertos pronostican, que EE.UU sufrirá este año una contracción en su economía como consecuencia de la pandemia, lo que podría ocasionar un eventual repliegue comercial.

5 La visión a corto y mediano plazo de los productores y exportadores de la pitahaya ecuatoriana, en relación a sus oportunidades de negocio, no es tan optimista; y, a decir de representantes gremiales, urge derribar las barreras comerciales impuestas por China, mercado que se ha tratado de conseguir por más de 3 años, por ser uno de los que más oportunidades brindaría al sector. Además, demandan del gobierno, gestionar la apertura de mercados en donde haya verdadero interés por comprar la fruta, para que de este modo se justifique asumir los costos de los fletes aéreos que supone la transportación del producto. Otro pedido puntual es direccionar las líneas de crédito y financiamiento no a nuevas siembras, porque esto aumentaría la sobreproducción, sino más bien a la capacitación, tecnificación y mejoramiento de los procesos de cultivo.

6 Iniciativas como las de contar con una mesa de trabajo creada para los temas de la producción y comercialización de la pitahaya, que involucren a todos los actores (productores, exportadores, MAG, Agrocalidad, Subsecretaría de Industrias, ProEcuador, etc.), así como también la presencia de la fruta en ferias virtuales o presenciales que se organicen en el mundo; deberán mantenerse y potencializarse como estrategias válidas para buscar el fortalecimiento de las exportaciones de la fruta.

7 Aparte del mercado chino, no debe desestimarse incursionar en mercados de países como Japón, de América Latina o de la Unión Europea, que muestren interés por importar pitahaya ecuatoriana, como una forma de no depender exclusivamente de la demanda norteamericana.

8 En resumen, en un escenario inimaginado, con un horizonte absolutamente incierto y con serios riesgos de desaceleración económica mundial, como resultado de la pandemia de

COVID-19; poco aporta el análisis de los cambios históricos que hayan sufrido las exportaciones de productos no tradicionales ecuatorianos (entre ellos la pitahaya), que apenas venían dando señales de un crecimiento sostenido. Por ello, el reto es pensar de aquí en adelante, es imaginar e impulsar desde todos los ámbitos involucrados, políticas serias, alianzas estratégicas, decisiones innovadoras, pero, sobre todo, diversificadas, comprometidas, que capten la cooperación a la que parece estar predispuesta la comunidad internacional para paliar los devastadores efectos de la pandemia, que atiendan satisfactoriamente los requerimientos actuales de bioseguridad, y que aseguren el progreso del sector.

En este contexto, está claro que no debemos dirigir todas nuestras expectativas de exportación de la pitahaya solo hacia el mercado de Estados Unidos. Aprovechar y atender con niveles óptimos de calidad y eficacia la demanda de este país, por supuesto; buscar mejorar las condiciones y volúmenes de entrada a ese mercado, indudable; pero, no dejar de seguir trabajando en la conquista de otros mercados como el del gigante asiático China, ni de otros que, eventualmente, podrían llegar a ser igual de trascendentes para la entrada de divisas al Ecuador.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Andrade López, M. N. (2017). *Análisis de la diversificación de exportaciones no tradicionales en el Ecuador Período 2007-2015: Caso de la exportación de pitahaya deshidratada al mercado internacional*. [Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. URL: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/14246/AN%C3%81LISIS%20DE%20LA%20DIVERSIFICACI%C3%93N%20DE%20EXPORTACIONES%20NO%20TRADICIONALES%2>

Banco Central del Ecuador. (2021), *Evolución de la Balanza Comercial Enero – Noviembre 2020*. URL: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagosbalanzaComercial/ebc202101.pdf>

El Comercio. (2021). *Exportaciones no tradicionales, al alza.* URL: <https://www.elcomercio.com/opinion/editorial/exportaciones-tradicionales-alza-mineria-ecuador.html>

El Comercio. (2020) *Ecuador en la exportación de pitahaya orgánica a Estados Unidos de América por primera vez.* URL: <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/ecuador-exportacion-pitahaya-organica-eeuu.html>

El Telégrafo. (2021). *Productores de pitahaya de Palora esperan apertura de mercado chino.* URL: <https://www.letelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/productores-pitahaya-mercado-chino>

Fresh Plaza. (2021) *Ecuador exporta 13.200 kilogramos de pitahaya amarilla a Estados Unidos.* URL: <https://www.freshplaza.es/article/9292269/ecuador-exporta-13-200-kilogramos-de-pitahaya-amarilla-a-estados-unidos/>

Kosierb, R. (25 de septiembre de 2020). *Mejor con Salud.* <https://mejorconsalud.as.com/beneficios-nutricionalesde-la-pitahaya-o-fruta-del-dragon/>

Lizarzaburo, Guillermo. (2020), *El mundo de la pitahaya.* URL: <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/mundo-pitahaya-6948.html>

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

Mesías Tamayo, R. A. (2019) *El acuerdo comercial de Ecuador con la Unión Europea y el comportamiento de las exportaciones ecuatorianas.* [Trabajo de titulación previo a la obtención de la Maestría en Administración de Empresas, Universidad Andina Simón Bolívar]. Repositorio UASB <https://www.google.com/search?q=repositorio+de+tesis+universidad+andina+simon+bolivar&oq=repositor&aqs=chrome.1.69i59l2j0i433i512l2j69i57j0i512l5.5132j0j15&sourceid=chrome&ie=UTF->

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2021). *Informe Mensual Comercio Exterior Junio 2021*. URL: <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/07/informe-mensual-junio-2021-datos-BCE-abril-2021.pdf>

OEC Observatorio de la Complejidad Económica. (2021) *Ecuador (ECU) Exports, Imports and Trade Partners*. URL: <https://oec.world/es/profile/country/ecu>

OIRSA (2000) *Manual Técnico de Buenas Prácticas del Cultivo de Pitahaya*. URL: <http://www.cultivopapaya.org/wp-content/uploads/manualpithaya.pdf>

Primicias. (2019). *Ecuador va ganando en la relación con Estados Unidos*. URL: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/economia-comercio-estados-unidos-ecuador/>

Primicias. (2019). *Cinco países, los principales mercados de las frutas exóticas ecuatorianas*. URL: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/negocios/cinco-paises-los-principales-mercados-de-las-frutas-exoticas-ecuatorianas/>

PRO ECUADOR. (2021). *Crece demanda de pitahaya ecuatoriana en EEUU por temporada alta de producción*. URL: <https://www.proecuador.gob.ec/crece-demanda-de-pitahaya-ecuatoriana-en-eeuu-por-temporada-alta-de-produccion/>

PRO ECUADOR. (2017). *Estados Unidos importará Pitahaya ecuatoriana*. URL: <https://www.proecuador.gob.ec/estados-unidos-importara-pitahaya-ecuatoriana/>

WIKIPEDIA (2021). *Pitahaya*. URL: <https://es.wikipedia.org/wiki/Pitahaya>