



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

TEMA:

**Proyecto de factibilidad de exportación de la pulpa de pitahaya para
Hamburgo – Alemania**

AUTORA:

Troya Ronquillo, Homayra Solange

**Previo a la obtención del grado Académico de:
MAGÍSTER EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

TUTORA:

Ing. María Josefina Alcívar Avilés, PhD.

Guayaquil, Ecuador

2024



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la Econ. Homayra Solange Troya Ronquillo, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magister en Negocios Internacionales.

DIRECTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Ing. María Josefina Alcívar Avilés, PhD.

REVISORES

Econ. Uriel Castillo Nazareno, PhD.

**Econ. Juan Gabriel López, Mgs.
DIRECTORA DEL PROGRAMA**

Econ. María Teresa Alcívar Avilés, PhD.

Guayaquil, a los 27 del mes de junio del año 2024



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Homayra Solange Troya Ronquillo

DECLARO QUE:

El Proyecto de Investigación previa a la obtención del **Grado Académico de Magíster en Negocios Internacionales**, ha sido desarrollada en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de investigación del Grado Académico en mención.

LA AUTORA

Homayra Solange Troya Ronquillo



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTORIZACIÓN

Yo, Homayra Solange Troya Ronquillo

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del **Proyecto de Investigación Magister de Negocios Internacionales** titulada: **Proyecto de factibilidad de exportación de la pulpa de pitahaya para Hamburgo – Alemania**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

LA AUTORA:

Homayra Solange Troya Ronquillo

Guayaquil, a los 27 del mes de junio del año 2024



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES
INFORME DE COMPILATIO**



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

Tesis Homaira al 4 de junio

4%
Textos sospechosos



4%
Textos sospechosos

4% Similitudes
0% similitudes entre comillas
0% entre las fuentes mencionadas
1% Idiomas no reconocidos (ignorado)
5% Textos potencialmente generados por la IA (ignorado)

Nombre del documento: Tesis Homaira al 4 de junio.docx
ID del documento: f8fcc01828f65cb74690e538565f89332ae32e
Tamaño del documento original: 797,89 kb

Depositante: María Teresa Alcívar Avilés
Fecha de depósito: 13/6/2024
Tipo de carga: interfaz
fecha de fin de análisis: 13/6/2024

Número de palabras: 15.562
Número de caracteres: 106.982

Ubicación de las similitudes en el documento:



Agradecimiento

Agradezco a Dios por guiarme en mi camino y por permitirme concluir con mi objetivo.

De manera especial a mi tutor de tesis Ing. María Alcívar quien con su experiencia, conocimiento y motivación me oriento en este trabajo de investigación y su apoyo incondicional.

También quiero agradecer a la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, autoridades y profesores por la organización del programa de la Maestría en Negocios Internacionales.

Homayra Solange Troya Ronquillo

Dedicatoria

Dedico esta tesis a Dios, por ser mi guía espiritual en este largo camino, a mi madre por su apoyo para seguir adelante, pues sin ella no lo había logrado, mi abuelita quien me daba su bendición y buenos deseos, a Carlos F. por su apoyo incondicional en el transcurso de este camino, por compartir momentos de alegría, tristeza y demostrarme que siempre podré contar con él.

Homayra Solange Troya Ronquillo

Índice General

Introducción.....	1
Capítulo I.....	3
Generalidades de la investigación.....	3
Descripción Del Problema	3
Sistematización Del Problema	5
Delimitación Del Problema.....	5
<i>Delimitación espacial</i>	5
Justificación.....	6
Objetivos de la investigación	8
Objetivo General	8
Objetivos Específicos	8
Capítulo II.....	9
Fundamentación teórica y metodológica de la investigación.....	9
Teorías sobre el comercio internacional.....	9
2.2 Marco Conceptual	15
Marco legal.....	19
Reglamentación internacional para la exportación de Pitahaya para Alemania	20
Marco Referencial.....	21
Generalidades sobre la pitahaya.	21
Marco Metodológico.....	23
Postura Epistemológica.....	23
Método de Investigación.....	24
Tipo de Estudio.....	25

Enfoque de investigación	25
Fuente de Información	26
Técnica Metodológica	26
Población y muestra	26
Capítulo III	28
Diagnóstico.....	28
Las Exportaciones del Ecuador.....	28
El Acuerdo Multipartes y la Balanza Comercial.....	30
Principales datos Socio Económicos sobre Alemania.....	32
Encuesta	33
Preguntas de la entrevista - (segmento del mercado).....	45
Capítulo IV.....	47
Diseño técnico del producto y la producción.....	47
Selección y clasificación de la materia prima	47
Limpieza, lavado y desinfección.....	47
Escaldado	47
Corte y pelado	48
Despulpado.....	48
Homogenizado	48
Envasado y sellado.....	48
Almacenado.....	48
Desarrollo del plan de exportación.....	49
Capítulo V	55
Análisis Financiero.....	55
Conclusiones	55

Recomendaciones.....	57
Referencias Bibliográficas	58
Apéndices.....	62

Índice de Tablas

Tabla 1. Exportaciones totales (en millones de USD).....	28
Tabla 2. Balanza Comercial Ecuador-Unión Europea en millones de USD-.....	31
Tabla 3. Detalles del producto a exportar en cajas y pallets	50
Tabla 4. Detalles del producto a exportar en contenedor refrigerado de 40 pies.	50
Tabla 5. Detalles del producto a exportar por mes de cosecha	51
Tabla 6. Requisitos y documentos habilitantes para la exportación por contenedor	52
Tabla 7. Presupuesto de Inversión.....	55
Tabla 8. Proyección de los gastos administrativos.....	49
Tabla 9. Presupuesto de sueldos del personal administrativo	49
Tabla 10. Proyección de los gastos de ventas	50
Tabla 11. Proyección del Estado de Resultados Integrales	51
Tabla 12. Proyección del Flujo de Caja (1	52
Tabla 13. Proyección del Flujo de Caja (2).....	53
Tabla 14. Punto de Equilibrio.....	53
Tabla 15. Análisis de sensibilidad.....	54

Índice de Figuras

Figura 1: Árbol del problema.....	4
Figura 2. Género.....	34
Figura 3. Edad	35
Figura 4. Actividad a la que se dedica.	36
Figura 5. Tiempo de experiencia tiene en la producción de pitahaya.....	37
Figura 6. Tenencia de la tierra.....	38
Figura 7. Número de hectáreas.....	39
Figura 8. Variedad.....	40
Figura 9. Medida.....	41
Figura 10. Precio.	42
Figura 11. Centro de acopio.....	43
Figura 12. Exportación.....	44
Figura 13. Presentación del producto.....	51
Figura 14. Proceso de exportación para la pulpa de pitahaya en término FOB	53

Resumen

El presente trabajo de investigación estará encaminado a proporcionar un mecanismo para impulsar la comercialización internacional de la pitahaya al mercado de Hamburgo-Alemania. Los términos sobre los cuáles se pretendería realizar las negociaciones se encontrarán bajo el principio del comercio justo. Para lo cual se desarrollará una planificación que permita que el proyecto sea rentable. La Pitahaya, es una fruta de exportación de muy buena calidad, además de ser un producto no tradicional, cuya demanda y margen de ganancia pueden llegar a satisfacer el pago de los pequeños y medianos productores. El método de investigación que se aplicó fue el inductivo. Se realizó una encuesta entre los miembros de la Asociación de Productores de Pitahaya del Cantón Palora, con la finalidad de obtener datos de primera fuente para conocer si estarían de acuerdo con procesar su materia prima actualmente vendida como fruta y darle un valor agregado como culpa de pitahaya con la finalidad de ser exportada Alemania, con lo cual se comprobó que la mayoría estaría de acuerdo con dicho proyecto. Se realizó el análisis financiero concluyendo que el proyecto es económicamente rentable.

Palabras Claves: Pitahaya, Exportaciones no tradicionales, factibilidad, barreras de entrada, rentabilidad financiera, mercado alemán.

Abstract

This research work will be aimed at providing a mechanism to promote the international marketing of pitahaya to the Hamburg-Germany market. The terms on which negotiations are intended to be carried out will be found under the principle of fair trade. For which a planning will be developed that allows the project to be profitable. The Pitahaya is a very good quality export fruit, as well as being a non-traditional product, whose demand and profit margin can satisfy the payment of small and medium-sized producers. The research method that was applied was the inductive one. A survey was carried out among the members of the Pitahaya Producers Association of the Palora Canton, in order to obtain first-source data to find out if they would agree to process their raw material currently sold as fruit and give it added value as the fruit of pitahaya with the purpose of being exported to Germany, with which it was verified that the majority would agree with said project. The financial analysis was carried out concluding that the project is economically profitable.

Keywords: Dragon fruit, non-traditional exports, feasibility, entry barriers, financial profitability, German market.

Introducción

Las exportaciones ecuatorianas han estado dominadas por productos primarios tradicionales como el petróleo, el banano y el camarón. A pesar del potencial agrícola del país, los productos no tradicionales, como la pitahaya, han tenido una inserción limitada en los mercados internacionales. Este desafío se agrava por el hecho de que, durante las últimas décadas, el país no ha aprovechado plenamente sus ventajas comparativas en la producción de frutas exóticas debido a la falta de inversión en tecnología agrícola, insuficiente apoyo financiero a los productores y barreras regulatorias que dificultan el acceso a mercados más exigentes como el europeo. La globalización y los acuerdos comerciales han abierto nuevas oportunidades, pero también han incrementado la competencia, destacando la necesidad de mejorar la competitividad y diversificación de la oferta exportable para asegurar la rentabilidad y sostenibilidad de productos como la pitahaya en mercados internacionales.

Dada la naturaleza extractiva y primaria de la economía ecuatoriana, el sector agropecuario desempeña un papel crucial en la generación de riqueza. Esta realidad subraya la necesidad de optimizar estos bienes primarios, incorporando valor agregado para su comercialización en el mercado interno y, cuando sea posible, cumplir con normas y estándares de calidad para acceder a mercados internacionales. El objeto al que se suscribe esta investigación es analizar la factibilidad de la exportación de la pulpa de pitahaya para Hamburgo – Alemania.

En el **primer capítulo** se examinan los antecedentes de las exportaciones en general, analizando la situación de la fruta en relación con sus países de destino y definiendo el problema central de este producto. Se establecen los objetivos específicos, alineados con el objetivo general, y se justifica el valor de la investigación para los beneficiarios potenciales, como productores, exportadores y trabajadores

En el **segundo capítulo** se presenta el marco teórico, revisando diversos enfoques de las teorías económicas relacionadas con el comercio internacional. Se consideran los preceptos clásicos de la ventaja absoluta y comparativa de Smith y Ricardo, así como el modelo 2x2x2 de Heckscher y Ohlin, que enfatiza la importancia de la cantidad de insumos en el proceso productivo. También se analiza la ventaja competitiva de Porter y el comercio internacional globalizado, caracterizado por la formación de bloques económicos. Se presenta la guía metodológica que define el tipo de investigación a realizar, detallando los métodos y herramientas científicas que se utilizarán para alcanzar los objetivos planteados.

El **capítulo número III**, considerado la parte medular de la investigación, revisa cada variable desde una perspectiva estadística descriptiva. Se analiza el Producto Interno Bruto (PIB), las exportaciones tradicionales y no tradicionales, con un enfoque particular en el saldo de la balanza comercial con Alemania. El **capítulo IV** aborda el diseño técnico del producto y la producción. Estos resultados se contrastan en el **capítulo V** con un análisis financiero que considera la oferta y demanda externa de pitahaya en Hamburgo, lo cual servirá para proyectar nuestra planta productora y comercializadora de pulpa de pitahaya congelada.

Finalmente, tras analizar, discutir y presentar los resultados empíricos, se emitirán las conclusiones basadas en los objetivos planteados y se sugerirán recomendaciones dirigidas a las instituciones vinculadas con el sector agropecuario y exportador, como el Ministerio de la Producción, el Ministerio de Comercio Exterior, SENA, y el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Acuicultura (MAG), entre otros.

Capítulo I

Generalidades de la investigación

Descripción Del Problema

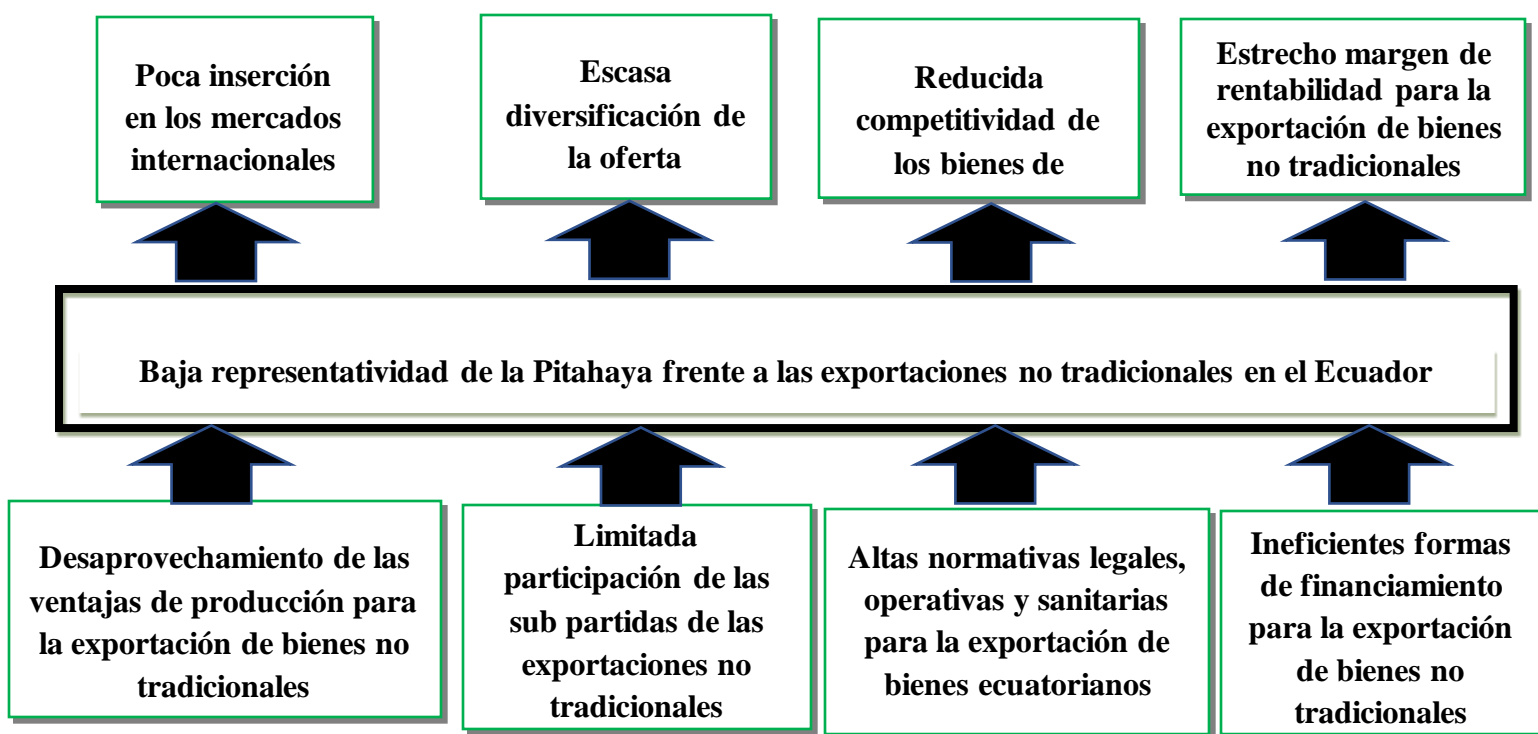
La creciente demanda internacional de productos exóticos y saludables ha generado un interés significativo en la exportación de pulpa de pitahaya desde Ecuador hacia mercados europeos, específicamente Hamburgo, Alemania. Sin embargo, la viabilidad de esta empresa enfrenta múltiples desafíos. Entre ellos, se encuentran las barreras arancelarias, las exigencias fitosanitarias, la competencia con otros países productores y la necesidad de mantener una cadena de suministro eficiente y refrigerada que garantice la calidad del producto desde su origen hasta el consumidor final. La falta de estudios detallados sobre la rentabilidad y los requisitos logísticos específicos para acceder y competir en el mercado alemán plantea incertidumbres que deben ser abordadas para asegurar el éxito de la exportación.

Además, es fundamental evaluar la capacidad de los productores locales para satisfacer la demanda de pulpa de pitahaya de manera sostenible, cumpliendo con los estándares de calidad internacionales y adaptándose a las normativas del mercado europeo. Esto incluye el análisis de los costos de producción, transporte y comercialización, así como la identificación de posibles socios comerciales y canales de distribución en Hamburgo. La investigación también debe considerar el impacto socioeconómico de la exportación en las comunidades productoras, promoviendo un desarrollo inclusivo y beneficioso para todos los actores involucrados. En resumen, el planteamiento del problema busca identificar y analizar las variables críticas que influirán en la factibilidad de exportar pulpa de pitahaya a Hamburgo, Alemania, asegurando que esta iniciativa sea económicamente viable y sostenible en el largo plazo.

