

**Análisis de la cadena de distribución que determinan la
variación de precios de la pitahaya en Ecuador y su efecto en la
competitividad internacional**

**Analysis of the distribution chain that determines the price
variation of pitahaya in Ecuador and its effect on international
competitiveness**

Irma Ubaldina Mogollón-Alvarado¹
Instituto Superior Universitario EuroAmericano
imogollon@euroamericano.edu.ec

Layla Yasmina Viteri-Rade²
Instituto Superior Universitario EuroAmericano
lviteri@euroamericano.edu.ec

doi.org/10.33386/593dp.2025.3.3223

V10-N3 (jun) 2025, 946-966 | Recibido: 15 de abril del 2025 - Aceptado: 05 de mayo del 2025 (2 ronda rev.)

1 ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7281-2663>. Licenciada en Ciencias de la Educación en Mercadotecnia y Publicidad, con un postgrado en Marketing Digital y Social Media.

2 ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6372-3009>. Docente en el Instituto Tecnológico Superior Universitario EuroAmericano de Guayaquil y en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Mogollón-Alvarado, I., & Viteri-Rade, L., (2025). Análisis de la cadena de distribución que determinan la variación de precios de la pitahaya en Ecuador y su efecto en la competitividad internacional. 593 Digital Publisher CEIT, 10(3),946-966, <https://doi.org/10.33386/593dp.2025.3.3223>.

Descargar para Mendeley y Zotero

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo analizar la cadena de distribución de la pitahaya en Ecuador y su impacto en la variación de precios y la competitividad internacional del producto. Se aplicó una metodología mixta, con enfoque exploratorio-descriptivo, que permitió identificar que, a pesar del notable crecimiento en las exportaciones que superaron los 172 millones de dólares en 2023, existen factores estructurales que limitan su posicionamiento en el mercado global. Entre los hallazgos más relevantes se encuentran la influencia de la demanda internacional, los altos costos logísticos y la especulación generada por los intermediarios como elementos que afectan directamente la estabilidad del precio. Además, se constató que el canal más utilizado es la venta a mayoristas, lo que, si bien facilita la comercialización, también incrementa la variabilidad de precios. La percepción sobre la competitividad internacional está dividida: un 30,2% la considera alta y un 30,45% media, evidenciando la necesidad de fortalecer estrategias comerciales. Finalmente, se concluye que es fundamental diversificar los mercados de destino, reducir los costos logísticos y promover políticas públicas orientadas a mejorar la eficiencia de la cadena de distribución. De esta manera, se podrá estabilizar el precio y potenciar la competitividad de la pitahaya ecuatoriana en el ámbito internacional.

Palabras claves: Pitahaya; competitividad; cadena de distribución; precios; logística.

ABSTRACT

The objective of this study was to analyze the distribution chain of pitahaya in Ecuador and its impact on price variation and the international competitiveness of the product. A mixed methodology with an exploratory-descriptive approach was applied, which allowed the identification of structural factors that limit its positioning in the global market, despite the notable growth in exports that exceeded 172 million dollars in 2023. Among the most relevant findings are the influence of international demand, high logistical costs, and speculation generated by intermediaries as key elements that directly affect price stability. In addition, it was found that the most commonly used channel is wholesale selling, which, while facilitating commercialization, also increases price variability. Perceptions of international competitiveness are divided: 30.2% consider it high, while 30.45% view it as medium, highlighting the need to strengthen commercial strategies. Finally, it is concluded that it is essential to diversify destination markets, reduce logistical costs, and promote public policies aimed at improving the efficiency of the distribution chain. In doing so, price stability and the international competitiveness of Ecuadorian pitahaya can be enhanced.

Keywords: Pitahaya; competitiveness; distribution chain; prices; logistics.

Introducción

Ecuador es reconocido como una potencia agrícola gracias a la diversidad y calidad de sus productos, los cuales tienen una gran demanda en mercados internacionales. Frutas como el banano, cacao, brócoli y flores se destacan por sus características excepcionales. En este contexto, la pitahaya se suma a la lista de cultivos con gran potencial de exportación. Su creciente presencia en el comercio exterior resalta la necesidad de analizar los factores que influyen en su cadena de distribución, ya que estos afectan directamente los precios y su competitividad frente a otros productos agrícolas del país.

Desde un enfoque económico, las exportaciones son clave para el desarrollo de los países, impulsando la producción, generando ingresos y fortaleciendo las relaciones comerciales internacionales. Según Montes (2024), exportar dinamiza la economía y es un indicador importante dentro de la contabilidad nacional. En Ecuador, productos como el banano, cacao y la pitahaya se han posicionado gracias a su alta calidad y la demanda en el exterior.

Para lograr una exportación exitosa, es necesario comprender los aspectos básicos del proceso. Fisgativa (2021) establece que el proceso exportador consta de tres fases: comercialización, logística y financiamiento. La comercialización implica identificar oportunidades en mercados internacionales, establecer relaciones con compradores y garantizar que el producto cumpla con los estándares internacionales. La fase logística abarca el transporte, almacenamiento, embalaje y la documentación necesaria, mientras que el financiamiento cubre los costos desde la producción hasta la entrega.

Dentro de este proceso, la logística juega un papel central dentro de la cadena de distribución. Como señala Apugllón (2023), un plan logístico bien estructurado permite coordinar y optimizar cada etapa de la cadena de suministro, desde la obtención de insumos hasta la entrega final del producto. Esto no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también incide

directamente en la reducción de costos, la mejora de tiempos de respuesta y el cumplimiento de estándares de calidad.

Cáceres (2022) destaca que un sistema logístico eficiente no solo garantiza una distribución adecuada, sino que también contribuye a la satisfacción del cliente y al fortalecimiento de la competitividad empresarial. En línea con ello, Sepúlveda (2021) afirma que los objetivos principales de un plan logístico son asegurar procesos operativos fluidos, minimizar gastos innecesarios y garantizar la adquisición de recursos confiables y a precios justos.