El árbol de problemas presentado a continuación identifica la baja representatividad de la pitahaya frente a las exportaciones no tradicionales en Ecuador como el problema central,

desglosado en varias causas fundamentales: desaprovechamiento de las ventajas de producción, limitada participación de las subpartidas de exportaciones no tradicionales, altas normativas legales, operativas y sanitarias, e ineficientes formas de financiamiento. Estas causas generan consecuencias que agravan el problema central, como poca inserción en los mercados internacionales, escasa diversificación de la oferta, reducida competitividad de los bienes y un estrecho margen de rentabilidad. En resumen, el árbol de problemas ilustra cómo las dificultades en la producción, normativas, financiamiento y diversificación afectan negativamente la competitividad y rentabilidad de las exportaciones de pitahaya, limitando su presencia en el mercado internacional.

Figura 1: Árbol del problema



Elaboración propia

Sistematización Del Problema

Pregunta principal

- ¿Cuál es la factibilidad de exportación de la pulpa de pitahayas para Hamburgo – Alemania en el 2022?

Preguntas secundarias

- ¿Cuál es la Fundamentación teórica que faculte la exportación de bienes no tradicionales dentro de la investigación?
- ¿Cuál fue la evolución de las exportaciones de Pitahaya y los principales destinos de la oferta exportable del Ecuador?
- ¿Cuáles son las barreras de entrada de los bienes de exportación ecuatorianos en el mercado alemán?
- ¿Cuál es la factibilidad financiera que posibilite la exportación de la pulpa de Pitahaya para Hamburgo - Alemania?

Delimitación Del Problema

Delimitación espacial

Se involucra a la provincia de Pichincha como principal proveedor de la fruta Pitahaya, a la creación de una planta de tratamiento de pulpa de pitahaya congelada con sede en la parroquia Pedro Vicente Maldonado-Pichincha-Ecuador. Y por último a la ciudad de Hamburgo-Alemania hacia donde se exportará dicho producto.

Delimitación temporal

La revisión estadística y bibliográfica comprenderá los últimos 5 años, en donde se revisarán los antecedentes, que permitan elaborar un panorama crítico de las exportaciones no tradicionales

y de la fruta Pitahaya. Esto con el fin de planear nuestro proyecto de factibilidad con un horizonte de 5 años y demostrar su rentabilidad financiera.

Delimitación teórica

Este trabajo se fundamentará teóricamente, con la teoría del Comercio Exterior, las ventajas absolutas, relativas, competitivas y reveladas. El modelo de Hersey-Ohlin y la globalización internacional por bloques comerciales.

Justificación

La presente investigación tiene como objetivo proporcionar un mecanismo para impulsar la comercialización internacional de la pitahaya en el mercado de Hamburgo, Alemania, basándose en el principio del comercio justo. La planificación desarrollada busca garantizar la rentabilidad del proyecto, beneficiando a los pequeños y medianos productores. La pitahaya, siendo una fruta de exportación de alta calidad y un producto no tradicional, ofrece un margen de ganancia significativo y una demanda creciente que puede contribuir al desarrollo económico de los productores locales.

Según Medina y Kondo (2017), la pitahaya es una fruta exótica con alta demanda en los mercados internacionales, especialmente en Europa y Asia, debido a sus propiedades nutricionales y su uso como suplemento alimenticio. Esta demanda ha impulsado su exportación, convirtiéndola en una de las principales frutas exportadas por países latinoamericanos como Colombia, México y Nicaragua. Estos países han visto un crecimiento considerable en las exportaciones de pitahaya durante la última década, lo que demuestra el potencial de esta fruta en el mercado global y justifica la necesidad de explorar su comercialización desde Ecuador.

En Ecuador, el cultivo de pitahaya es relativamente nuevo, lo que resulta en una baja producción y una limitada comercialización hacia los mercados internacionales. Sin embargo, dada su elevada demanda externa y su significativo potencial nutricional, la pitahaya representa una alternativa viable para diversificar la oferta exportable del país. Fomentar su cultivo no solo ayudaría a mejorar la economía de los pequeños y medianos productores, sino que también contribuiría al desarrollo económico nacional al abrir nuevas oportunidades en mercados internacionales de alto valor, como el de Hamburgo, Alemania. Esta investigación, por lo tanto, es crucial para identificar y superar los desafíos actuales y maximizar el potencial de la pitahaya como un producto de exportación rentable y sostenible.

De acuerdo con Huachi, y otros (2015), las propiedades nutricionales de la pitahaya han incrementado su atractivo global, impulsando sus ventas en Estados Unidos, la Unión Europea y Asia. Su rentabilidad se basa en la creciente demanda y su cotización favorable, además de su promoción en ferias internacionales. No obstante, en Ecuador existen pocos estudios sobre su cultivo y beneficios, lo que la ha relegado frente a frutas tradicionales como el banano y el cacao.

La pitahaya posee nutrientes beneficiosos como fibra, calcio, fósforo y vitamina C, que contribuyen a la salud al reducir la presión arterial, aliviar problemas estomacales e intestinales, actuar como laxante, y ser recomendada para la diabetes y el cáncer. Estas propiedades medicinales amplían sus aplicaciones y destacan su potencial en el mercado de salud.

El contexto geográfico de Ecuador es favorable para la producción de pitahaya, y su comercialización bajo el comercio justo presenta ventajas significativas para el mercado de Hamburgo, Alemania, donde hay una alta demanda de estos productos. Aprovechar el acuerdo de libre comercio con la Unión Europea permitiría insertar la oferta ecuatoriana en este mercado. Este

proyecto busca promover el desarrollo de la comunidad agrícola, beneficiando a pequeños y medianos agricultores, y contribuir a un crecimiento económico sustentable del país, siempre en un marco de responsabilidad y aseguramiento de los derechos de los productores.

Objetivos de la investigación

Objetivo General

- Analizar la factibilidad económica de la exportación de la pulpa de pitahaya al mercado de Hamburgo – Alemania para proponer un criterio de eficiencia de exportación en este subsector agrícola.

Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente la investigación
- Estudiar el mercado internacional objetivo
- Establecer la Planificación legal y administrativa.
- Diseñar técnicamente el producto y la producción.
- Analizar la Factibilidad Financiera.

Capítulo II

Fundamentación teórica y metodológica de la investigación.

En este capítulo se presentan los fundamentos teóricos que sustentan la observación científica del investigador, junto con el marco conceptual que aclara y define los términos de referencia de esta investigación. Asimismo, se incluye el marco de referencia que permite comprender la ontología del problema científico en estudio. Además, se detalla el marco metodológico, cuyo diseño guiará los pasos y técnicas propuestas para llevar a cabo esta investigación.

Teorías sobre el comercio internacional

El comercio internacional implica el intercambio económico de bienes, servicios y capital entre diferentes países o territorios (Bianco, 2019). Aunque ha sido una práctica global durante milenios, su relevancia económica ha crecido notablemente en tiempos modernos. En la actualidad, el comercio internacional es fundamental para la economía de la mayoría de los países. A lo largo del tiempo, los economistas han desarrollado diversas teorías para comprender mejor este fenómeno, orientar a los gobiernos en la formulación de políticas y ayudar a las empresas a aprovechar sus beneficios. A continuación, se presentan algunas de las teorías más influyentes en el comercio internacional.

El mercantilismo

El mercantilismo es una estrategia económica utilizada en varios países europeos que se caracteriza por la intervención estatal en la economía. Predominante desde el siglo XVI hasta finales del siglo XIX, su principio principal era que el bienestar económico de un país se mejoraba mediante el aumento de las exportaciones y la reducción de las importaciones, realizadas bajo la

autoridad del estado y con la acumulación de oro como indicador de riqueza. Sin embargo, este enfoque podía obstaculizar el desarrollo del comercio internacional al priorizar los superávits comerciales. Las economías europeas, al colonizar otros países, obtenían materias primas baratas que procesaban y revendían a precios más altos. La práctica del mercantilismo varió entre países, con formas conocidas en Francia (colbertismo), Inglaterra y Alemania (cameralismo). La estrategia buscaba aumentar los ingresos del estado y de la población (Landreth, 2019)

Teoría de la ventaja absoluta

A finales del siglo XVIII, Adam Smith desarrolló la teoría de la ventaja absoluta, revolucionando el comercio internacional de su tiempo. Esta teoría propone que tanto la importación como la exportación son beneficiosas, y alienta a los países a especializarse en la producción de bienes y servicios donde tienen una ventaja absoluta. Según Smith, la riqueza nacional no se mide por la acumulación de oro, sino por el nivel de vida de la población. Sin embargo, esta teoría tiene una limitación importante: no explica por qué un país sin ventaja absoluta participaría en el comercio internacional (Gálvez, 2018).

Smith argumentaba que un país posee una ventaja absoluta si puede producir un bien de manera más eficiente que otro país, y recomendaba eliminar las barreras comerciales, en contraste con el mercantilismo. Los países deberían exportar bienes en los que tienen una ventaja de costo absoluto e importar aquellos cuya producción nacional es más costosa. Esto aumentaría las opciones de consumo de la población y, en consecuencia, la prosperidad económica general (Madruga Sanz, 2017). Además de la ventaja absoluta, Smith también abordó el papel del estado, el sistema tributario y la distribución de los factores de producción, entre otros aspectos.

Teoría de la ventaja comparativa

La teoría de la ventaja comparativa, desarrollada por David Ricardo a principios del siglo XIX, se ha convertido en la base de las teorías modernas del comercio internacional. Esta teoría, considerada crucial en el comercio internacional contemporáneo, sostiene que un país debería especializarse en producir y exportar bienes en los que posee una ventaja comparativa y, a su vez, importar aquellos en los que tiene una desventaja. A lo largo del tiempo, esta teoría ha sido refinada para abordar algunas de sus limitaciones en la aplicación práctica (Roncaglia, 2016).

Ricardo argumentó que la especialización y el comercio resultan en beneficios para ambas naciones, incluso si una tiene una ventaja de costo absoluta en todos los productos. Utilizó el ejemplo del comercio entre Gran Bretaña y Portugal, donde Portugal tenía una ventaja de costos en la producción de vino y tela. Sin embargo, Portugal se especializaba en el bien con la mayor ventaja de costo relativa (vino) y lo exportaba, mientras que Gran Bretaña se especializaba y exportaba tela, demostrando así cómo se obtienen ganancias comerciales (Brue & Grant, 2019)

Desde la perspectiva de Ricardo, incluso si un país no tiene una ventaja absoluta en ningún producto, aún puede beneficiarse del comercio a través de la ventaja comparativa. Este concepto también toma en cuenta el efecto de los tipos de cambio, que influyen en los precios relativos de los bienes entre países. En el ejemplo de Inglaterra y Portugal, el comercio hacía que los bienes portugueses fueran más caros en Inglaterra y viceversa, permitiendo a Inglaterra obtener una ventaja comparativa y, eventualmente, una ventaja absoluta en la exportación de bienes (Thorp, 2018) Así, la ventaja comparativa se basa en el menor costo de oportunidad de producción de un bien en comparación con otros bienes.

Teoría de Eli Heckscher y Bertil Ohlin

Mientras que Adam Smith y David Ricardo forman parte de la escuela clásica de economía, el modelo desarrollado por los economistas suecos Eli Heckscher y Bertil Ohlin se atribuye a la escuela neoclásica (Bianco, 2019). Estos autores ampliaron las causas de la ventaja comparativa basándolas en la relación entre diversos factores de producción. El principal resultado de su trabajo es conocido como el teorema de las proporciones de los factores.

Según Heckscher y Ohlin, los países que producen y exportan bienes intensivos en capital son aquellos con abundancia relativa de capital, mientras que los países con abundancia de mano de obra producen bienes intensivos en trabajo (Ekelund & Hébert, 2019). Este modelo explica el "comercio Norte-Sur", donde los países industrializados exportan productos tecnológicos y los países en desarrollo exportan bienes intensivos en trabajo, como textiles. De esta manera, los países tienen una ventaja comparativa en la producción de bienes que utilizan intensivamente el factor de producción que poseen en mayor cantidad.

Nueva teoría del comercio exterior

La nueva teoría del comercio exterior, desarrollada desde finales de la década de 1970 y representada por Paul Krugman, explica el comercio intraindustrial entre países industrializados, donde más de la mitad del comercio internacional actual se basa en el intercambio de productos similares dentro de la misma industria, como autos alemanes y franceses (Krugman & Obstfeld, 2018).

Este comercio se fundamenta principalmente en la diferenciación de productos y las economías de escala en la producción. La diferenciación de productos puede depender de diferencias objetivas o subjetivas en la calidad, influenciadas por las preferencias del consumidor, y la demanda de

productos diferenciados aumenta con el crecimiento de los ingresos. Esto permite a las empresas fijar distintos precios para productos diferenciados, incrementando sus ventas y ganancias (Cabrera, 2019).

El modelo de Krugman también destaca que las empresas pueden lograr economías de escala al ampliar su mercado de ventas a través del comercio exterior, reduciendo los costos promedio de producción. Sin embargo, las empresas que no logran estas economías de escala pueden incurrir en pérdidas y salir del mercado, un efecto competitivo que, en promedio, aumenta el bienestar económico general (Feenstra, 2018). Esta teoría es útil para los productores de pulpa de pitahaya, ya que organizarse para crear economías de escala puede hacer su producto más competitivo en el mercado alemán.

Nueva teoría del comercio exterior de Marc Melitz

El modelo El modelo de Melitz es una evolución del enfoque de Krugman, destacando que las empresas dentro de una industria varían en términos de productividad. Un hallazgo clave de este modelo es que solo las empresas con mayor productividad pueden exportar (Guardiola & Bernal, 2018). Las diferencias en productividad generan una jerarquía donde las empresas menos productivas sufren pérdidas y eventualmente salen del mercado, mientras que algunas solo operan a nivel interno. Las empresas altamente productivas, en cambio, son capaces de participar en el comercio internacional debido a su capacidad para enfrentar la mayor presión competitiva en mercados más amplios.

El modelo de Melitz también sugiere que la expansión de los mercados internacionales incrementa la presión competitiva, lo cual obliga a las empresas menos productivas a salir del mercado y permite que solo las más eficientes sobrevivan y prosperen. Esto no solo mejora la

calidad general de las empresas en el mercado, sino que también promueve la reestructuración y optimización de recursos a nivel industrial. En consecuencia, las economías experimentan un aumento en la productividad media y el bienestar general, ya que los recursos se reasignan hacia las empresas más competitivas y productivas (Feenstra, 2018).

Teoría de la Ventaja Competitiva de Michael Porter

La teoría de la Ventaja Competitiva de Michael Porter ofrece un marco para entender cómo las empresas y las naciones pueden alcanzar y mantener una ventaja en los mercados globales. A diferencia de la teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo, que se centra en las dotaciones de recursos naturales y factores de producción, Porter pone énfasis en la capacidad de innovación y mejora continua como fuentes clave de competitividad (Brue & Grant, 2019).

Porter identifica cuatro determinantes principales que configuran la ventaja competitiva de una nación: las condiciones de los factores, las condiciones de la demanda, las industrias relacionadas y de apoyo, y la estrategia, estructura y rivalidad de las empresas. Las condiciones de los factores incluyen la calidad y especialización de los recursos humanos, la infraestructura y el capital disponible. Las condiciones de la demanda se refieren a la sofisticación y exigencia de los consumidores locales, que impulsan a las empresas a innovar y mejorar continuamente. Las industrias relacionadas y de apoyo fuertes proporcionan insumos eficientes y fomentan la transferencia de conocimiento y tecnología. Finalmente, la estrategia, estructura y rivalidad de las empresas influyen en cómo las compañías se organizan y compiten, promoviendo la eficiencia y la innovación (Díaz, 2019).

Porter también introduce el concepto de los "clústeres", que son concentraciones geográficas de empresas interrelacionadas, proveedores especializados, empresas de servicios y asociaciones en campos relacionados que compiten, pero también cooperan. Estos clústeres aumentan la productividad de las empresas al proporcionar un entorno de competencia y cooperación que facilita la innovación y la mejora continua. Además, la teoría subraya la importancia del papel del gobierno y de las instituciones en crear un entorno propicio para el desarrollo de una ventaja competitiva sostenible. Las políticas gubernamentales deben enfocarse en mejorar la educación, la infraestructura y las condiciones de mercado, así como en fomentar la innovación y el emprendimiento (Porter, 2016).

La teoría de Porter ha tenido una influencia significativa en la formulación de estrategias empresariales y políticas económicas. Empresas y gobiernos de todo el mundo han adoptado sus conceptos para mejorar su competitividad. La clave para mantener una ventaja competitiva, según Porter, es la capacidad de las empresas y naciones para innovar y adaptarse rápidamente a los cambios del mercado global. La teoría destaca que no basta con tener recursos abundantes; la verdadera ventaja competitiva proviene de la capacidad de utilizar esos recursos de manera innovadora y eficiente para crear productos y servicios de alto valor que satisfagan las demandas del mercado global

2.2 Marco Conceptual

Para la realización del presente trabajo de investigación es necesario conocer conceptos que ayudará a edificar criterios para la interpretación y comprensión del problema, conceptos que se abordan a continuación:

Empresa: Una empresa es una organización o entidad económica que combina recursos humanos, financieros, materiales y tecnológicos para producir bienes o servicios con el fin de obtener beneficios. Las empresas pueden variar en tamaño, desde pequeños startups hasta grandes corporaciones multinacionales, y operan en diversos sectores de la economía. La estructura y estrategia de una empresa influyen significativamente en su capacidad para competir en el mercado y lograr eficiencia productiva (Guardiola & Bernal, 2018)

Eficiencia Productiva: La eficiencia productiva se refiere a la capacidad de una empresa para maximizar la producción de bienes o servicios utilizando la menor cantidad posible de recursos. Es un indicador de la eficacia con la que una empresa convierte insumos en productos finales. La eficiencia productiva implica la minimización de costos y desperdicios, y se puede mejorar a través de la optimización de procesos, la implementación de tecnología avanzada y la gestión eficaz de la cadena de suministro (Camperter, 2012)

Innovación: La innovación es el proceso de desarrollar y aplicar nuevas ideas, productos, servicios o procesos que mejoren significativamente la oferta de una empresa o su eficiencia operativa. En el contexto empresarial, la innovación puede conducir a la creación de ventajas competitivas sostenibles, permitiendo a las empresas diferenciarse de sus competidores y adaptarse rápidamente a los cambios del mercado. La innovación es crucial para la eficiencia productiva, ya que puede introducir métodos más efectivos y económicos de producción (Cabrera, 2019).

Competitividad: La competitividad es la capacidad de una empresa para ofrecer productos o servicios que son percibidos como superiores por los consumidores en comparación con los ofrecidos por sus competidores. La competitividad se puede medir a nivel de precios, calidad, innovación y capacidad de respuesta al mercado. Una empresa competitiva es capaz de mantener

y aumentar su participación en el mercado, mejorando continuamente su eficiencia productiva y satisfaciendo las necesidades de los clientes de manera más eficaz (Brue & Grant, 2019).

Clústeres Industriales: Los clústeres industriales son concentraciones geográficas de empresas interrelacionadas, proveedores especializados y asociaciones en campos relacionados que compiten y cooperan simultáneamente. Estos clústeres promueven la eficiencia productiva al facilitar la transferencia de conocimiento, la innovación y el acceso a recursos compartidos. La proximidad de empresas dentro de un clúster puede reducir costos de producción y logística, y mejorar la capacidad de respuesta a las demandas del mercado, fortaleciendo así la competitividad general de las empresas involucradas.

Balanza Comercial. La balanza comercial se refiere a la diferencia entre el valor monetario de las importaciones y exportaciones de un país en un periodo de tiempo específico. Una balanza comercial positiva indica un superávit comercial, mientras que una negativa señala un déficit comercial. Sin embargo, una balanza comercial positiva o negativa no necesariamente refleja la salud de una economía, ya que esto depende de factores como los países involucrados, las políticas comerciales y el tamaño del desequilibrio. Los economistas coinciden en que ni los superávits ni los déficits comerciales son intrínsecamente "buenos" o "malos" para la economía (Feenstra, 2018)

Comercio Internacional. El comercio internacional se refiere a las transacciones económicas entre países, que incluyen la venta de bienes de consumo como televisores y ropa, bienes de capital como maquinaria, y materias primas y alimentos. También abarca servicios como viajes y pagos por patentes extranjeras. Estas transacciones son facilitadas por los pagos financieros internacionales, donde los bancos privados y los bancos centrales de las naciones comerciales juegan un papel crucial (KRUGMAN, 2017)

Exportación. El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE, 2019) define la exportación como el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o hacia una Zona Especial de Desarrollo Económico, conforme a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente.

Precio FOB o Libre a Bordo. El término FOB (Free on Board), es un incoterm que se refiere a cuando el exportador cumple con la entrega de la mercancía una vez que esta se encuentra a bordo del medio de transporte designado, habiendo completado todos los trámites aduaneros de exportación. A partir de ese momento, los gastos y riesgos del embarque son asumidos por el comprador (SENAE, 2019).

Marco legal

Constitución de la República del Ecuador

El artículo 304 en su numeral 2, menciona que la política comercial debe "regular, promover y ejecutar acciones para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial". El numeral 5 indica que se debe "impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo". El numeral 6 señala que se debe "evitar las prácticas monopólicas, especialmente en el sector privado, y otras que perjudiquen el funcionamiento de los mercados (Asamblea Nacional Constituyente, 2008)

El Artículo 306 señala la responsabilidad del Estado ecuatoriano de fomentar exportaciones que sean respetuosas con el medio ambiente, dando prioridad a aquellas que promuevan el empleo, aporten valor agregado y beneficien a los pequeños y medianos productores. De esta manera, se presentan las directrices del país en relación con la necesidad de desarrollo y crecimiento del sector exportador, lo cual permitirá incrementar las oportunidades laborales y mejorar la calidad y utilidad de los productos (Asamblea Nacional Constituyente, 2008).

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI).

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), en su Libro V, establece en el artículo 4 los objetivos de articular internacionalmente la política comercial de Ecuador, fomentar y diversificar las exportaciones, y facilitar las operaciones de comercio exterior. Esta normativa rige las relaciones productivas de personas naturales y empresas en todo el territorio nacional, enfocándose especialmente en la política comercial del sector exportador para promover la diversidad en la oferta de exportaciones y facilitar el comercio exterior. En el Libro V, Título I sobre Competitividad Sistémica y Facilitación Aduanera, el Artículo 105 define que el

territorio aduanero incluye todo el territorio nacional, abarcando las zonas primaria y secundaria. La frontera aduanera coincide con la frontera nacional, con algunas excepciones especificadas en el Código (COPCI, 2010).

Reglamentación internacional para la exportación de Pitahaya para Alemania

De acuerdo con la Comisión Europea de Comercio (2022) Las frutas exóticas frescas deben cumplir con los requisitos generales establecidos para las frutas y hortalizas frescas. Estos estándares se encuentran detallados en el Codex Alimentarius, el compendio de normas alimentarias de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). En el caso específico de la pitahaya, según el Codex Alimentarius de la FAO (2022), se deben cumplir ciertos estándares para su comercio internacional. Esta normativa se aplica a las especies y variedades comerciales de pitahayas cultivadas a partir de los géneros *Selenicereus* e *Hylocereus*, pertenecientes a la familia Cactaceae, que se suministran frescas al consumidor luego de su preparación y envasado, excluyendo aquellas destinadas al procesamiento industrial.

Según la FAO (FAO, 2022) los requisitos mínimos para las pitahayas incluyen que estén libres de cualquier deterioro visible, materia extraña, plagas, daños causados por plagas, humedad externa anormal, olores y sabores extraños, grietas en la piel, y deben tener un pedúnculo o tallo de entre 15 y 25 mm de longitud, sin espinas. Además, las pitahayas deben haber alcanzado un grado adecuado de desarrollo y madurez considerando la variedad y/o tipo comercial y la zona de cultivo, de manera que puedan resistir el transporte y la manipulación para llegar en buenas condiciones al lugar de destino.

Marco Referencial

Generalidades sobre la pitahaya.

La pitahaya, una fruta exótica descubierta de manera silvestre durante la época de la conquista, fue documentada por primera vez en climas subtropicales de Centroamérica y América del Sur. Salvador y García (2021), mencionan cómo el padre jesuita Miguel del Barco, en 1770, describió la pitahaya en la cartografía jesuítica californiana, destacando la diversidad de frutos subtropicales en los desiertos y paisajes de California. En la cultura precolombina, la pitahaya tenía una importancia significativa, este fruto era fundamental en la dieta nutricional de los pueblos indígenas y de los conquistadores, quienes dependían de la recolección de alimentos durante sus exploraciones. La pitahaya proporcionaba sustento y energía en los largos viajes en busca de nuevas tierras.

Además de su valor nutricional, la pitahaya tenía un profundo simbolismo religioso y medicinal para los pueblos indígenas de América Central. Considerada un fruto celestial, su nombre dio origen a la región mexicana de Sinaloa, que significa "Pitahaya Redonda". Valorada por sus propiedades curativas, especialmente en el tratamiento del escorbuto y como laxante y diurético, la pitahaya destacó por su relevancia cultural y medicinal en las sociedades precolombinas (Beltrán, 2017)

La pitahaya, también conocida como fruta del dragón, es una fruta tropical perteneciente a la familia de las cactáceas. Destaca por su apariencia exótica y colores vibrantes que varían desde el amarillo hasta el rojo intenso, con una pulpa interior que puede ser blanca o roja, salpicada de pequeñas semillas negras. Originaria de América Central y del Sur, la pitahaya se ha convertido en un cultivo popular en diversas regiones del mundo debido a su sabor dulce y refrescante, así como a sus numerosos beneficios para la salud (Huachi, y otros, 2015).

En cuanto a su cultivo, la pitahaya se adapta bien a climas cálidos y secos, típicos de las regiones tropicales y subtropicales. Las plantas de pitahaya son cactus trepadores que pueden crecer sobre estructuras de soporte, alcanzando alturas considerables. Requieren suelos bien drenados y una exposición solar adecuada para prosperar. Uno de los aspectos más destacados del cultivo de la pitahaya es su capacidad para florecer y fructificar varias veces al año, lo que permite cosechas continuas y una oferta constante en el mercado (MAGAP , 2016).

Nutricionalmente, la pitahaya es una fruta baja en calorías, pero rica en nutrientes esenciales. Contiene una alta cantidad de vitamina C, antioxidantes y fibra dietética, lo que la convierte en una opción ideal para quienes buscan mantener una dieta equilibrada y saludable. Además, la pitahaya es una fuente moderada de hierro, magnesio y calcio, contribuyendo así a la salud ósea y al buen funcionamiento del sistema inmunológico. Su alto contenido de agua también la hace muy hidratante, especialmente beneficiosa en climas cálidos (Medina & Kondo, 2017).

. La pitahaya es muy versátil en la gastronomía, consumiéndose fresca, en ensaladas, batidos o como parte de postres. Su sabor ligeramente dulce y su textura jugosa la hacen popular tanto en recetas dulces como saladas, y su apariencia llamativa la convierte en un ingrediente decorativo ideal para platos gourmet y bebidas. Además de su uso culinario, la pitahaya se emplea en la industria cosmética gracias a sus propiedades antioxidantes y vitamínicas, que son aprovechadas para elaborar productos de cuidado de la piel (Castillo, 2017).

La variedad amarilla, aunque no tan atractiva visualmente como la roja, es más dulce y conocida en Ecuador como Palora. La pitahaya, originaria de México, crece en regiones tropicales y pertenece a la familia de las cactáceas. Su consumo ha aumentado debido a sus beneficios curativos y su agradable sabor, lo que ha llevado a su comercialización en mercados internacionales. La

pitahaya roja, también conocida como fruta del dragón, es menos dulce pero muy atractiva en el mercado asiático, liderado por Vietnam (Castillo, 2017).

Esta fruta es rica en agua, baja en calorías y aporta vitaminas y minerales esenciales, siendo beneficiosa para la salud, especialmente para personas con sobrepeso, obesidad y diabetes. Sus antioxidantes ayudan a prevenir enfermedades degenerativas, mejorar el tránsito intestinal y mantener la hidratación (Medina & Kondo, 2017).

Marco Metodológico

El presente apartado abarca la sección metodológica del trabajo investigativo, en la cual se exponen los métodos y el diseño de investigación utilizado, así como el tipo de estudio empleado y la postura epistemológica de la investigadora.

Postura Epistemológica

La epistemología es un campo filosófico que analiza, estudia y critica todas las disciplinas científicas, sus métodos y descubrimientos. Se ocupa de cómo se recopila el conocimiento y de las fuentes de dicho conocimiento. En términos de investigación, la perspectiva epistemológica influye en la interpretación de los datos, por lo que es crucial que el punto de vista filosófico esté claro desde el principio (Bunge, 2016).

En la investigación empresarial, la epistemología se centra en las fuentes del conocimiento, abordando las posibilidades, naturaleza, fuentes y limitaciones del conocimiento en el campo de estudio (Arias, 2018). El proceso de investigación puede integrar todas estas fuentes de conocimiento. Por ejemplo, los investigadores pueden usar su intuición para elegir un problema específico, obtener conocimiento autoritario durante la revisión de la literatura, generar

conocimiento lógico a través del análisis de datos primarios y percibir las conclusiones de la investigación como conocimiento empírico (Carvajal, 2017)

Un paradigma de investigación es un método o modelo para realizar una investigación, constituyendo un conjunto de ideas y creencias que guían teorías y prácticas. Los paradigmas son cruciales porque forman la base filosófica de un proyecto de investigación e influyen en cómo se lleva a cabo la investigación en diferentes escuelas de pensamiento (Gómez & Roquet, 2018).

En este trabajo investigativo, la postura epistemológica se basa en el paradigma socio-crítico, que estudia la realidad como praxis, una teoría y práctica, fomenta una amplia participación en los procesos de investigación y orienta el conocimiento hacia la emancipación y liberación del ser humano (Ackerman, 2019). Este enfoque permite centrar la investigación en la práctica aplicada, integrando diferentes perspectivas para interpretar los datos.

Método de Investigación

El método de investigación utilizado fue el inductivo, también conocido como razonamiento inductivo, el cual parte de observaciones para proponer teorías al final del proceso de investigación como resultado de esas observaciones. Implica buscar patrones a partir de la observación y desarrollar explicaciones (teorías) para esos patrones a través de una serie de hipótesis. En los estudios inductivos, no se aplican teorías o hipótesis al inicio de la investigación, y el investigador tiene la libertad de cambiar la dirección del estudio una vez que ha comenzado (Bernal, 2010).

El método inductivo busca generar significados a partir de los datos recopilados para identificar patrones y relaciones y construir una teoría. Se basa en aprender de la experiencia al observar patrones, semejanzas y regularidades en la experiencia para llegar a conclusiones. Este enfoque parte de observaciones detalladas del mundo y avanza hacia generalizaciones e ideas más

abstractas, desarrollando generalizaciones empíricas e identificando relaciones preliminares a medida que avanza la investigación. Se caracteriza por ser un enfoque de abajo hacia arriba para conocer, en el cual el investigador usa observaciones para construir una abstracción o describir un fenómeno estudiado (Carvajal, 2017).

Tipo de Estudio

El tipo de estudio utilizado es el descriptivo, el cual se enfoca en describir una población, situación o fenómeno que se está estudiando, respondiendo preguntas sobre cómo, qué, cuándo y dónde en lugar de por qué. Esto se debe a la importancia de comprender adecuadamente el problema de investigación antes de investigar su causa. Los estudios descriptivos pueden implicar una interacción única con grupos de personas (estudio transversal) o seguir a individuos a lo largo del tiempo (estudio longitudinal). En los estudios descriptivos, el investigador puede interactuar con los participantes mediante encuestas o entrevistas, o simplemente observar personas en un entorno o recopilar datos de registros existentes. En este estudio, se realizarán encuestas y entrevistas a los productores de pitahaya para recopilar información de primera mano sobre el tema (Hernández Sampieri, 2014).

Enfoque de investigación

La presente investigación adopta un enfoque mixto, que consiste en combinar e integrar métodos de investigación cualitativos y cuantitativos en un solo estudio. Este enfoque implica la recopilación y análisis de datos de ambos tipos para comprender mejor un fenómeno y responder a las preguntas de investigación. La premisa fundamental detrás del uso de este enfoque es aprovechar al máximo las fortalezas de cada tipo de datos mientras se neutralizan sus debilidades. Al combinar métodos cualitativos y cuantitativos, los investigadores pueden ampliar su evidencia,

mejorar la credibilidad de sus hallazgos e ilustrar los resultados de un método con los resultados del otro (Bernal, 2010).

Fuente de Información

Las fuentes de información son diversas y abarcan todas las fuentes de donde se puede obtener información para un estudio efectivo. Entre las fuentes principales se encuentran las fuentes primarias, secundarias y terciarias, aunque existen otras clasificaciones adicionales dependiendo de la información y de dónde se obtenga. Las fuentes primarias son aquellas que contienen información original y nueva, obtenida principalmente a través de encuestas o entrevistas. En este trabajo, las fuentes primarias se recopilarán mediante encuestas y entrevistas a productores de pitahaya. Por otro lado, las fuentes secundarias provienen de documentos o artículos académicos (Ackerman, 2019).