En el caso específico de la pitahaya ecuatoriana, estos elementos se vuelven cruciales. Una cadena de distribución mal estructurada o con altos costos logísticos puede afectar significativamente la estabilidad de precios y, por ende, su competitividad en el mercado internacional. Por lo tanto, comprender y mejorar estos aspectos resulta esencial para consolidar la presencia de la pitahaya ecuatoriana en el comercio global.

Siguiendo el planteamiento de Select Business School (2022), una vez realizados los pasos previos, la dirección de operaciones debe desarrollar el plan estratégico logístico, teniendo en cuenta las características de la empresa, los productos o servicios que ofrece y los siguientes tres pasos claves.

A pesar del notable potencial exportador de la pitahaya ecuatoriana, existen desafíos significativos relacionados con la cadena de distribución y los costos logísticos. La falta de planificación estratégica en estos aspectos ha generado una variación constante en los precios, lo que afecta directamente su competitividad internacional. Esta situación representa una barrera crítica para los pequeños y medianos productores que aspiran a posicionar su producto en mercados internacionales de manera sostenible.

La pitahaya o fruta del dragón ha emergido como un producto agrícola con un notable potencial de exportación para Ecuador,

gracias a la creciente demanda en mercados internacionales. No obstante, este auge está acompañado de serias dificultades para los productores, quienes enfrentan una inestabilidad en los precios a lo largo de toda la cadena de distribución, lo que genera una falta de rentabilidad y sostenibilidad económica. A pesar de ser los principales actores en la producción, los agricultores se sienten desfavorecidos, ya que consideran que son los que menos ganan en la cadena, con dificultades para recuperar las inversiones realizadas.

Esta fluctuación en los precios no es producto de un solo factor, sino de una combinación de variables, entre las que destacan los costos de producción fluctuantes, las ineficiencias logísticas, los problemas relacionados con la calidad del producto y las regulaciones sanitarias que complican el acceso a mercados globales. La falta de un análisis integral que permita identificar y entender estos factores limita la capacidad de los productores para establecer precios competitivos y, en consecuencia, dificulta su posicionamiento en un mercado internacional cada vez más exigente.

Adicionalmente, la ausencia de estrategias eficientes para optimizar la cadena de distribución y el manejo de costos y precios genera pérdidas económicas y oportunidades desaprovechadas en mercados emergentes, lo que compromete el futuro de esta agroindustria en Ecuador. En este contexto, es urgente abordar la problemática de la variabilidad de los precios de la pitahaya y el impacto que esto tiene sobre la competitividad de los productores ecuatorianos en el mercado global.

La falta de comprensión y control sobre el proceso logístico y comercial, desde la producción hasta la exportación, revela brechas significativas que impiden maximizar el potencial del sector. Por lo tanto, es esencial investigar los factores que inciden en esta problemática y desarrollar soluciones prácticas y efectivas para mejorar la rentabilidad de los productores y fomentar un desarrollo sostenible y competitivo en el sector agrícola ecuatoriano.

Con base en lo anterior, se plantea el siguiente interrogante: ¿Cuáles son los factores dentro de la cadena de distribución que determinan la variación de precios de la pitahaya en Ecuador y cómo impactan en su competitividad en mercados internacionales? En este sentido, el objetivo general es analizar los factores que afectan la variación de precios de la pitahaya en Ecuador dentro de la cadena de distribución y evaluar su impacto en la competitividad del producto en mercados internacionales. Es decir, los objetivos específicos que guiarán esta investigación son: identificar los factores económicos y logísticos que inciden en la variación de precios de la pitahaya a lo largo de la cadena de distribución en Ecuador; evaluar el impacto de las condiciones del mercado internacional en el precio de exportación de la pitahaya ecuatoriana; y desarrollar estrategias orientadas a mejorar la competitividad internacional de la pitahaya ecuatoriana, basadas en el análisis de precios y los factores identificados. productores y fomentar un desarrollo sostenible y competitivo en el sector agrícola ecuatoriano.

Este estudio tiene como objetivo analizar la cadena de distribución de la pitahaya en Ecuador y su impacto en la variación de precios y en la competitividad internacional del producto. Para ello, se abordarán los diversos elementos que componen dicha cadena, con especial énfasis en los factores logísticos y económicos que inciden en la formación de precios a lo largo del proceso de comercialización. Asimismo, se identificarán las principales barreras que enfrentan las pequeñas y medianas empresas agrícolas quienes son claves en la producción de esta fruta y cómo estas dificultades afectan su capacidad para optimizar costos, mejorar procesos y acceder a los mercados internacionales. productores y fomentar un desarrollo sostenible y competitivo en el sector agrícola ecuatoriano.

Además, se explorarán soluciones para mejorar la eficiencia en la cadena de distribución, reduciendo los costos asociados al transporte, almacenamiento y procesos aduaneros. El estudio también evaluará las oportunidades de mejora en la infraestructura logística, proponiendo estrategias que permitan

a los productores ecuatorianos competir más efectivamente en mercados internacionales y asegurar un precio más estable y competitivo para la pitahaya. Con esto, se pretende ofrecer recomendaciones prácticas que puedan ser adoptadas por los productores y autoridades del sector, contribuyendo al crecimiento y sostenibilidad de la industria.

Figura 1

Objetivos del plan logístico

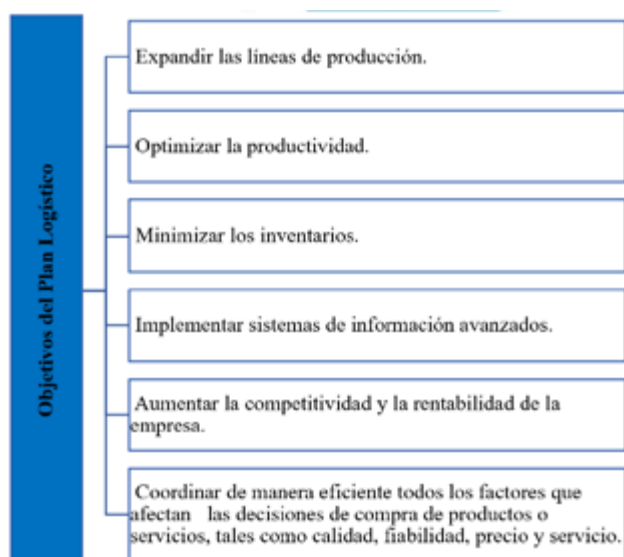


Nota. Datos obtenidos de Sepúlveda (2021).