Técnica Metodológica

Según Bernal (2010) hay dos tipos de técnicas para recolectar material empírico: las técnicas directas o interactivas, que implican contacto directo y experimentación, como la observación participante, la entrevista cualitativa y la encuesta; y las técnicas indirectas o no interactivas, que incluyen el análisis de documentos oficiales como registros, documentos internos, archivos, estatutos, registros personales y otros documentos no oficiales como diarios, cartas o autobiografías. En esta investigación primaria, se llevaron a cabo encuestas y entrevistas con productores de pitahaya, siguiendo las características mencionadas para este tipo de investigación.

Población y muestra

El tamaño de la muestra de la encuesta se determina principalmente por el tamaño de la población que será encuestada y por el margen de error aceptable. En este caso, la población está compuesta por los productores de pitahaya en Ecuador, que según el MAG (2021), son 7,435

personas. El número total de objetos o datos en una población se representa comúnmente como N y puede ser finito o infinito, siendo en este caso una población finita.

Una muestra es una parte o subconjunto de una población que se estudia en lugar de la población en su totalidad, ya que esta puede ser infinita o demasiado grande. La muestra, representada por n , debe ser representativa de la población de la que se extrajo. En este estudio, la población se encuentra formada por los miembros de la Asociación de Productores de Pitahaya del Cantón Palora, la cual cuenta con 70 miembros, al ser esta cifra menor a 100, población y muestra son iguales

Capítulo III

Diagnóstico

Las Exportaciones del Ecuador.

Para Ecuador, es crucial mantener un alto nivel de exportaciones, ya que estas proporcionan una fuente de divisas que contribuye a sostener la dolarización, mejoran la competitividad y reducen el riesgo asociado a depender de un solo mercado gracias a la diversificación (Mera, 2016). A continuación, se presenta una tabla con las exportaciones ecuatorianas durante el período 2016-2020

Tabla 1. Exportaciones totales (en millones de USD)

Periodo	Total,			Total,	Total, No
	Exportaciones	Petroleras	No Petroleras	Tradicional	Tradicional
2016	\$ 16.797.666	\$ 5.459.169	\$ 11.338.497	\$ 6.457.285	\$ 4.881.212
2017	\$ 19.066.101	\$ 6.893.565	\$ 12.172.537	\$ 7.115.810	\$ 5.056.726
2018	\$ 21.652.150	\$ 8.825.958	\$ 12.826.192	\$ 7.585.426	\$ 5.240.765
2019	\$ 22.329.379	\$ 8.679.565	\$ 13.649.814	\$ 8.339.108	\$ 5.310.707
2020	\$ 20.226.568	\$ 5.250.374	\$ 14.976.194	\$ 8.812.570	\$ 6.163.624

Información adaptada del BCE Elaboración propia

La tabla 1 proporciona un panorama detallado de las exportaciones totales de Ecuador en millones de dólares estadounidenses durante el período 2016-2020, con un desglose en exportaciones petroleras, no petroleras, tradicionales y no tradicionales. En 2016, el total de exportaciones fue de aproximadamente 16,798 millones de USD. De este total, alrededor de 5,459 millones correspondieron a exportaciones petroleras y 11,338 millones a no petroleras. Dentro de las exportaciones no petroleras, 6,457 millones fueron de productos tradicionales y 4,881 millones de productos no tradicionales.

En 2017, las exportaciones totales aumentaron un 13.5%, alcanzando aproximadamente 19,066 millones de USD. Las exportaciones petroleras incrementaron en un 26.3%, situándose cerca de 6,894 millones, mientras que las no petroleras aumentaron en un 7.4%, llegando a aproximadamente 12,173 millones. Las exportaciones tradicionales crecieron un 10.2%, alcanzando 7,116 millones, y las no tradicionales aumentaron un 3.6%, totalizando 5,057 millones.

Para 2018, el total de exportaciones continuó creciendo, subiendo un 13.6% a aproximadamente 21,652 millones de USD. Las exportaciones petroleras incrementaron en un 28.0%, llegando cerca de 8,826 millones, y las no petroleras aumentaron en un 5.4%, alcanzando aproximadamente 12,826 millones. Las exportaciones tradicionales aumentaron un 6.6%, situándose en 7,585 millones, mientras que las no tradicionales crecieron un 3.6%, alcanzando 5,241 millones.

En 2019, las exportaciones totales crecieron un 3.1%, alcanzando aproximadamente 22,329 millones de USD. Las exportaciones petroleras disminuyeron ligeramente en un 1.7%, situándose cerca de 8,680 millones, mientras que las no petroleras aumentaron en un 6.4%, alcanzando aproximadamente 13,650 millones. Las exportaciones tradicionales incrementaron en un 9.9%, situándose en 8,339 millones, y las no tradicionales crecieron un 1.3%, alcanzando 5,311 millones.

En 2020, el total de exportaciones experimentó una reducción del 9.4%, bajando a aproximadamente 20,227 millones de USD. Las exportaciones petroleras cayeron significativamente en un 39.5%, situándose cerca de 5,250 millones, mientras que las no petroleras aumentaron en un 9.7%, alcanzando aproximadamente 14,976 millones. Las exportaciones tradicionales incrementaron en un 5.7%, situándose en 8,813 millones, y las no tradicionales crecieron en un 16.1%, totalizando 6,164 millones.

El Acuerdo Multipartes y la Balanza Comercial.

La Unión Europea (UE) se creó con el propósito de poner fin a las recurrentes y devastadoras guerras entre países vecinos, especialmente tras la Segunda Guerra Mundial. En 1950, la Comunidad Europea del Carbón y del Acero comenzó a unir a los países europeos tanto económica como políticamente para asegurar una paz duradera. Los seis países fundadores fueron Bélgica, Francia, Alemania, Italia, Luxemburgo y los Países Bajos. En 1957, con la firma del Tratado de Roma, se estableció la Comunidad Económica Europea (CEE), también conocida como el "Mercado Común" (Enciclopedia Británica, 2020).

La década de 1960 fue beneficiosa para la economía europea, impulsada por la eliminación de los derechos de aduana en el comercio entre los países miembros de la UE y el control conjunto de la producción de alimentos, lo que garantizó suficiente comida para todos. En 1973, Dinamarca, Irlanda y el Reino Unido se unieron a la UE, aumentando el número de Estados miembros a nueve. El Parlamento Europeo ganó influencia y, en 1979, los ciudadanos pudieron elegir directamente a sus miembros por primera vez. Grecia se unió en 1981, seguida por España y Portugal en 1986. Ese mismo año se firmó el Acta Única Europea, que estableció las bases para el "mercado único", resolviendo problemas del libre flujo comercial a través de las fronteras de la UE.

En 1993, se completó el mercado único con las "cuatro libertades": circulación de bienes, servicios, personas y dinero. La década de 1990 también fue testigo de la firma de dos tratados importantes: el Tratado de Maastricht sobre la Unión Europea en 1993 y el Tratado de Ámsterdam en 1999. En 1995, Austria, Finlandia y Suecia se unieron a la UE. Los acuerdos de Schengen permitieron gradualmente viajar sin controles de pasaportes en las fronteras. En 2004, diez nuevos países se unieron a la UE, seguidos por Bulgaria y Rumanía en 2007.

Tabla 2. Balanza Comercial Ecuador-Unión Europea en millones de USD-

Año	Exportaciones	Importaciones	Saldo
2016	2.604	1.516	1.088
2017	2.932	1.872	1.060
2018	3.234	1.889	1.345
2019	3.108	2.776	332
2020	3.301	2.144	1.157

Información tomada del BCE. Elaboración propia

La balanza comercial entre Ecuador y la Unión Europea muestra variaciones significativas a lo largo del periodo 2016-2020. En 2016, las exportaciones fueron de 2,604 millones de USD y las importaciones de 1,516 millones de USD, resultando en un saldo positivo de 1,088 millones de USD. En 2017, las exportaciones aumentaron un 12.6% a 2,932 millones de USD, mientras que las importaciones crecieron un 23.5% a 1,872 millones de USD, reduciendo el saldo positivo a 1,060 millones de USD, una disminución del 2.6%.

En 2018, las exportaciones continuaron su tendencia al alza, incrementándose un 10.3% a 3,234 millones de USD, y las importaciones subieron marginalmente un 0.9% a 1,889 millones de USD, lo que mejoró el saldo a 1,345 millones de USD, un aumento del 26.9%. En 2019, las exportaciones decrecieron un 3.9% a 3,108 millones de USD, y las importaciones aumentaron significativamente un 46.9% a 2,776 millones de USD, resultando en un saldo mucho menor de 332 millones de USD, una reducción del 75.3%. En 2020, las exportaciones aumentaron un 6.2% a 3,301 millones de USD, y las importaciones disminuyeron un 22.8% a 2,144 millones de USD, llevando el saldo a 1,157 millones de USD, lo que representa un incremento del 248.5%.

Principales datos Socio Económicos sobre Alemania

Según el Banco Mundial (2022) en Alemania la esperanza de vida al nacer es de 81 años. Sin embargo, a pesar de tener una población total considerable de 83.129.285 habitantes, el país enfrenta un problema demográfico debido a que en 2021 su crecimiento poblacional fue negativo, lo que sugiere una disminución en la cantidad de habitantes.

El Índice de Capital Humano en Alemania, que se sitúa en 0,8 en una escala de 0 a 1, indica el nivel de capital humano que un niño puede alcanzar al cumplir 18 años. Este índice considera la salud y la educación como factores fundamentales e integra componentes como la supervivencia, medida a través de la tasa de mortalidad, la educación, evaluada con los años de escolarización y pruebas de rendimiento estudiantil internacional, y la salud, calculada con la tasa de supervivencia de adultos y el crecimiento saludable de niños menores de 5 años. Estos indicadores buscan representar la calidad y cantidad de educación, así como el desarrollo esperado de los jóvenes en su entorno.

El Producto Interno Bruto (PIB) de Alemania ascendió a US\$ 4,22 billones en 2022, con un PIB per cápita de US\$ 50.801,8, cifra inferior a los \$53,129 de los Estados Unidos pero superior al promedio de la Unión Europea, que es de \$36,593. Alemania es la cuarta economía más grande del mundo, después de Estados Unidos, China y Japón. El crecimiento anual del PIB se sitúa en 2,9%, mientras que la tasa de desempleo total es del 3,5% anual. En cuanto a la inflación, esta alcanza el 3,1% anual.

El sector manufacturero constituye aproximadamente una cuarta parte del PIB de Alemania, destacándose la industria automotriz, de ingeniería mecánica, química y eléctrica, donde empresas

como Volkswagen, BASF y Siemens tienen una fuerte presencia. Alemania tiene una economía mixta que combina elementos de libre mercado con regulaciones gubernamentales para proteger a sus ciudadanos. Todos reciben beneficios sociales, financiados por impuestos progresivos, lo que garantiza acceso universal a servicios como seguro médico y educación (OCDE, 2022).

La economía alemana se beneficia de su pertenencia a la Unión Europea y al euro, lo que ha mantenido las tasas de interés bajas y ha estimulado la inversión. Alemania es el mayor exportador de la eurozona, con un superávit comercial significativo, y sus exportaciones representan el 41% de su producción nacional. El país es líder en tecnología y energía renovable, con un compromiso destacado con la transición energética, conocida como Energiewende. Alemania es un centro importante para ferias comerciales y tiene una gran cantidad de empresas de tamaño mediano y familiar, muchas de las cuales son líderes mundiales en sus sectores (FMI, 2022).

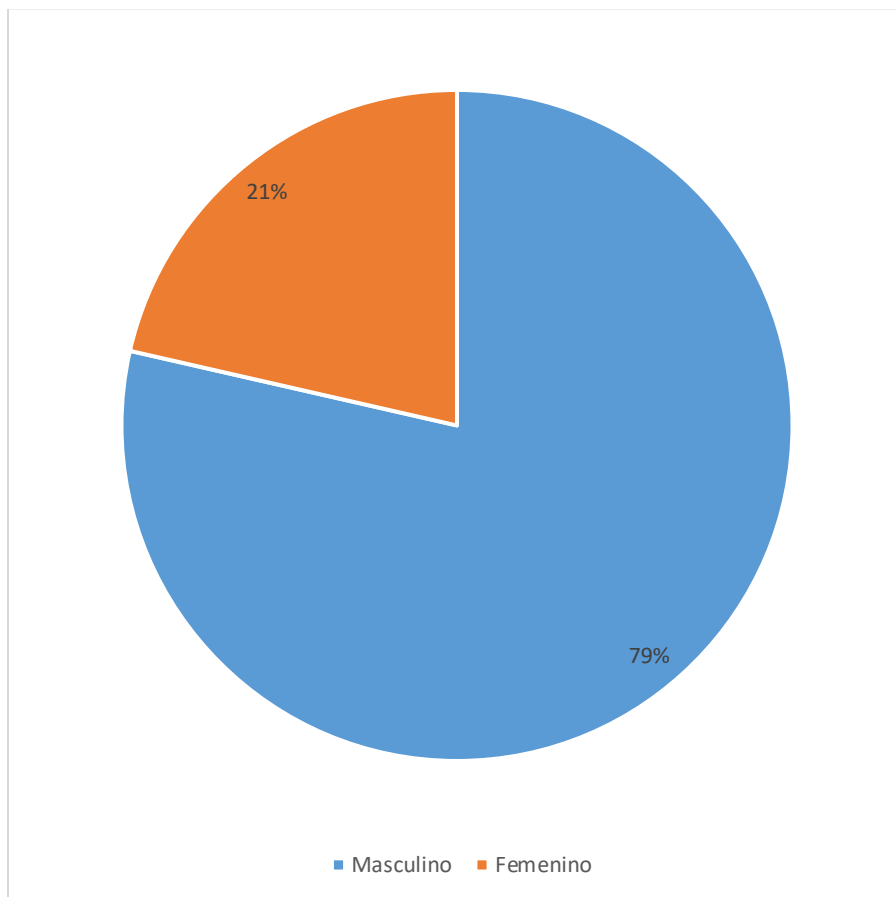
Encuesta

Se realizó una encuesta entre los miembros de la Asociación de Productores de Pitahaya del Cantón Palora, la cual cuenta con 70 miembros, siendo entrevistados todos ellos. La encuesta tuvo la siguiente Introducción: Buenos días / tardes, soy estudiante de la Facultad de la UCSG y estoy realizando la siguiente encuesta. Quedo agradecida por su colaboración y veracidad con la que pueda contestar las siguientes preguntas, cuyas respuestas será información confidencial y su uso será utilizado estrictamente con fines académicos.

Preguntas bibliográficas

1. Género

Figura 2. Género.

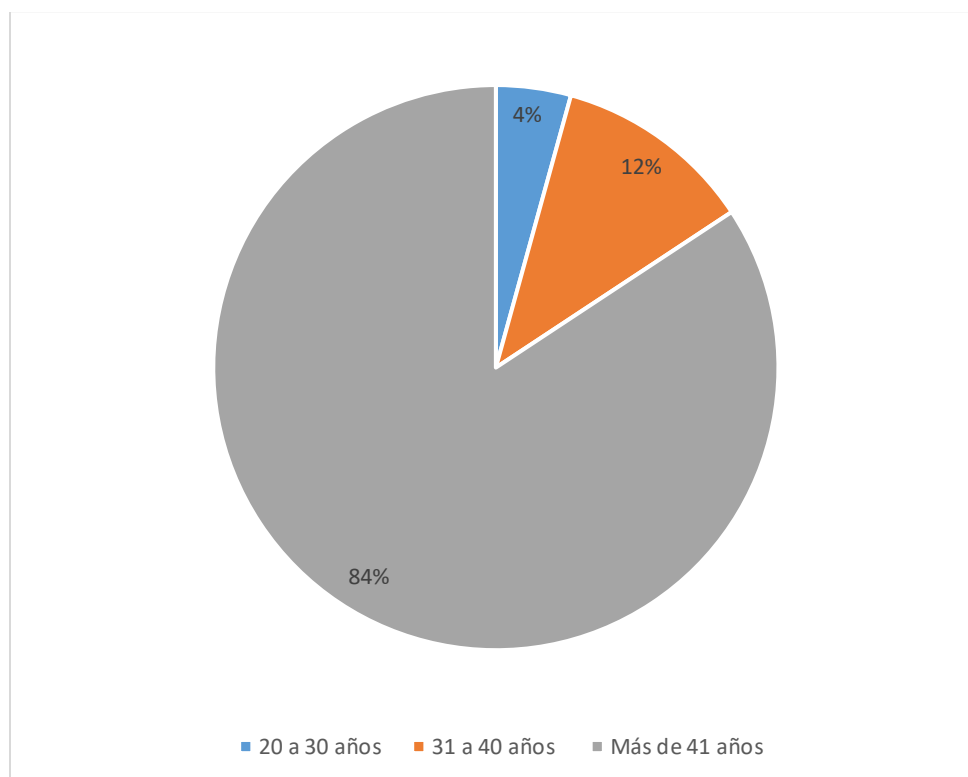


Tomado de encuesta realizada. Elaboración propia.

El 79% de los entrevistados son hombres, mientras que solo el 21% son mujeres. En el campo ecuatoriano, las labores agrícolas han sido tradicionalmente realizadas por hombres, aunque las mujeres también participan en estas actividades, aunque en menor cantidad. Esta disparidad se debe en parte a factores culturales y sociales que han asignado roles específicos a cada género dentro del ámbito rural.

2. Edad

Figura 3. Edad

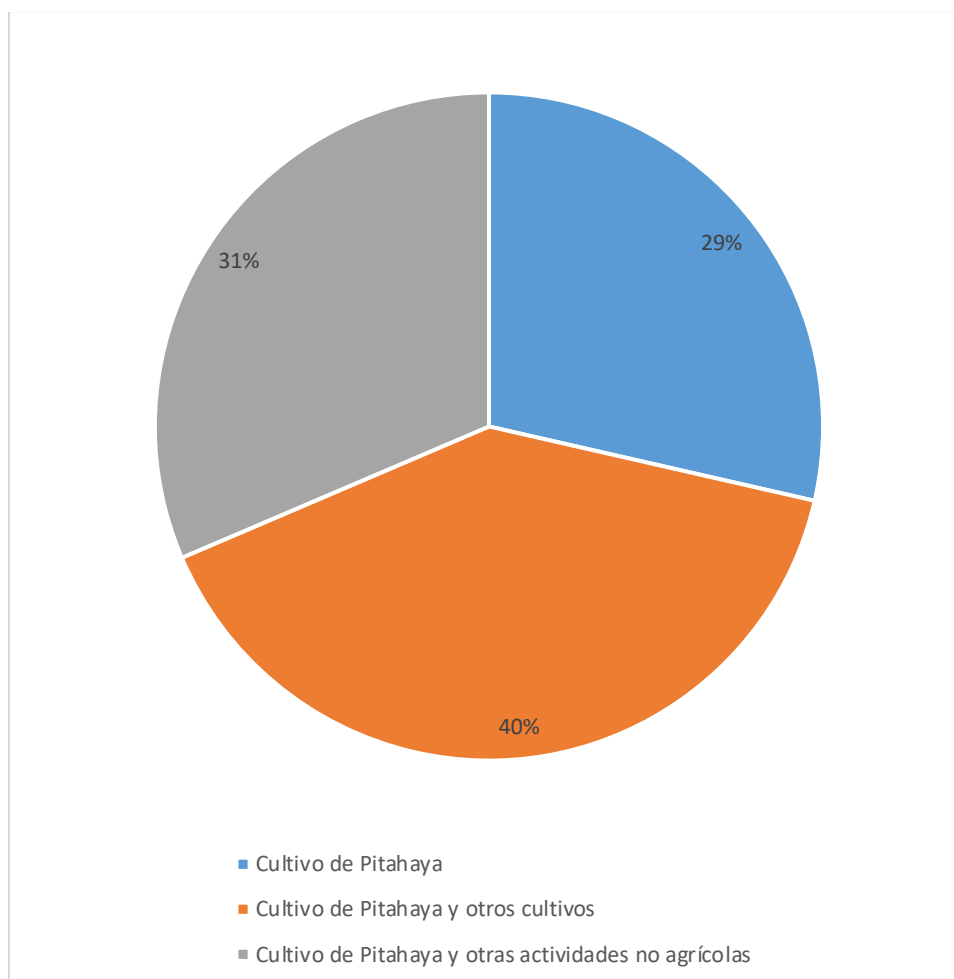


Tomado de encuesta realizada. Elaboración propia

El 84% de los encuestados tiene más de 41 años, un 12% se sitúa en el rango de edad entre 31 y 40 años, mientras que un 4% se encuentra entre los 20 y 30 años. El envejecimiento de la población rural es un fenómeno que atraviesa Ecuador y que es común en otros países de América Latina. Este fenómeno se debe a la migración de los jóvenes a las ciudades en busca de mejores oportunidades laborales y educativas, dejando atrás una población rural mayoritariamente envejecida.

3. ¿A qué actividad se dedica?

Figura 4. Actividad a la que se dedica.

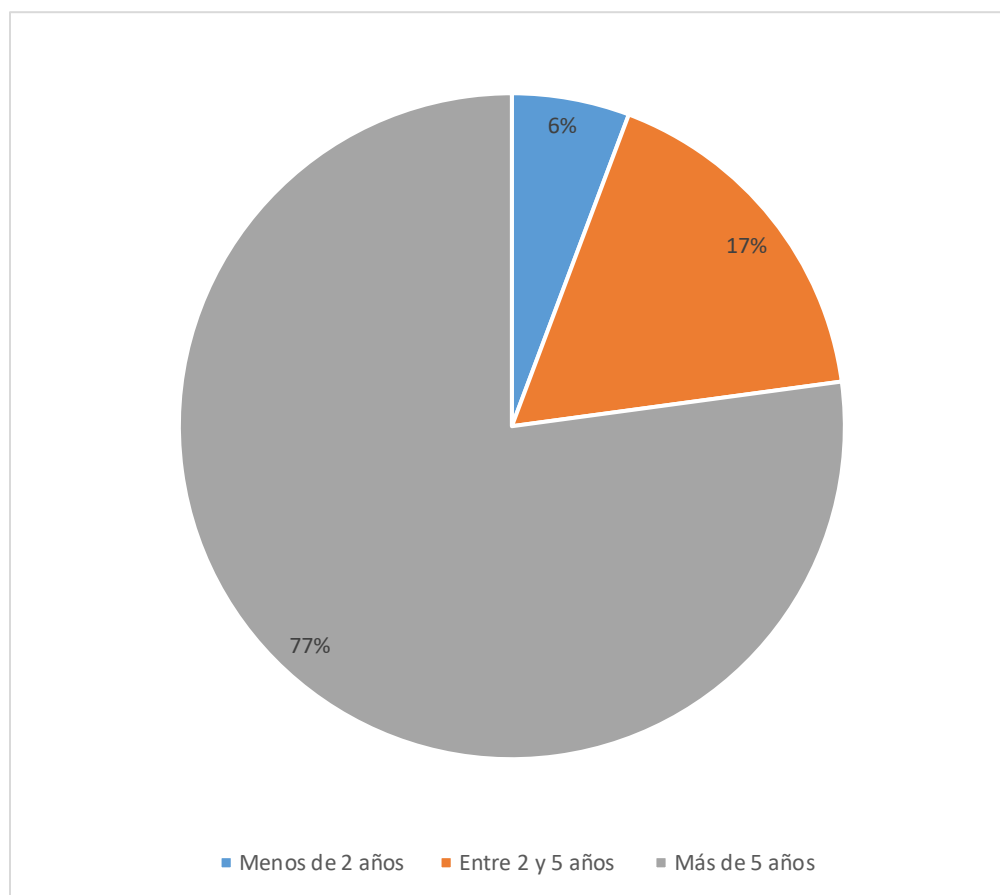


Tomado de encuesta realizada. Elaboración propia

Un 40% de los encuestados se dedica al cultivo de pitahaya junto con otras actividades agrícolas, un 31% combina el cultivo de pitahaya con actividades no agrícolas como el comercio o el transporte, y solo un 29% se dedica exclusivamente al cultivo de pitahaya. Es importante señalar que en el agro ecuatoriano es común que los campesinos produzcan un cultivo principal y, al mismo tiempo, se dediquen a otros cultivos de subsistencia, generalmente de ciclo corto, o combinen estas actividades con otras ocupaciones. Además, no es raro que emigren a la ciudad fuera de la época de cosecha en busca de oportunidades adicionales. Esta diversificación de actividades refleja la necesidad de asegurar ingresos constantes y mitigar los riesgos asociados con la dependencia de un solo cultivo.

4. ¿Qué tiempo de experiencia tiene en la producción de pitahaya?

Figura 5. Tiempo de experiencia tiene en la producción de pitahaya.

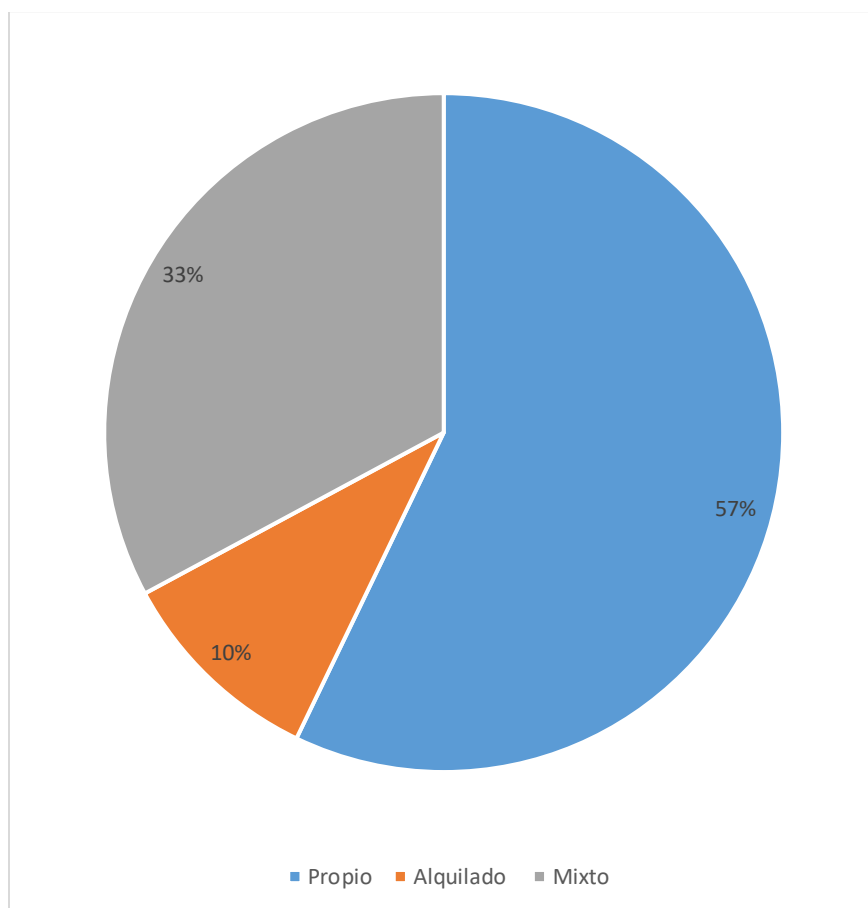


Tomado de encuesta realizada. Elaboración propia.

Un 6% de los productores tiene menos de 2 años de experiencia cultivando pitahaya, el 17% de los encuestados lleva entre 2 y 5 años en esta actividad agrícola, mientras que el 77% de los participantes en la encuesta ha cultivado la fruta por más de 5 años. Cabe destacar que la localidad de Palora se ha convertido en uno de los principales sitios de producción de pitahaya en Ecuador durante más de 10 años, debido a que esta actividad ha resultado rentable para la mayoría de los productores.

5. ¿El Terreno que utiliza para su cultivo es?

Figura 6. Tenencia de la tierra.



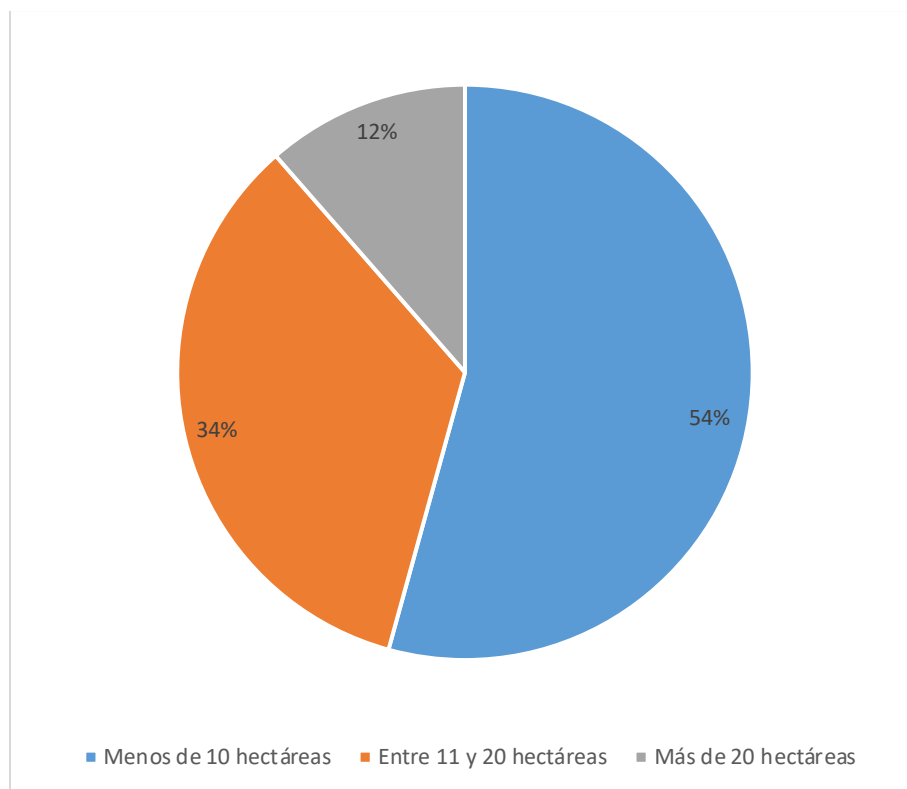
Tomado de encuesta realizada. Elaboración propia

En cuanto a la tenencia de la tierra entre los productores encuestados, se encontró que el 57% cultivaba en tierras propias, mientras que el 33% utilizaba una combinación de tierras propias y alquiladas para la producción. Solo un 10% empleaba exclusivamente tierras alquiladas para el cultivo de pitahaya. Esta diversidad en la tenencia de la tierra refleja la flexibilidad y adaptabilidad de los productores en función de sus recursos y necesidades. Los agricultores que poseen su propia tierra pueden tener una mayor estabilidad y control sobre sus prácticas agrícolas, mientras que

aquellos que alquilan tierra, ya sea parcialmente o en su totalidad, pueden hacerlo para expandir su producción y maximizar sus rendimientos

6. ¿Cuántas Hectáreas de Pitahaya posee?

Figura 7. Número de hectáreas.

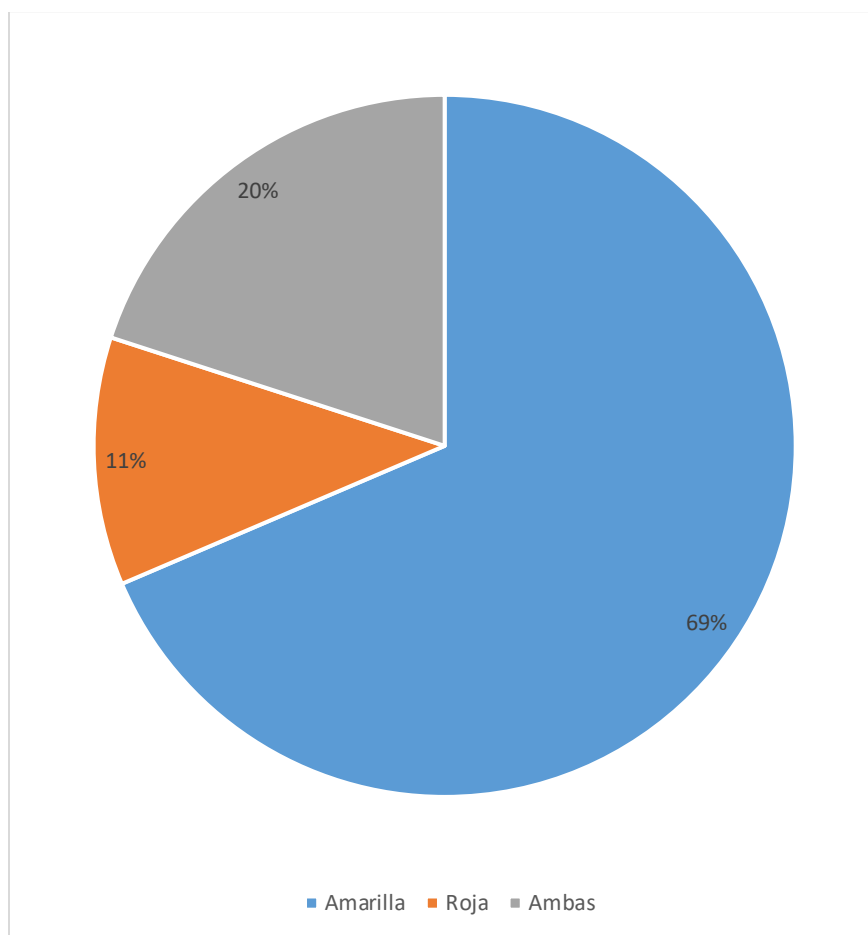


Tomado de encuesta realizada. Elaboración propia

El 54% de los encuestados posee menos de 10 hectáreas, el 34% de los productores tiene entre 11 y 20 hectáreas, mientras que el 12% cuenta con más de 21 hectáreas. Esta distribución de la tierra refleja la diversidad en la escala de operaciones de los productores de pitahaya en la región. Los agricultores con menos de 10 hectáreas suelen ser pequeños productores que manejan sus cultivos de manera intensiva y familiar, optimizando el uso de sus recursos limitados. Aquellos con entre 11 y 20 hectáreas representan una clase media de productores que pueden aprovechar economías de escala moderadas, combinando métodos tradicionales y tecnológicos para mejorar su producción.