Como dice Aliernet (2023), el plan logístico es primordial para las empresas, ya que define cómo se llevarán a cabo las actividades operativas, permitiendo estandarizar procesos y reducir la improvisación. Esta planificación no solo ahorra tiempo y disminuye desperdicios, sino que también minimiza el riesgo de incumplimientos en las entregas.

Figura 2

Ventajas del plan logístico



Nota. Datos obtenidos de Aliernet (2023).

En este sentido, Aliernet (2023) enfatiza que la implementación de un plan logístico constituye una herramienta estratégica fundamental para optimizar el desempeño organizacional y potenciar la competitividad. Por ello, destaca la importancia de analizar sus principales beneficios, entre los cuales se encuentran:

Optimiza los inventarios

Permite anticiparse a la demanda, ajustando la producción de forma precisa y evitando el exceso de productos almacenados. Esto contribuye a una gestión más eficiente del inventario, reduce el desperdicio de recursos y disminuye los costos de almacenamiento.

Mejora la productividad

Un plan logístico bien estructurado proporciona lineamientos claros que facilitan la coordinación entre los equipos de trabajo. Al establecer procedimientos definidos y tiempos adecuados, se agilizan las tareas y se mejora la calidad de los procesos.

Coordinación de las actividades logísticas

Actúa como eje integrador de la cadena de suministro, permitiendo gestionar desde un punto centralizado cada fase del proceso. Esto mejora la trazabilidad de los productos, agiliza la gestión de devoluciones y asegura el cumplimiento eficiente de cada operación.

Desarrollo de sistemas de información

La planificación logística genera datos relevantes que sirven para monitorear y analizar el rendimiento de las operaciones. Esta información facilita la toma de decisiones informadas y permite realizar mejoras continuas adaptadas a las exigencias del mercado.

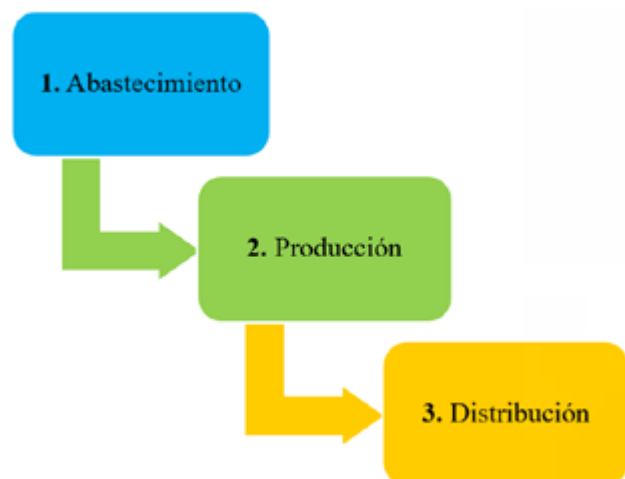
Aumenta la rentabilidad de la empresa

La rentabilidad de la empresa mejora directamente gracias al plan logístico, que optimiza inventarios, aumenta la productividad,

mejora la coordinación y favorece el desarrollo de sistemas de información.

Figura 3

Pasos claves para desarrollar el plan estratégico logístico



Nota. Datos obtenidos de Select Business School (2022).

En el complejo camino hacia la internacionalización de productos como la pitahaya ecuatoriana, uno de los factores clave a considerar es el conjunto de costos de exportación, los cuales representan un desafío para pequeños y medianos productores. Tal como lo plantea Vásquez (2021), estos costos engloban los gastos necesarios para llevar un producto desde su origen hasta el mercado internacional, y varían según el tipo de acuerdo comercial y las condiciones pactadas entre las partes.

Desde un enfoque integral, Barrios (2021) señala que múltiples elementos inciden directamente en estos costos. Entre ellos destacan los gastos aduaneros, aranceles, tarifas logísticas, variaciones del tipo de cambio y riesgos comerciales como el impago o la inestabilidad en los mercados de destino. Además, factores como el precio de la competencia internacional, el cumplimiento de normativas y estándares, y ciertos estímulos fiscales influyen considerablemente en la estructura económica del proceso exportador.

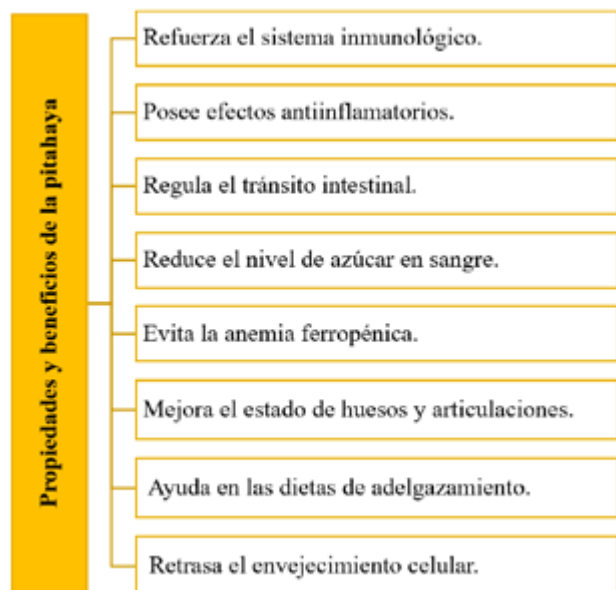
La pitahaya, conocida como la “fruta del dragón”, no solo deslumbra por su exótica

apariencia, sino también por la historia y riqueza cultural. Originaria de tierras cálidas de Centro y Sudamérica, esta fruta fue descubierta en su estado silvestre por los conquistadores españoles, quienes la bautizaron “pitahaya” por su piel escamosa. Con el tiempo, esta joya tropical ha cruzado fronteras y ganado protagonismo en mercados internacionales, cultivándose en países como México, Colombia, Perú, Bolivia, Ecuador y varias islas del Caribe, donde se aprovechan tanto métodos tradicionales como adaptaciones modernas a distintos climas (Tayupanda, 2024). Su capacidad de adaptación, valor nutricional y atractivo visual la han convertido en una de las frutas más demandadas en la escena global de productos exóticos.

Existen principalmente dos tipos de pitahaya comestible: la roja y la amarilla. La primera, representada por especies como *Hylocereus undatus*, *Hylocereus polyrhizus* y *Hylocereus guatemalensis*, es reconocida por su sabor dulce y carne jugosa; mientras que la segunda, *Selenicereus megalanthus*, menos conocida pero altamente apreciada, destaca por su textura suave y sabor más intenso (Mateos, 2021). Más allá de su belleza, la pitahaya posee propiedades digestivas que la convierten en una excelente aliada para la salud intestinal. Desde el punto de vista botánico, esta planta exótica cuenta con una raíz superficial que absorbe nutrientes, un tallo verde y succulento dividido en aristas que almacena agua y produce flores, y unas flores nocturnas hermafroditas que, una vez polinizadas, dan origen a un fruto ovalado de colores vibrantes y repleto de semillas negras (Mejía, 2022). Esta combinación de estética, sabor, resiliencia y beneficios funcionales la convierte en un verdadero tesoro agrícola por descubrir y potenciar.

Figura 4

Propiedades y beneficios de la pitahaya



Nota. Datos obtenidos de Cardoso (2024).

Asimismo, el autor previamente citado Cardoso (2024), nos invita a explorar en detalle cada una de las propiedades y beneficios que hacen de la pitahaya una fruta no solo deliciosa, sino también valiosa para la salud y la nutrición diaria.

Refuerza el sistema inmunológico:

Estimula la producción de glóbulos blancos, rojos y plaquetas, fortaleciendo las defensas del organismo contra enfermedades.

Posee efectos antiinflamatorios: Sus semillas son ricas en ácidos grasos esenciales, especialmente Omega 3, que ayudan a reducir la inflamación.

Regula el tránsito intestinal. - Gracias a su contenido en fibra, actúa como un laxante natural, promoviendo una digestión saludable.

Reduce el nivel de azúcar en sangre.
- Ayuda a absorber derivados de la glucosa, evitando que esta llegue en exceso al rente sanguíneo.

Evita la anemia ferropénica. - Sus compuestos favorecen la absorción de hierro, contribuyendo a prevenir deficiencias de este mineral.

Mejora el estado de huesos y articulaciones. - Al contener vitamina C, estimula la producción de colágeno, esencial para mantener huesos y articulaciones fuertes.

Ayuda en las dietas de adelgazamiento.
- Es una fruta baja en carbohidratos y rica en agua, lo que la convierte en un alimento ideal para quienes buscan perder peso.

Retrasa el envejecimiento celular. - Sus antioxidantes combaten los radicales libres, ayudando a mantener la piel joven y saludable.

Los principales países productores de pitahaya a nivel mundial son Israel, México, Vietnam y Nicaragua. En América, los principales productores de pitahaya amarilla son Colombia, Guatemala y Ecuador. Aunque el mercado global de pitahaya es altamente competitivo, Ecuador tiene una ventaja particular, ya que la pitahaya es una planta endémica de la región. Además, la variedad amarilla se destaca por su sabor dulce y agradable, lo que la hace aún más apreciada en el mercado. Otros países destacados en la producción de pitahaya incluyen Tailandia, Costa Rica y Perú, quienes también están incrementando su producción y exportación para satisfacer la demanda internacional (Haro, 2021).

Método

Diseño de investigación

La investigación tiene un enfoque mixto, que combina orientaciones cuantitativos y cualitativos, lo cual permitirá obtener una comprensión integral del fenómeno estudiado, al combinar datos numéricos con percepciones y experiencias de los actores clave en la cadena de distribución.

Nivel de investigación

La investigación es exploratoria-descriptiva. Se aborda un tema poco estudiado en Ecuador y refiere la cadena de distribución e identifica variables, como los precios, afectan la competitividad.

Población y muestra

Población

La población en la cual se basa el presente análisis, está conformada por los actores en el desarrollo de la agroexportación de la pitahaya en Ecuador el cual se describe a continuación según Agrocalidad (2025):

2.276 productores, 602 acopiadores, 635 comercializadores directos y 563 exportadores.

Muestra

Considerando la población compuesta por algunos actores dentro de la cadena de distribución de la pitahaya, se aplica la fórmula de la muestra aleatoria estratificada de tipo probabilístico para una población finita.

Partimos de la fórmula de Cochran para poblaciones finitas:

$$n = \frac{NZ^2p(1-p)}{e^2(N-1) + Z^2p(1-p)}$$

Aplicando la fórmula, la muestra es de: 351 encuestas, distribuida en: 196 productores, 52 acopiadores, 55 comercializadores y 48 exportadores.

Instrumentos de Recolección de Datos

Encuesta

Uno de los instrumentos de recopilación de datos aplicables es la encuesta, la misma que consta de 10 preguntas dirigida a un número de 351, actores dentro de la cadena de distribución de la pitahaya.

La encuesta es una técnica de investigación que se utiliza para recopilar información de un gran número de personas. Se trata de una herramienta versátil y accesible que permite a los investigadores obtener información sobre comportamientos, actitudes, opiniones y demografía de una población objetivo (Medina et al., 2023)

Entrevista

La entrevista es otro de los instrumentos de recolección de datos aplicado a 5 expertos dentro de la producción de pitahaya en el país. La entrevista “se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados)” (Hernández et al., 2014)

Resultados y discusión

Análisis Descriptivo datos de la encuesta

Para el análisis de datos de la encuesta, se utilizó el programa SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).