7. ¿Qué variedad de Pitahaya produce?

Figura 8. Variedad.

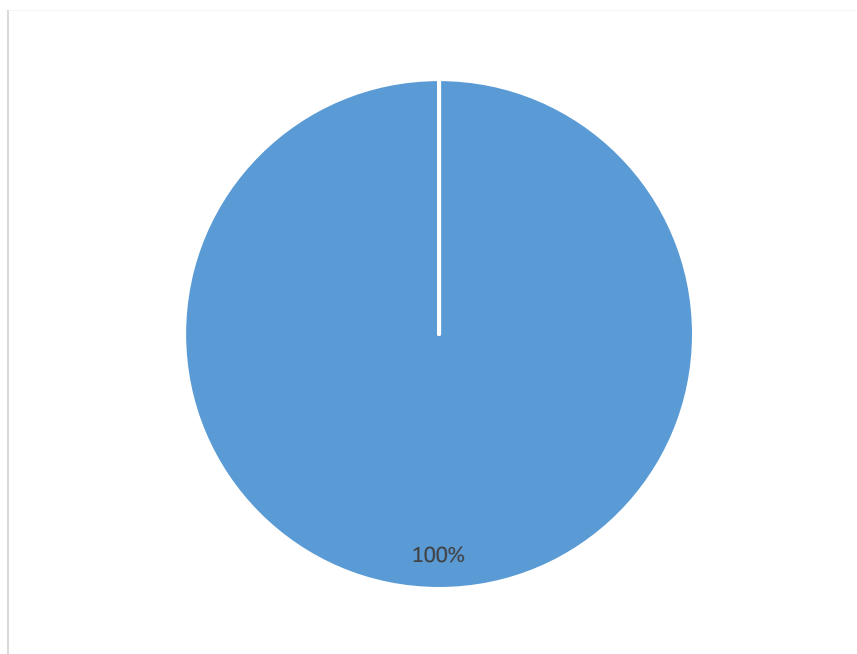


Tomado de encuesta realizada. Elaboración propia.

En Ecuador, solo existen dos variedades comerciales de pitahaya: la amarilla y la roja, ambas con pulpa blanca. Aunque en México y otros países hay más variedades, incluso con diferentes colores de pulpa, estas otras variedades no se cultivan comercialmente en Ecuador. El 69% de los encuestados respondió que producen pitahaya amarilla, un 11% indicó que cultiva pitahaya roja y un 20% contestó que cultivan ambas variedades.

7. ¿Qué medida se utiliza para comercializar la fruta?

Figura 9. Medida.

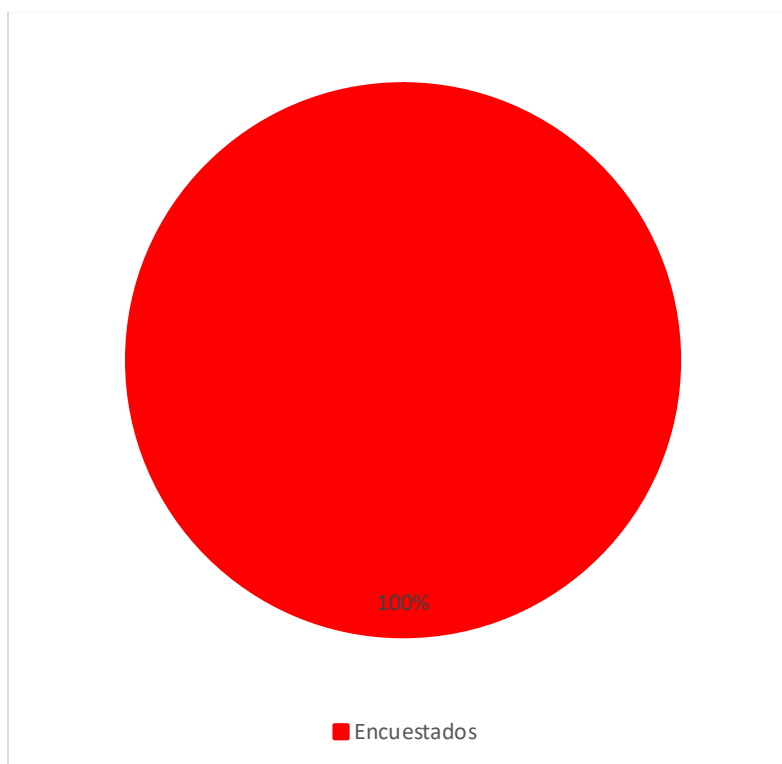


Tomado de encuesta realizada. Elaboración propia

El 100% de los encuestados indicó que la pitahaya se vende en cajas de aproximadamente 2,5 kg, cada una conteniendo entre 5 y 12 frutas.

8. ¿Cuál es el precio que usted obtiene por la pitahaya?

Figura 10. Precio.

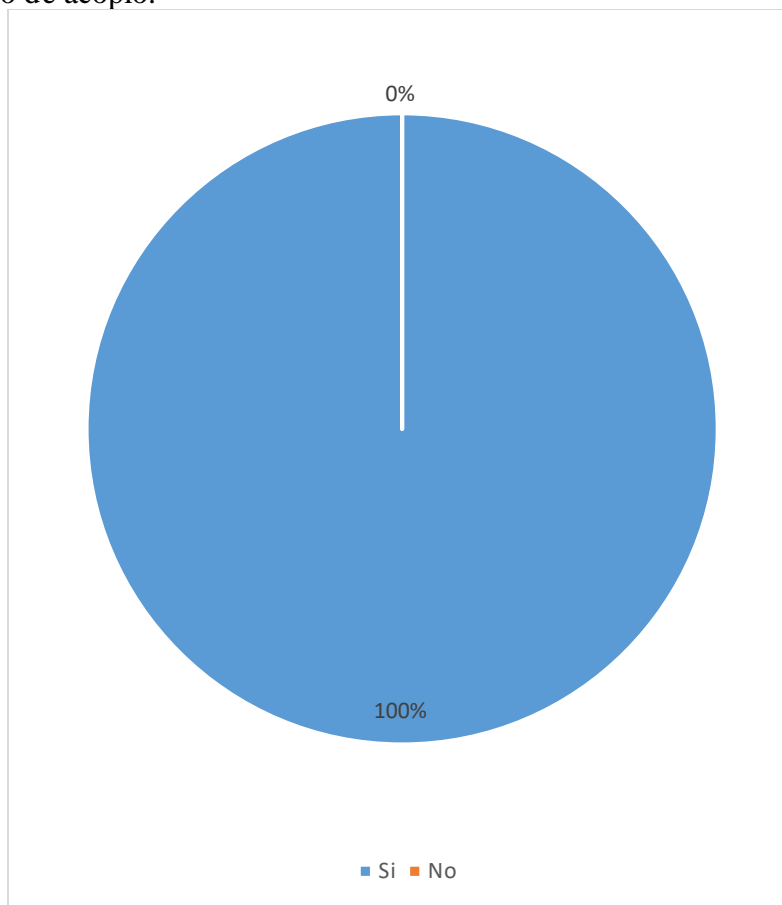


Tomado de encuesta realizada. Elaboración propia.

El 100% de los encuestados respondió que el precio de la pitahaya varía según la estación del año, oscilando entre \$6.00 por caja durante los meses de cosecha y \$10.00 cuando la fruta es más escasa, con un precio promedio anual de \$8.50. Los meses de diciembre, enero, febrero y marzo son los de mayor abundancia de fruta, mientras que octubre es el mes en que la pitahaya es más escasa. Sin embargo, los productores señalaron que la fruta está disponible durante todo el año.

9. ¿Posee Actualmente Centro de Acopio?

Figura 11. Centro de acopio.

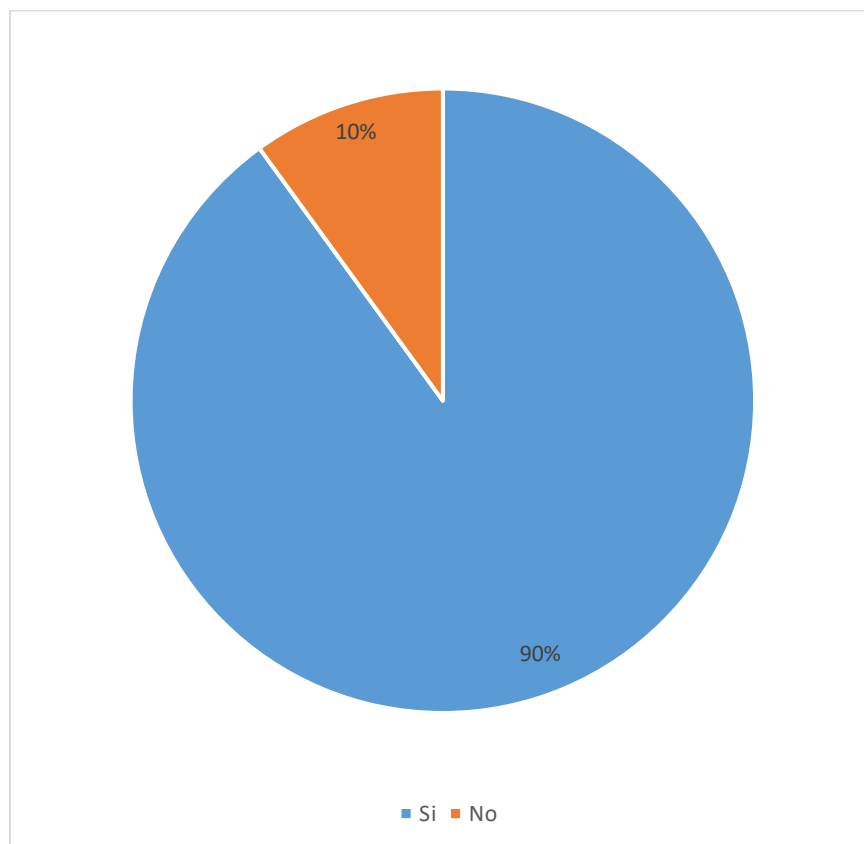


Tomado de encuesta realizada. Elaboración propia.

El 100% de los encuestados confirmó que actualmente existe un centro de acopio en Palora.

10. ¿Le gustaría pertenecer a un grupo que industrialice la pitahaya en pulpa para luego exportarla a Alemania?

Figura 12. Exportación.



Tomado de encuesta realizada. Elaboración propia.

El 90% de los encuestados expresó interés en participar en un proyecto para industrializar la fruta y exportarla a Alemania en forma de pulpa, mientras que el 10% indicó que no está interesado.

Preguntas de la entrevista - (segmento del mercado)

1. Coméntenos acerca de su experiencia en este sector, ¿hace cuánto tiempo se dedica a la producción de pitahaya?

Produzco pitahaya desde hace 15 años, Aunque mi familia fue una de las primeras en el pesar con este cultivo en Palora ya desde fines de los 90.

2. ¿Cuántas personas trabajan directa e indirectamente en su finca?

De manera permanente trabajan 5 personas, aunque este número se puede increíble incrementar en la época de mayor producción de la fruta es entre diciembre y marzo

3. ¿Usted pertenece a la asociación de pitahayeros del cantón? ¿Cuáles son los beneficios de pertenecer a la misma?

Sí pertenezco y soy miembro fundador de ella, el mayor beneficio que consiguió la asociación fue realizar la gestión de la construcción del centro de acopio durante el gobierno del Ec. Rafael Correa

4. En números, ¿cuál es su producción de pitahaya en kilos?

La producción anual de 12.000 a 15.000 kilos por hectárea, yo poseo 10 hectáreas.

5. ¿Cuál es el precio de cada Kilo?

Varía dependiendo de cada mes, pero en promedio es de unos \$ 8,50 por caja de 2,5 Kg,

6. ¿Cuál es el tiempo de producción, es decir desde que usted siembra hasta que cosecha la fruta?

En Palora se cosecha a los 120 o 140 días de la floración; en la costa (Guayas) es a 110 o 120 días y la productividad es de 50 frutos por planta

7. ¿Usted necesitó algún tipo de financiamiento o ayuda económica para emprender?

Yo empleé el capital que reuní después de 10 años de trabajo en los Estados Unidos.

8. ¿Cuáles son sus proyecciones a futuro como agricultor, como emprendedor?

Quisiéramos que el gobierno nos provea de insumos a menor precio ya que el costo de los fertilizantes y plaguicidas se ha incrementado notablemente durante todo el año, si se da esa ayuda por parte del Estado, valdría la pena incrementar la producción y pensar en algún tipo de nuevo emprendimiento.

Capítulo IV

Diseño técnico del producto y la producción

En este capítulo se desarrollará el proyecto de producción y diseño de producto de pulpa de pitahaya bajo la normativa del mercado alemán para este tipo de oferta

Selección y clasificación de la materia prima

La selección de la materia prima será realizada de manera manual en el área de recepción por los trabajadores, quienes evaluarán las características óptimas de la fruta. Estos empleados deben recibir capacitación en la norma NTE INEN 2003:2015, la cual se usa para la aprobación de la fruta. Deben considerar aspectos como el color, olor, textura sin magulladuras ni golpes, y asegurarse de que el fruto sea fresco y recién cosechado. Las frutas que no cumplan con estos criterios deben ser separadas en esta fase para asegurar la calidad de la pulpa.

Limpieza, lavado y desinfección

Una vez seleccionada la fruta, se procede al lavado, usando un sistema de lavado por inmersión para la fruta de pitahaya, mediante este sistema la fruta se lava con abundante agua y restregando con un cepillo para eliminar todas las partículas de suciedad provenientes de su recolección, posteriormente se procederá a una desinfección usando una solución de agua con hipoclorito de sodio 50 mg/L NaClO, esto garantiza la eliminación total de los contaminantes

Escaldado

El sistema de escaldado consistirá en un tanque de escaldado de acero inoxidable 304 el cual contiene una canastilla donde se ubicará las frutas de pitahaya para que tengan contacto con el agua a temperatura entre 65- 70°C por 5 minutos, posteriormente se procederá a retirar la fruta usando la canastilla para facilitar el transporte y garantizar la ergonomía del trabajador.

Corte y pelado

Una vez finalizado el escaldado se colocará las frutas en la mesa de trabajo para realizar el pelado de la pitahaya tipo manual para garantizar un corte más preciso tomando en consideración las condiciones de higiene adecuadas y buenas prácticas de manufactura.

Despulpado

Se tratará de una despulpadora horizontal de acero inoxidable, la cual se alimenta por una tolva ubicada en un extremo del equipo, la fruta ingresa al equipo para pasar por medio del rodete giratorio que realizará el corte mediante sus 8 paletas, además impulsará la salida de la pulpa por el tamiz de malla 1 mm, la fuerza de empuje hace que la pulpa atraviese la malla, y el bagazo y semillas se expulse por el otro extremo.

Homogenizado

En esta etapa se producirá una mezcla con los aditivos adicionales que se le debe agregar a la pulpa y obtener una mezcla homogénea, el diseño de las paletas (planas) del homogeneizador se realizó considerando la densidad y viscosidad de la pulpa. Se adicionará azúcar para estandarizar los grados Brix, además sorbato de potasio 0,5 g C₆H₇O₂K /kg pulpa que contribuirá su conservación.

Envasado y sellado

El envasado se llevará a cabo automáticamente por una máquina, que será adquirida por la Asociación, en fundas de polietileno de baja densidad previamente etiquetadas cada una con una cantidad de 500 g, posteriormente se procederá al sellado hermético.

Almacenado

Se almacenará las fundas de pulpa en un cuarto frío que debe tener -10°C para garantizar la inocuidad de la pulpa y además que no pierda las propiedades organolépticas ni su calidad

nutricional. Se realizará las pruebas fisicoquímicas de la pulpa, es decir los análisis de pH, °Bx, densidad y viscosidad, sumadas la caracterización del producto final para determinar el cumplimiento de la norma NTE INEN 2337:2008.

Desarrollo del plan de exportación

Misión.