La muestra alcanzada, estuvo compuesta mayoritariamente por productores (62,68%), seguidos de exportadores (14,81%), comercializadores (13,39%) y acopiadores (9,12%) según la tabla # 1. Aunque difiere de la muestra estratificada propuesta, el acceso a los contactos oficiales fue limitado por datos desactualizados. Se recurrió a listas proporcionadas por Agrocalidad, ProEcuador y referencias de encuestados, logrando nuevos contactos que garantizaron la representatividad de la muestra.

Tabla 1

Tabla de frecuencia de Rol en la Cadena de Distribución

	ÍTEMS	N	%
	Productor	220	62,68%
	Acopiador	32	9,12%
	Comercializador	47	13,39%
	Exportador	52	14,81%
	TOTAL	351	100%

La provincia con mayor alcance en el presente estudio fue la provincia de Manabí con el 35,0%, seguido por el 34,8% de Guayas según se muestra en la tabla # 2. Aunque la gran mayoría de productores calificados la ocupa la provincia de Morona Santiago se pudo alcanzar un 8,8% de los encuestados.

Tabla 2

Tabla de Frecuencia de la Ubicación Geográfica

ÍTEMS	N	%
Bolívar	15	4,3%
El Oro	30	8,5%
Guayas	122	34,8%
Imbabura	15	4,3%
Manabí	123	35,0%
Morona Santiago	31	8,8%
Pichincha	15	4,3%
TOTAL	351	100%

El cruce de respuestas múltiples entre las variables de Rol de cadena de distribución y ubicación geográfica, determinan que la mayor parte de productores analizados se encuentran en las provincias de Manabí y Guayas, tal y como se muestra en la tabla # 3. Pichincha presenta una distribución más equilibrada. Mientras que en Bolívar, El Oro e Imbabura muestra la menor presencia de actores, lo que podría indicar diferencias en el desarrollo de la cadena de distribución en estas áreas.

Tabla 3

Tabla cruzada entre el Rol en la Cadena de Distribución y Ubicación Geográfica

ÍTEMS	Bolívar	El Oro	Guayas	Imbabura	Manabí	Morona Santiago	Pichincha	Total
Productor	10	20	63	10	86	21	10	220
	2,85%	5,7%	17,95%	2,85%	24,5%	5,98%	2,85%	62,68%
Acopiador	0	0	0	0	17	0	15	32
	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,84%	0,0%	4,27%	9,12%
Comercializador	0	0	30	0	17	0	0	47
	0,0%	0,0%	8,55%	0,0%	4,84%	0,0%	0,0%	13,39%
Exportador	0	0	26	0	11	0	15	52
	0,0%	0,0%	7,41%	0,0%	3,13%	0,0%	4,27%	14,81%
	2,85%	5,7%	33,91%	2,85%	37,31%	5,98%	11,39%	100,0%

Se pudo evidenciar que el 43,87% de los encuestados tiene entre 5 a 10 años de experiencia en el sector, así también se pudo identificar actores con pocos años de experiencia de entre 3 a 5 años con el 30,48% según se muestran en la tabla # 4.

Tabla 4

Años de Experiencia en el Sector

ÍTEMS	N	%
1 a 3 años	30	8,5%
3 a 5 años	107	30,5%
5 a 10 años	154	43,9%
Más de 10 años	60	17,1%
TOTAL	351	100%

De acuerdo a los resultados según como se muestra en la tabla # 5, plagas y enfermedades (41,4%) y el clima (34,6%) son los principales factores que afectan la producción. Ambos indican directamente en la calidad, ya que la pitahaya debe cumplir con normas internacionales y estar libre de defectos.

Tabla 5
Factores que afectan su producción

ÍTEMS	N	%
Clima	153	34,6%
Plagas y enfermedades	183	41,4%
Acceso a la tecnología	15	3,4%
Capacitación técnica	45	10,2%
Fluctuación de precios	31	7,0%
Precios puestos por intermediarios	15	3,4%
TOTAL	351	100%

Una de las variables más valiosas del presente estudio es justamente el precio de la fruta. Los encuestados indicaron en un 47,6% que fijan sus precios según lo determina el mercado local. El 34,76% sostiene que lo hacen a razón de precios internacionales como se muestra en la tabla #6.

Tabla 6
Determinación del Precio de venta en la pitahaya

ÍTEMS	N	%
Costos de producción	31	8,8%
Precios del mercado local	167	47,6%
Precios internacionales	122	34,8%
Según lo fijado por los acopiadores	15	4,3%
Oferta y demanda	16	4,6%
TOTAL	351	100%

La mayoría vende a mayoristas (55,2%), mientras que solo el 20,7% exporta directamente y el 20,5% vende al consumidor final, según la tabla # 7. Se evidencia entonces, dominio de intermediarios y limitaciones para acceder a mercados internacionales, como altos costos o falta de certificaciones.

Tabla 7
Canales de Distribución a utilizar

ÍTEMS	N	%
Venta directa a consumidores	91	20,5%
Venta a mayoristas	245	55,2%
Exportación directa	92	20,7%
Acopiadores	16	3,6%
TOTAL	444	100%

El 43% muestra su nivel de satisfacción con la cadena de distribución neutral, mientras que el 21,9% indica estar satisfecho y el 17,66% muy insatisfecho tal, ver tabla # 8. El alto porcentaje de neutralidad indica que la mayoría de actores no tienen una opinión clara o decisiva sobre el desempeño de la cadena de distribución. Aunque la cadena de distribución tiene deficiencias, los actores ya están acostumbrados o no lo consideran como un problema crítico.

Tabla 8
Satisfacción con la cadena de distribución

ÍTEMS	N	%
Muy satisfecho	31	8,8%
Satisfecho	30	8,5%
Neutral	151	43,0%
Insatisfecho	77	21,9%
Muy insatisfecho	62	17,7%
TOTAL	351	100%

Según la tabla # 9, la principal causa de variación de precios es la demanda internacional (37,3%), seguida de problemas logísticos (20,8%) e ineficiencias en transporte y aduanas. La competencia de países como Perú o Vietnam (16,3%) y el alza en costos de producción (11,5%) también afectan la rentabilidad.

Tabla 9
Causas de la variación de precios

ÍTEMS	N	%
Cambios en la demanda internacional	244	37,3%
Competencia con otros países productores	107	16,3%
Cambios en costos de producción	75	11,5%
Problemas logísticos	136	20,8%
Especulación de exportadores e intermediarios	17	2,6%
Sobreproducción	30	4,6%
Exportación desleal	16	2,4%
La falta de fijación de un precio técnico	15	2,3%
Oferta nacional	15	2,3%
TOTAL	665	100%

En la tabla # 10, los productores atribuyen la variación de precios a la demanda internacional (60,7%), logística (38,7%) y competencia externa (25,9%). Acopiadores y comercializadores culpan la especulación de intermediarios (4,8%). Los exportadores mencionan demanda (8,8%) y logística (4,8%). Los exportadores mencionan demanda (8,8%) y logística (8,5%). Los productores dependen de terceros, mientras exportadores tienen más control, aunque sigue afectados por el mercado y la logística.

Tabla 10
*Tabla cruzada de Causas de la Variación de Precios * Rol en la Cadena de Distribución*

ÍTEMS		Productor	Acopiador	Comercializador	Exportador	Total
Cambios en la Demanda Internacional		213	15	15	31	244
	% del total	60,7%	4,3%	4,3%	8,8%	69,5%
Competencia con otros países productores		91	0	0	16	107
	% del total	25,9%	0,0%	0,0%	4,6%	30,5%
Cambios en los costos de producción		60	0	15	0	75
	% del total	17,1%	0,0%	4,3%	0,0%	21,4%
Problemas logísticos		136	15	15	30	136
	% del total	38,7%	4,3%	4,3%	8,5%	38,7%
Especulación de exportadores e intermediarios		17	17	17	17	17
	% del total	4,8%	4,8%	4,8%	4,8%	4,8%
Sobreproducción		30	0	14	14	30
	% del total	8,5%	0,0%	4,0%	4,0%	8,5%
Exportación desleal		16	0	0	0	16
	% del total	4,6%	0,0%	0,0%	0,0%	4,6%
Falta de fijación de precio técnico		15	0	0	0	15
	% del total	4,3%	0,0%	0,0%	0,0%	4,3%
Oferta nacional		15	15	0	15	15
	% del total	4,3%	4,3%	0,0%	4,3%	4,3%
TOTAL % del total		320	32	47	63	351
	91,2%	9,1%	13,4%	17,9%	100,0%	

La tabla # 11 muestra que, en la venta a mayoristas, el 47,9% de la variación de precios se debe a la demanda internacional y el 30,2% a problemas logísticos. Esto hace a los productores dependientes más vulnerables. Los mayoristas ajustan precios según el mercado externo y no ofrecen estabilidad. En cambio, la venta directa a consumidores (21,7%) es menos afectada y ofrece mayor estabilidad de precios.

Tabla 11

Tabla cruzada de las causas de la variación de precios de la pitahaya frente a los canales de distribución.

ÍTEM	Cambios en la demanda internacional		Competencia con otros países productores		Cambios en costos de producción		Problemas logísticos		Especulación de exportadores e intermediarios		Sobreproducción		Exportación desleal		La falta de fijación de un precio técnico		Oferta nacional		TOTAL	Total
	% del total		% del total		% del total		% del total		% del total		% del total		% del total		% del total		% del total			
Venta directa a consumidores	76	21,7%	16	4,6%	30	8,5%	30	8,5%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	91	25,90%
Venta a mayoristas	168	47,9%	61	17,4%	60	17,1%	106	30,2%	17	4,8%	30	8,5%	16	4,6%	15	4,3%	0	0,0%	245	69,80%
Exportación directa	45	12,8%	30	8,5%	0	0,0%	45	12,8%	17	4,8%	14	4,0%	0	0,0%	0	0,0%	15	4,3%	92	26,20%
Acopiadores	16	4,6%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	16	4,6%	0	0,0%	0	0,0%	16	4,60%
	244	69,5%	107	30,5%	75	21,4%	136	38,7%	17	4,8%	30	8,5%	16	4,6%	15	4,3%	15	4,3%	351	100%

Según la tabla # 12, mejorar la competitividad requiere abrir nuevos mercados

(31,8%), impulsar el marketing internacional (24,7%) y reducir costos logísticos (19,2%). Esto apunta a diversificar destinos, promover la fruta y superar barreras comerciales.

Tabla 12

Medidas para mejorar la competitividad en mercados internacionales

ÍTEMS	N	%
Mejora en la calidad del producto	76	8,8%
Reducción de costos logísticos	166	19,2%
Acceso a nuevos mercados	275	31,8%
Capacitación para productores y comercializadores	120	13,9%
Promoción y marketing internacional	214	24,7%
Comercialización directa	15	1,7%
TOTAL	351	100%

La tabla # 13, muestra que los actores con más experiencia priorizan el acceso a nuevos mercados y reducción de costos logísticos. Los de 5 a 10 años destacan también el marketing. Los menos experimentados valoran más la capacitación y promoción.

Tabla 13

*Tabla cruzada de Medidas para Mejorar la Competitividad en el mercado internacional *
Años de experiencia*

ÍTEMS		1 a 3 años	3 a 5 años	5 a 10 años	Más de 10 años	Total
Mejorar la calidad del producto		15	15	31	15	76
	% del total	4,3%	4,3%	8,8%	4,3%	21,7%
Reducción de costos logísticos		15	31	60	60	166
	% del total	4,3%	8,8%	17,1%	17,1%	47,3%
Acceso a nuevos mercados		0	61	154	60	275
	% del total	0,0%	17,4%	43,9%	17,1%	78,3%
Capacitación para productores y comercializadores		15	45	45	15	120
	% del total	4,3%	12,8%	12,8%	4,3%	34,2%
Promoción y Marketing internacional		15	45	124	30	214
	% del total	4,3%	12,8%	35,3%	8,5%	61,0%
Comercialización Directa		0	0	15	0	15
	% del total	0,0%	0,0%	4,3%	0,0%	4,3%
TOTAL % del total		30	107	154	60	351
	8,5%	30,5%	43,9%	17,1%	100,0%	

La tabla # 14 presenta la última pregunta abierta de la encuesta, donde los participantes de la cadena de distribución aportaron comentarios y sugerencias para mejorar la competitividad de la pitahaya en Ecuador. Las respuestas se agruparon según patrones frecuentes para su análisis. EL 12,90% no ofreció comentarios, mientras que el 22,8% destacó la importancia de establecer precios justos. Además, el 9,9% sugirió eliminar intermediarios y el 9,5% propuso fortalecer las relaciones comerciales y fijar precios mínimos.