“Somos una empresa dedicada al procesamiento y comercialización de derivados de pitahaya enfocándonos en la satisfacción de nuestros clientes, tanto nacionales como extranjeros, mediante procesos de calidad que garanticen la oferta de un producto acorde a sus expectativas”.

Visión.

“Ser reconocida al año 2027 como una empresa referente en la exportación de derivados de frutas hacia el mercado italiano, destacando el compromiso en la producción de una oferta acorde a las expectativas de mercados altamente exigentes”

Producto.

- Diseño del producto según exigencias alemanas.

Se indican cuáles son los parámetros para el diseño del etiquetado del producto, utilizándose para la presentación del empaque. Las medidas de este corresponden a 15 cm de largo, 10 cm de ancho y 4 cm de altura. El producto se exportaría en cajas de cartón fibra corrugada, siendo un material que soporta el punto de congelamiento, siendo sus medidas 35 cm de largo, 25 cm de ancho y 20 cm de altura. En la base ingresarían un total de 9 cajas, mientras que la altura correspondería a 7 cajas dando como resultado un total de 63 embalajes con una altura de 140 cm

para facilitar la manipulación en el puerto de origen y destino. Dicho esto, se detallan a continuación la característica de la carga:

Tabla 3. Detalles del producto a exportar en cajas y pallets

Detalle del producto	
Peso por empaque	500 g
Empaques por caja	16
Peso por caja	8 kg
Cajas por pallet europeo	63
Empaques por pallet	1008
Peso de carga palletizada	504 kg

Para realizar los envíos, es importante tener en cuenta los periodos de cosecha, siendo los meses de febrero a marzo y de julio a agosto. De esta forma, podría iniciar la exportación de dos contenedores refrigerado de 40 pies por mes de cosecha, teniendo como capacidad 25 pallets europeos. A continuación, se detalla la cantidad de producto requerida para llenar un contenedor de 40 pies:

Tabla 4. Detalles del producto a exportar en contenedor refrigerado de 40 pies.

Detalle del producto en contenedores	
Pallets por contenedor	25
Cajas por pallet	63
Cajas por contenedor	1.575
Empaques por contenedor	25.200
Peso de la carga en contenedor	12,6 ton

El contenedor tendría que movilizar 12,6 toneladas de pulpa de pitahaya congelada contenida en 25 pallets. El 70% de la pitahaya corresponde pulpa, por ello, para llenar un contenedor de 40 pies se necesitarían procesar 18 toneladas de frutas.

Tabla 5. Detalles del producto a exportar por mes de cosecha

Detalle del producto en contenedores	
Pallets por mes	50
Cajas por mes	3.150
Empaques por mes	50.400
Peso de la carga mensual	25,2 ton
Materia prima requerida mensual	36 ton

Precio

Figura 13. Presentación del producto

En base a productos similares se fijó un precio unitario de \$10 por la bolsa de 500g

Plaza

Aldi Nord

Aldi es una cadena minorista de supermercados de descuento o conocidos como “discounter” y es una de las compañías privadas más grandes del mundo, posee cerca de 8000 tiendas a nivel mundial, Su base se encuentra en Alemania,

- Requisitos y documentos para la exportación.

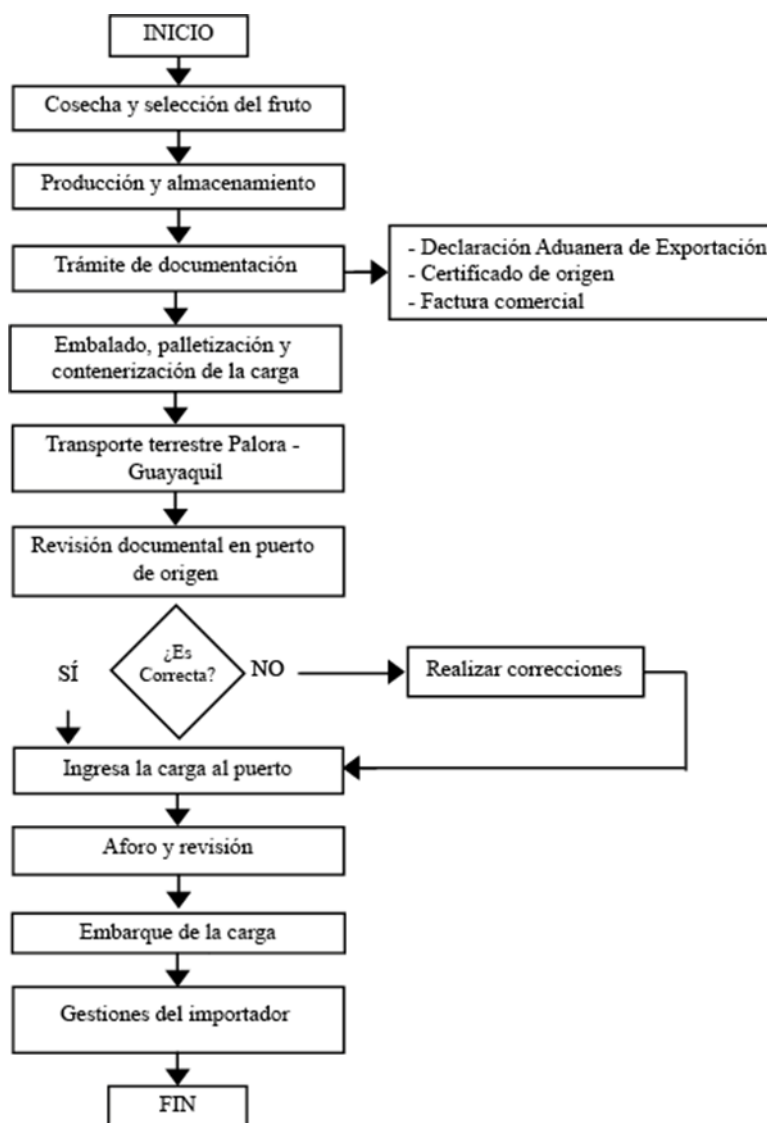
Mediante la investigación documental realizada por la autora se presentan a continuación los requisitos y documentos para ser exportador con su respectivo costos, incluyendo otra información relevante sobre su trámite:

Tabla 6. Requisitos y documentos habilitantes para la exportación por contenedor

Trámites	Tipo de Trámite	Costo
Generación del RUC	Único	\$ 0,00
Firma Digital y Token	Único	\$ 27,00
Obtención de ESCUAPASS	Único	\$ 0,00
Tramitación de la DAE	Por exportación	\$ 0,00
Factura comercial	Por Exportación	\$ 0,00
Certificado de origen	Por exportación	\$ 10,00
Transporte vía terrestre Palora – Guayaquil	Por exportación	\$ 400,00
Regularización de la DAE	Por exportación	\$ 0,00
TOTAL		\$ 437,00

Los valores que el exportador asumirá al enviar su primer contenedor ascienden a \$ 437,00 considerando que posteriormente se suprime el valor por la firma digital y token desembolsando únicamente \$ 410 por cada uno. Dicho esto, se presenta a continuación el proceso logístico que involucrará la exportación hacia el destino seleccionado:

Figura 14. Proceso de exportación para la pulpa de pitahaya en término FOB



Promoción.

Como una forma de promover la oferta a potenciales clientes se considera el envío de proformas vía mail informando los precios del producto, incluso preferenciales para motivar su compra. Esto

es aplicable no sólo a importadores alemanes sino también de otros países donde existan oportunidades para la pulpa de pitahaya.

Capítulo V

Análisis Financiero

Para determinar si el presente proyecto tiene viabilidad y factibilidad financiera y en virtud de concluir si es o no recomendable realizar esta inversión de riesgo, a continuación, se presentará la evaluación financiera:

Tabla 7. Presupuesto de Inversión

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	
Edificios	650.000,00
Edificaciones	650.000,00
Vehículos	70.000,00
2 Camiones Refrigerados	70.000,00
Equipos de Computo	7.935,00
10 Laptops	6.500,00
PC - Adm y Vtas	750
Escaner	400
2 Routers Inalambricos	60
Impresora Multifunción	225
Muebles y Enseres	1.800,00
3 Escritorios con Sillas	1.500,00
1 Sofa de espera	300
Equipos de Oficina	4.000,00
Aires Acondicionados Spit	3.500,00
Central Telefonica	500
Maquinarias	40.488,00
Despulpadora Ecoserv	5.580,00
Marmita	9.608,00
Mesa Lavadero	800
Pasteurizadora	4.700,00
Empacadora-Selladora	7.200,00
3 Cámaras de Frío	12.600,00
TOTAL A INVERTIR	774.223,00

Para la ejecución y el arranque del proyecto, la compañía ha invertido USD \$ 774.223,00

Tabla 8. Proyección de los gastos administrativos.

CUENTAS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC	ANUAL
Sueldos	7.100,00	7.100,00	7.100,00	7.100,00	7.100,00	7.100,00	7.100,00	7.100,00	7.100,00	7.100,00	7.100,00	7.100,00	85.200,00
13 sueldo	591,67	591,67	591,67	591,67	591,67	591,67	591,67	591,67	591,67	591,67	591,67	591,67	7.100,00
14 sueldo	64,33	64,33	64,33	64,33	64,33	64,33	64,33	64,33	64,33	64,33	64,33	64,33	772
Vacaciones	295,83	295,83	295,83	295,83	295,83	295,83	295,83	295,83	295,83	295,83	295,83	295,83	3.550,00
Fondos Reserva	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Aporte Patronal	862,65	862,65	862,65	862,65	862,65	862,65	862,65	862,65	862,65	862,65	862,65	862,65	10.351,80
Servicios Básicos	500	502,5	505,01	507,54	510,08	512,63	515,19	517,76	520,35	522,96	525,57	528,2	6.167,78
Suministros	75	75,38	75,75	76,13	76,51	76,89	77,28	77,66	78,05	78,44	78,84	79,23	925,17
Arriendos	300	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.400,00
Depreciación A/F	1.263,17	1.263,17	1.263,17	1.263,17	1.263,17	1.263,17	1.263,17	1.263,17	1.263,17	1.263,17	1.263,17	1.263,17	15.158,00
Amortización A/D	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL	11.052,65	10.855,53	10.858,41	10.861,32	10.864,24	10.867,17	10.870,12	10.873,08	10.876,06	10.879,05	10.882,06	10.885,08	130.624,75

Para la ejecución del proyecto la compañía debe destinar un total de USD \$ 130.624,75

Tabla 9. Presupuesto de sueldos del personal administrativo

PERSONAL EN ROL	Personas	Sueldo	Total
Administrador Propietario	1	3.500,00	3.500,00
Jefe de Marketing	1	1.200,00	1.200,00
Jefe de Operaciones y Exportación	1	1.200,00	1.200,00
Asistente Administrativa	4	1.200,00	1.200,00
Personas	7	Total	7.100,00

La tabla anterior refleja el total de los gastos por sueldos de cada trabajador en la parte administrativa, mostrándose a continuación el gasto dentro del área de ventas:

Tabla 10. Proyección de los gastos de ventas

CUENTAS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC	ANUAL
Sueldos	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	12.000,00
Movilización	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440,00
13 sueldo	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	1.000,00
14 sueldo	32,17	32,17	32,17	32,17	32,17	32,17	32,17	32,17	32,17	32,17	32,17	32,17	386
Vacaciones	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	500
Aporte Patronal	121,5	121,5	121,5	121,5	121,5	121,5	121,5	121,5	121,5	121,5	121,5	121,5	1.458,00
Viáticos	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6.000,00
Alimentación	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	840
Suministros	300	300	301,5	303,01	304,52	306,05	307,58	309,11	310,66	312,21	313,77	315,34	3.683,75
Publicidad	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6.000,00
TOTAL	2.768,67	2.768,67	2.770,17	2.771,67	2.773,19	2.774,71	2.776,24	2.777,78	2.779,33	2.780,88	2.782,44	2.784,01	33.307,75

Para la ejecución del proyecto la compañía debe destinar un total de USD \$ 33.307,75 presupuestados acordes al gasto de ventas según lo muestra la tabla anterior

Tabla 11. Proyección del Estado de Resultados Integrales

Estado de Resultados	2023	2024	2025	2026	2027
Ventas	2.016.000,00	2.056.320,00	2.097.446,40	2.139.395,33	2.182.183,23
Costo de ventas	1.713.600,00	1.747.872,00	1.782.829,44	1.818.486,03	1.854.855,75
Utilidad bruta en ventas	302.400,00	308.448,00	314.616,96	320.909,30	327.327,49
Gastos Operativos	166.519,50	122.207,22	90.511,27	67.635,46	50.946,00
Gastos Administrativos	130.624,75	99.413,22	75.659,39	57.581,31	43.822,81
Gastos Ventas	33.307,75	20.234,00	12.291,88	7.467,15	4.536,19
Gastos de Exportación	2.587,00	2.560,00	2.560,00	2.587,00	2.587,00
UTILIDAD					
OPERACIONAL	135.880,50	186.240,78	224.105,69	253.273,84	276.381,49
Gastos Financieros	52.305,99	42.077,06	30.101,72	18.203,29	6.395,75
Utilidad antes de Reparto	83.574,51	144.163,72	194.003,97	235.070,55	269.985,73
Impuesto por utilidades a Trabajadores	12.536,18	21.624,56	29.100,60	35.260,58	40.497,86
Utilidad antes de Impto./Renta	71.038,33	122.539,16	164.903,37	199.809,97	229.487,87
Impuesto a la Renta	17.759,58	30.634,79	41.225,84	49.952,49	57.371,97
Utilidad antes de Reservas	53.278,75	91.904,37	123.677,53	149.857,48	172.115,91
Reserva Legal	5.327,88	9.190,44	12.367,75	14.985,75	17.211,59
Utilidad del Ejercicio	47.950,88	82.713,93	111.309,78	134.871,73	154.904,32

Tomando como referencia la tabla anterior, los ingresos proyectados del negocio al término del primer año son de USD \$ 2.016.000,00 y al término del quinto año con USD \$ 2.182.183,23 evidenciando siempre rentabilidad.

Tabla 12. Proyección del Flujo de Caja (1)

AÑOS	0	1	2	3	4	5
a) Ingresos Operacionales		2.016.000,00	2.056.320,00	2.097.446,40	2.139.395,33	2.182.183,23
Recuperación de Ventas		2.016.000,00	2.056.320,00	2.097.446,40	2.139.395,33	2.182.183,23
b) Egresos Operacionales		1.880.119,50	1.870.079,22	1.873.340,71	1.886.121,48	1.905.801,75
Costo de Producción		1.713.600,00	1.747.872,00	1.782.829,44	1.818.486,03	1.854.855,75
Gastos Administrativos		130.624,75	99.413,22	75.659,39	57.581,31	43.822,81
Gastos de Ventas		33.307,75	20.234,00	12.291,88	7.467,15	4.536,19
Otros		2.587,00	2.560,00	2.560,00	2.587,00	2.587,00
c) Flujo de Caja Operacional (a-b)		135.880,50	186.240,78	224.105,69	253.273,84	276.381,49
d) Ingresos NO						
Operacionales	739.527,79	0	0	0	0	0
Aportación de Accionistas	221.858,34	0	0	0	0	0
Préstamos Bancarios	517.669,45	0	0	0	0	0
Otros		0	0	0	0	0
e) Egresos NO						
Operacional	739.527,79	110.185,26	188.131,36	198.119,61	202.666,29	205.745,38
Gastos Financieros		52.305,99	42.077,06	30.101,72	18.203,29	6.395,75
Amortización de Capital		57.879,27	115.758,54	115.758,54	114.136,56	114.136,56
Beneficios de los Trabajadores			12.536,18	21.624,56	29.100,60	35.260,58
Impuestos – SRI			17.759,58	30.634,79	41.225,84	49.952,49
Presupuesto de Capital						
Inicial:	739.527,79	0	0	0	0	0
Activos Fijos	733.735,00					
Capital de Trabajo	5.792,79					
Activos Diferidos	0	0	0	0	0	0
F) Flujo de Caja NO						
Operacional (d-e)	0	-110.185,26	-188.131,36	-198.119,61	-202.666,29	-205.745,38
G) Flujo de Caja NETO (c+f)		25.695,24	-1.890,58	25.986,08	50.607,56	70.636,10
h) Flujo de Caja Inicial		0	25.695,24	23.804,66	49.790,75	100.398,30
i) Flujo de Caja Final (g+h)	0	25.695,24	23.804,66	49.790,75	100.398,30	171.034,41

De acuerdo a la tabla anterior, el flujo de caja final con corte al término del primer año es de USD \$ 25.695,24 y al término del quinto año alcanza los USD \$ 171.034,41.

Tabla 13. Proyección del Flujo de Caja (2).