Tabla 14

Comentarios adicionales o sugerencias de mejoras en la cadena de distribución y competitividad de la pitahaya en Ecuador

ÍTEMS	N	%
No comenta	61	12,9%
Énfasis en precios justos	108	22,8%
Eliminar intermediarios	47	9,9%
Transparencia de precios	30	6,3%
Solicitud de ayuda gubernamental	30	6,3%
Regulación del mercado	32	6,8%
Apertura mercados internacionales	30	6,3%
Implementación tecnología	15	3,2%
Creación centros acopio	15	3,2%
Fortalecimiento relaciones comerciales	45	9,5%
Fijar precios mínimos	45	9,5%
Control producción	15	3,2%
TOTAL	473	100,0%

Análisis de entrevista

Se realizaron 5 entrevistas a actores en el campo de la producción, exportación y comercialización de la pitahaya en Ecuador.

La entrevista consta de 20 preguntas aglutinados en los siguientes temas:

Introducción al negocio y producción

Análisis de costos de producción y exportación

Logística de transporte y almacenamiento

Cadena de Valor y Eficiencia

Análisis de mercados internacionales

Transporte Internacional

Sostenibilidad del plan logístico

Factores de Competitividad

Tendencia de precios actuales

Entrevista 1: Rol: Gerente General de finca productora, comercializadora y exportadora

Entrevista 2: Rol: Gerente propietario de finca productora

Entrevista 3: Rol: Gerente de Producción y Comercialización

Entrevista 4: Rol: Productor y exportador

Entrevista 5: Rol: Gerente de finca productora y acopiadora

Las respuestas a las preguntas realizadas a los entrevistados se muestran en la siguiente tabla # 22.

Tabla 22

*Entrevistas a Gerentes de finca productora,
gerentes de producción y comercialización,
productores, exportadores y acopiadores*

Entrevista 1	Entrevista 2	Entrevista 3	Entrevista 4	Entrevista 5
Desafíos al comercializar la pitahaya				
(...) existe la falta de desarrollo en la cadena de valor, escasa comprensión en logística y necesidad de producir según la demanda del mercado.	(...) las condiciones climáticas, costos altos, caídas de los precios internos y el cumplimiento de normativas internacionales.	(...) Los precios inestables, altos costos logísticos y dificultad para mantener la calidad durante el transporte.	(...) escasez de insumos, crisis de contenedores y caídas de precios por sobreproducción.	(...) enfermedades y precios bajos afectan la producción.
Costos más altos en el proceso de producción				
(...) insumos agroquímicos, con tendencia a reducirse mediante técnicas alternativas.	(...) la mano de obra, insumos y mantenimiento.	(...) la mano de obra, insumos y control de plagas.	(...) mano de obra.	(...) insumo y mano de obra.
Participación de la logística en los costos totales				
(...) el transporte aéreo supera el valor de la fruta, es el costo más alto.	(...) aproximadamente un 20%.	(...) representa entre el 30% y el 40%.	(...) el productor no asume los costos directamente.	No aplica.
Costos logísticos más críticos				
(...) flete aéreo y las decisiones según el mercado de destino.	(...) entre el empaque y el flete internacional.	(...) flete aéreo y embalaje especializado.	(...) el flete duplicado en costo, lo que representa hasta un 25%.	(...) los precios son muy bajos recibidos del exportador.
Medidas para reducir costos sin perder la calidad				
(...) alquiler compartido de aviones, problemas por baja demanda y calidad insuficiente.	(...) capacitación y uso de insumos naturales.	(...) optimizar rutas, acuerdos logísticos y compartir cámaras de refrigeración.	(...) automatizar el empaquetado para reducir materiales y costos.	(...) aumentar insumos para obtener mejor calidad en fruta.
Medios de transporte hacia centros de acopio/exportación				
(...) transporte en camiones refrigerados.	(...) camiones.	(...) camiones refrigerados.	(...) camiones y cabezales con contenedores.	(...) carretas y vehículos de la finca.
Principales limitaciones logísticas para exportar				
(...) falta de volumen y a escala.	(...) tiempos transporte, costos de envío y demás tramites.	(...) infraestructura y vuelos limitados.	(...) depender de la disponibilidad de contenedores	(...) no exporto.
Cuellos de botella logísticos				
(...) desconocimiento técnico del transporte y manejo postcosecha.	(...) demoras en aduanas y escasos contenedores refrigerados.	(...) congestión en puerto y trámites.	Escasez de la fruta.	(...) riesgos por trazabilidad y controles sanitarios.
Eficiencia en la comunicación en la cadena logística				
(...) falta de coordinación y economía de escala, exportador con bajo margen.	(...) uso de WhatsApp, aunque necesitaría un sistema global.	(...) mejora en plataformas digitales.	(...) comunicación indirecta con operadores logísticos.	No aplica.
Puntos críticos para mejorar la competitividad				
(...) promoción del producto, retroalimentación del mercado y apoyo institucional.	(...) capacitar, mejorar en trazabilidad y subsidio de insumos.	(...) almacenamiento, transporte y alianzas con compradores.	(...) automatizar y planificar con aliados.	(...) elaborar insumos propios.
Mercados internacionales objetivo				
(...) Guatemala, Brasil y Panamá. Apoyo de Agrocalidad y ProEcuador.	(...) Asia y Europa.	(...) ER.UU., Europa, Asia y con miras hacia Canadá y Emiratos.	(...) EE.UU., principalmente.	(...) Estados Unidos.
Estrategias de competitividad internacional				