INVERSIONES	0	1	2	3	4	5
Activos Fijos	733.735,00					
Capital de Trabajo	5.792,79					
Otros	0					
Flujo de Caja Operativo	0	135.880,50	186.240,78	224.105,69	253.273,84	276.381,49
Flujo de Caja NETO	-739.527,79	135.880,50	186.240,78	224.105,69	253.273,84	276.381,49
Flujo de Caja Acumulado	-739.527,79	-603.647,29	-417.406,51	-193.300,82	59.973,02	336.354,51
Tasa interna de retorno Financiera					27.85%	
Valor actual neto, VAN					342.992,40	
Payback period					AÑO 4	

Tomando como base la tabla anterior, la evaluación financiera es muy favorable manteniendo una Tasa Interna de Retorno TIR del 27.85% y un Valor Actual Neto de USD \$ 342.992.40 dejando en claro que es muy favorable la ejecución del proyecto. Finalmente se refleja que la inversión se recupera en el 4to año luego de la ejecución

Tabla 14. Punto de Equilibrio

Datos Iniciales			
Precio Venta			\$ 10,00
Coste Unitario			\$ 8,50
Ganancia Marginal			\$ 1,50
Gastos Fijos Año			274.117,76
Q de Pto. Equilibrio			182.745
\$ Ventas Equilibrio		\$ 1.827.451,72	
Q Ventas	91.373	182.745	274.118
\$ Ventas	913.726	1.827.452	2.741.178
Costo Variable	776.667	1.553.334	2.330.001
Costo Fijo	274.118	274.118	274.118
Costo Total	1.050.785	1.827.452	2.604.119
Beneficio	-137.059	0	137.059

Tabla 15. Análisis de sensibilidad

		Precio					
		342.992,40	\$ 9,00	\$ 9,50	\$ 10,00	\$ 10,50	\$ 11,00
Costo	\$ 8,50	144.914,29	222.945,06	342.992,40	497.338,98	651.685,56	

Para alcanzar el Punto de Equilibrio, según debe venderse 182.745 empaques a fin de lograr cubrir todos los costos fijos y gastos de la operación del negocio. Luego de esta cifra, cada empaque que se logre comercializar será ganancia para la empresa. Se realizó un análisis de sensibilidad, donde en el escenario más pesimista encogiendo un precio de 9, el VAN se ubicó en 144.914,29. En el escenario de mayor optimismo con un precio de 11, el VAN llegó a 651.685,56.

Conclusiones

Se fundamentó teóricamente la investigación exponiendo teorías sobre el comercio internacional como el mercantilismo, las teorías de la ventaja absoluta y comparativa, la teoría de la proporción de factores, la teoría del ciclo de vida del producto y la Nueva Teoría del Comercio Internacional

Se realizaron encuestas y entrevistas a los productores de pitahaya con la finalidad de obtener datos de primera fuente para conocer si estuviesen de acuerdo con procesar su materia prima actualmente vendida como fruta y darle un valor agregado como pulpa de pitahaya con la finalidad de ser exportada Alemania, con lo cual se comprobó que la mayoría estaría de acuerdo con dicho proyecto.

Se estableció la planificación legal y administrativa investigando los requisitos legales y sanitarios para poder procesar la fruta en el Ecuador y poderla explotar en forma de pulpa de pitahaya al mercado alemán. Este producto no tiene que pagar aranceles en ese país gracias al Acuerdo Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea, sin embargo, de acuerdo a la Comisión Europea de Comercio (2022) Las frutas exóticas frescas deben cumplir con los requisitos generales para frutas y hortalizas frescas según los estándares del código alimentario' de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización para la Agricultura y la Alimentación (FAO).

Se diseñó técnicamente el producto y la producción, investigando el proceso necesario para convertir la materia prima en pulpa de pitahaya y se evidenció que hubo cumplimiento de la norma NTE INEN 2337:2008. por lo tanto, el diseño del proceso es válido para la Asociación de productores y comercializadores de pitahaya de Palora.

La Tasa Interna de Retorno TIR se ubica en 27.85% y el Valor Actual Neto es positivo por un valor de USD \$ 342.992.40. La inversión para realizar asciende a USD \$ 739.527.79, misma que será recuperable al 4 año de iniciada la exportación justificando el atractivo de la propuesta y respaldando así su implementación.

Recomendaciones

Se recomienda que los involucrados en el proyecto realicen un préstamo a algún organismo de la banca pública con la finalidad de llevar a cabo un plan de tal envergadura y que accedan a beneficios inexistentes en la banca privada.

Una vez iniciado el proyecto se cree recomienda empezar un plan de capacitación para todos los que intervengan en el mismo con la finalidad de mejorar las habilidades de los participantes en buenas prácticas de manufactura, trabajo en equipo o finanzas personales.

Se recomienda a los participantes del proyecto aprovechar los desechos de la industrialización de la pitahaya como como su cáscara para la elaboración de otros productos industrializados como por ejemplo el té de pitahaya o cosméticos.

Referencias Bibliográficas

- Ackerman, S. .. (2019). *Metodología de la investigación*. Buenos Aires: Ediciones del Aula Taller.
- Arias, F. (2018). *El proyecto de Investigación: Introducción a la investigación científica*. Episteme.
- Banco Mundial. (2022). *Indicadores*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador/SH.DYN.MORT?locations=EC>
- BCE. (2020). *Cuentas Nacionales*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/CuentasNacionales/Anuales/Dolares/FBKFweb.xlsx#:~:text=La%20Formaci%C3%B3n%20Bruta%20de%20Capital,un%20per%C3%A9nto%20de%20tiempo%20determinado.>
- Beltrán, V. (2017). *Desarrollo de un Proyecto para la Creación de una Microempresa de Producción y Comercialización de Pitahaya, Ubicada en la Comunidad de Chinimpí*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec:8080/bitstream/25000/7412/3/T-UCE-0003-AE019-2015.pdf>
- Bernal. (2010). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Pearson.
- Bunge, M. (2016). *Economía y filosofía (presentación de Raúl Prebisch)* (2ª edición ed.). Madrid: Tecnos.
- Camperter, M. (2012). *Desafíos y oportunidades en negocios internacionales*. Obtenido de <https://2012books.lardbucket.org/books/challenges-and-opportunities-in-international-business/s01-about-the-authors.html>
- Carvajal, L. (2017). *Metodología de la Investigación*.
- Castillo, Y. (14 de Julio de 2017). Obtenido de La comercialización de pitahaya desde Pichincha: <https://es.scribd.com/document/314523931/084-La-Comercializacion-de-Pitahaya-Desde-Pichincha-Ecuador>
- Comisión Europea de Comercio. (2022). *Comercio de plantas y productos vegetales de países no pertenecientes a la UE*. Obtenido de <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/content/welcome-access2markets-trade-helpdesk-users>

- Constitución de la República del Ecuador. (20 de Octubre de 2008). Obtenido de <https://www.cosede.gob.ec/wp-content/uploads/2019/08/CONSTITUCION-DE-LA-REPUBLICA-DEL-ECUADOR.pdf>
- COPCI. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito. Recuperado el 4 de Julio de 2021, de https://lexis.ueb.edu.ec/Webtools/LexisFinder/DocumentVisualizer/FullDocumentVisualizerPDF.aspx?id=MERCANTI-CODIGO_ORGANICO_DE_LA_PRODUCCION_COMERCIO_E_INVERSIONES_COPCI
- Durán Lima, J., & Alvarez, M. (2018). *Indicadores de comercio exterior y política comercial: mediciones de posición y dinamismo comercial*. Obtenido de CEPAL: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3690/S2008794_es.pdf
- Economipedia. (2019). *Definiciones*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/consumo.html>
- Ekelund, R., & Hébert, R. (2016). *Historia de la teoría económica y de su método*.
- Enciclopedia Británica. (2020). *Unión Europea*. Obtenido de <https://www.britannica.com/topic/European-Union>
- FAO. (2022). *STANDARD FOR PITAHAYAS*. Obtenido de CODEX ALIMENTARIUS : https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/sh-proxy/en/?lnk=1&url=https%253A%252F%252Fworkspace.fao.org%252Fsites%252Fcodex%252Fstandards%252FCXS%2B237-2003%252FCXS_237e.pdf
- Feenstra, R. (2018). *Comercio Internacional*. Reverte.
- FMI. (2022). *Informe anual*. Obtenido de <https://www.imf.org/external/pubs/ft/ar/2022/downloads/imf-annual-report-2022-spanish.pdf>
- Galbraith, J. K. (2017). *Historia de la Economía*. Buenos Aires: Ariel.
- Galindo, M., & Ríos, V. (2015). *Exportaciones*. Obtenido de https://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201507_mexicoexports.pdf?m=1453513184
- Gálvez, N. (2018). *Historia del pensamiento económico*.
- Godoy, A., & Ulloa, M. (2017). *Bebidas Alcohólicas no Destiladas Indígenas de México. México: Facsimilar del código Borgia*.
- Gómez, S., & Roquet, J. (2018). *Metodología de la investigación. México: Red Tercer Milenio*.

- Hernández Sampieri, F. C. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw-Hill.
- Huachi, L., Yugsi, E., Paredes, M., Coronel, D., Verdugo, K., & Coba, P. (2015). Desarrollo de la Pitahaya (Cereus SP.) En Ecuador. *La granja*, 22(2), 50 - 58. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4760/476047267005.pdf>
- KRUGMAN, P. (2017). El internacionalismo " moderno". La economía internacional y las mentiras de la competitividad, Barcelona: Crítica, 176 pp. Apuntes: Revista de Ciencias Sociales, (47), 211-215.
- Krugman, P., & Obstfeld, M. (2006). *Economía Internacional. Teoría y política*. Madrid: Pearson Educación. Obtenido de <http://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/Krugman-y-Obstfeld-2006-Economia-Internacional.pdf>
- Landreth, H. (2019). *Historia del pensamiento economico*. Madrid: McGraw-Hill. Obtenido de <https://fhucmacro.files.wordpress.com/2017/08/colander-2002-historia-del-pensamiento-economico.pdf>
- Madrugá Sanz, B. (2017). *Historia del Pensamiento Económico*.
- MAG. (2021). *Boletín Situacional, Cultivo de Pitahaya*. Obtenido de http://sipa.agricultura.gob.ec/boletines/situacionales/2021/boletin_situacional_pitahaya_2021.pdf
- MAGAP . (2016). *MAGAP apoya al cultivo de la pitahaya*. Obtenido de <http://www.agricultura.gob.ec/magap-apoya-al-cultivo-de-la-pitahaya/>
- Medina, J., & Kondo, T. (2017). Listado taxonómico de organismos que afectan la pitaya amarilla, *Selenicereus megalanthus* (K. Schum. ex Vaupel) Moran (Cactaceae) en Colombia. *Corpoica*, 13(1), 41 - 46. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4499/449945032005.pdf>
- Mera, L. (2016). *Determinantes de las exportaciones de productos industriales del Ecuador* . Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/12430/Disertaci%C3%B3n%20Mera%20Z%20Luis%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- OCDE. (2022). *Perspectivas económicas para Alemania*. Obtenido de <https://www.oecd.org/economy/surveys/germany-2020-OECD-economic-survey-overview.pdf>
- Pineda, D. (2016). Startup y Spinoff: definiciones, diferencias y potencialidades en el marco de la economía del comportamiento. *Contexto*, 5, , 141-152. Obtenido de <https://revistas.ugca.edu.co/index.php/contexto/article/download/657/961>

Prado, M., & Vanel, G. (2020). Una Inserción Particular en el Comercio Agrícola Mundial: El Caso de la Rosa Ecuatoriana. . *Latin American Journal of Trade Policy*, 3(8), 49-66.

Obtenido de

<https://revistahistoriaindigena.uchile.cl/index.php/LAJTP/article/download/59361/64173>

Roncaglia, A. (2016). *La riqueza de las ideas: una historia del pensamiento económico*. Prensas Universitarias de Zaragoza.

Salvador, B. A. (2016). *Una mirada científica a la frontera: California*.

SENAE. (2019). *Glosario de Términos Aduaneros ALADI*. Obtenido de

<https://www.aduana.gob.ec/>

Apéndices

Apéndice 1 Datos de la Encuesta

Género

	Encuestados	Porcentaje
Masculino	55	21%
Femenino	15	79%
Total	70	100%

Tomado de encuesta realizada. Elaboración propia

Edad

Edad	Encuestados	Porcentaje
20 a 30 años	3	4%
31 a 40 años	8	12%
Más de 41 años	59	84%
Total	70	100%

Tomado de encuesta realizada. Elaboración propia

16 Actividad a la que se dedica

	Encuestados	Porcentaje
Cultivo de Pitahaya	20	29%
Cultivo de Pitahaya y otros cultivos	28	40%
Cultivo de Pitahaya y otras actividades no agrícolas	22	31%
Total	70	100%

Tomado de encuesta realizada. Elaboración propia

Tiempo de experiencia tiene en la producción de pitahaya

Experiencia	Encuestados	Porcentaje
Menos de 2 años	4	6%
Entre 2 y 5 años	12	17%
Más de 5 años	54	77%
Total	70	100%

Tomado de encuesta realizada. Elaboración propia

Tenencia de la tierra.

Tenencia	Encuestados	Porcentaje
Propio	40	57%
Alquilado	7	10%
Mixto	23	33%
Total	70	100%

Tomado de encuesta realizada. Elaboración propia

Número de hectáreas.

Hectáreas	Encuestados	Porcentaje
Menos de 10 hectáreas	38	54%
Entre 11 y 20 hectáreas	24	34%
Más de 20 hectáreas	8	12%
Total	70	100%

Tomado de encuesta realizada. Elaboración propia

Variedad.

Variedad	Encuestados	Porcentaje
Amarilla	48	69%
Roja	8	11%
Ambas	14	20%
Total	70	100%

Tomado de encuesta realizada. Elaboración propia

Medida.

Medida	Encuestados	Porcentaje
Caja de 2,5Kg netos	70	100%
Total	70	100%

Tomado de encuesta realizada. Elaboración propia

Medida.

Medida	Encuestados	Porcentaje
8,50\$	70	100%
Total	70	100%

Tomado de encuesta realizada. Elaboración propia

Centro de acopio.

Centro de acopio	Encuestados	Porcentaje
Si	70	100%
No	0	0%
Total	70	100%

Tomado de encuesta realizada. Elaboración propia

Exportación

Centro de acopio	Encuestados	Porcentaje
Si	63	90%
No	7	10%
Total	70	100%

Tomado de encuesta realizada. Elaboración propia

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Troya Ronquillo Homayra Solange, con C.C: # 1207707660 autor(a) del trabajo de titulación: Proyecto de factibilidad de exportación de la pulpa de pitahaya para Hamburgo – Alemania previo a la obtención del grado de **MAGÍSTER EN NEGOCIOS INTERNACIONALES** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 27 de junio de 2024



Nombre: Troya Ronquillo Homayra Solange

C.C: 1207707660



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN			
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Proyecto de factibilidad de exportación de la pulpa de pitahaya para Hamburgo – Alemania		
AUTORA	Homayra Solange Troya Ronquillo		
REVISORES/TUTORA	Econ. Uriel Castillo Nazareno, PhD.; Econ. Juan Gabriel López Vera, Mgs. / Ing. María Josefina Alcívar Avilés, PhD.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Sistema de Posgrado		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Maestría en Negocios Internacionales		
GRADO OBTENIDO:	Magíster en Negocios Internacionales		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	27-06-2024	No. DE PÁGINAS:	64
ÁREAS TEMÁTICAS:	Negocios Internacionales - Exportaciones		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Pitahaya, Exportaciones no tradicionales, factibilidad, barreras de entrada, rentabilidad financiera, mercado alemán.		
RESUMEN/ABSTRACT	<p>El presente trabajo de investigación estará encaminado a proporcionar un mecanismo para impulsar la comercialización internacional de la pitahaya al mercado de Hamburgo-Alemania. Los términos sobre los cuáles se pretendería realizar las negociaciones se encontrarán bajo el principio del comercio justo. Para lo cual se desarrollará una planificación que permita que el proyecto sea rentable. La Pitahaya, es una fruta de exportación de muy buena calidad, además de ser un producto no tradicional, cuya demanda y margen de ganancia pueden llegar a satisfacer el pago de los pequeños y medianos productores. El método de investigación que se aplicó fue el inductivo. Se realizó una encuesta entre los miembros de la Asociación de Productores de Pitahaya del Cantón Palora, con la finalidad de obtener datos de primera fuente para conocer si estuviesen de acuerdo con procesar su materia prima actualmente vendida como fruta y darle un valor agregado como culpa de pitahaya con la finalidad de ser exportada Alemania, con lo cual se comprobó que la mayoría estaría de acuerdo con dicho proyecto. Se realizó el análisis financiero concluyendo que el proyecto es económicamente rentable.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-XXX	E-mail: homayratroya@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: María Teresa Alcívar Avilés		
	Teléfono: +593-4-3804600		
	E-mail: teresa.alcivar@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			