(...) dejar que el mercado evolucione naturalmente.	(...) asociaciones, empaque ecológico y fortalecimiento de marca	(...) certificaciones, participar en ferias y contacto directo con importadores.	(...) los altos costos logísticos limitan las estrategias.	Obtención de certificaciones, actualmente en proceso.
Requisitos o estándares internacionales				
(...) exigentes requisitos en China y UE; colaboración con Agrocalidad.	(...) certificaciones, trazabilidad y sostenibilidad.	(...) Global GAP, BPM y protocolos fitosanitarios.	(...) enfoque en responsabilidad social.	(...) supervisión continua por Agrocalidad.
Modalidades de transporte viables				
(...) aéreo y terrestre según el mercado (caso de éxito Perú).	(...) marítimo.	(...) depende del destino. Aéreo para lejanos, marítimo para destinos cercanos.	(...) aéreo para Europa y Asia. Para EE.UU. marítimo.	(...) si hay volumen, marítimo.
Manejo de riegos logísticos				
(...) adaptación y experiencia ante eventualidades.	(...) transporte adecuado, insumos de calidad y seguimiento.	(...) embalaje controlado, seguro y sensores de temperatura.	(...) dificultad para reclamar seguros.	(...) los maneja el exportador.
Impacto de plan logístico optimizado				
(...) son clave las relaciones a largo plazo. Seguros encarecen el producto.	(...) mejora en la rentabilidad, reduce costos y posiciona al producto.	(...) disminuye pérdidas, mejora los tiempos y precios.	(...) solo si hay innovación logística.	(...) es un tema exclusivo del exportador.
Escalabilidad del modelo logístico				
(...) la confianza es clave en las primeras etapas.	Sin respuesta.	(...) es escalable con inversión en frío y alianzas logísticas.	Sin respuesta.	(...) lo maneja el exportador.
Ventajas logísticas competitivas				
(...) control de toda la cadena, empatía con nuevos clientes.				
Factores que afectan la caída de los precios de la pitahaya: sobreoferta vs. ineficiencias en los canales de comercialización				
(...) baja demanda, desconocimiento del producto y altos costos logísticos.	(...) sobreoferta y exceso de intermediarios.	(...) exceso de oferta y falta de diferenciación.	(...) sobreproducción.	(...) producción acelerada genera sobreoferta.
Ajuste ante caída de precios				
(...) redirección de fruta entre mercados según demanda.	(...) diversificación de mercados y mejora de calidad.	(...) venta directa, nuevos formatos como pulpa y deshidratado.	(...) caída de márgenes por sobreoferta.	(...) mayor inversión en insumos para la calidad.

Principales hallazgos de las entrevistas

Tabla 23

Resumen de hallazgos de las Entrevistas

Categoría Principal	Hallazgos claves
1. Retos de la comercialización	La inestabilidad de precios y la competencia internacional reducen la rentabilidad de los productores, ya que son constantes las fluctuaciones en el mercado internacional. La obtención de certificaciones y el cumplimiento de normativas de calidad y fitosanitarias dificultan el acceso a mercados internacionales, pues son una carga financiera, sin embargo, son necesarias para ingresar a mercados claves como China.
2. Costos de Producción	Los costos de mano de obra, insumos y mantenimiento representan una carga significativa, así como la inversión en tecnología.
3. Logística y Transporte	Los fletes aéreos y marítimo son elevados y la escasez de contenedores afecta la exportación. La infraestructura de almacenamiento en frío es insuficiente y los trámites aduaneros y regulaciones encarecen y retrasan la distribución. De la misma manera la carencia de coordinación entre los actores de la cadena de distribución dificulta la eficiencia y aumentan los costos.
4. Estrategias de Reducción de Costos	Optimizar las rutas logísticas y alianzas como las negociaciones con los proveedores reduce costos, así como la implementación de tecnologías mejora la eficiencia en la producción y distribución. La capacitación del personal y la producción de insumos propios robustecen la sostenibilidad económica.
5. Calidad del Producto	El cumplimiento de normativas internacionales es un reto, pero garantiza el acceso y ampliación para llegar a más mercados internacionales. Implementar prácticas agrícolas sostenibles sirve para mejorar la calidad y reducir el impacto ambiental. La conservación postcosecha es clave para mantener la frescura de la fruta.
6. Conocimiento y Adaptación del Mercado	La falta de investigación de mercados afecta la toma de decisiones puesto que el producto es desconocido por muchos mercados incluso los consumidores de países donde ya ingresa la fruta desconocen sus beneficios y ventajas. La implementación de estrategias de marketing y publicidad son indispensables para adaptarse a las necesidades del cliente y diversificar mercados, estrategias claves para ser más competitivos.
7. Apoyo y Regulación Gubernamental	El apoyo gubernamental es imprescindible en el desarrollo y promoción de la pitahaya. Esto incluye la negociación de acuerdos comerciales, la implementación de regulaciones, subsidios para reducir costos y el apoyo técnico y financiero a productores. La colaboración entre actores de la cadena de distribución, mediante la creación de asociaciones y cooperativas, es fundamental para enfrentar los retos comunes y aprovechar las oportunidades.
8. Limitaciones y cuellos de botella logísticos	La falta de infraestructura adecuada y mala coordinación entre actores afectan la distribución como por ejemplo la poca disponibilidad de contenedores. Los tiempos de transportación prolongados reducen la vida útil del producto, así como la demora en trámites aduaneros. Es importante destacar que la sobreproducción también se vuelve un cuello de botella.
9. Impacto de factores externos	El cambio climático afecta la producción de pitahaya y genera desperdicios. La crisis de contenedores encarece la exportación y limita la disponibilidad de transporte

Interpretación y análisis sobre la encuesta y entrevista

La mayoría de encuestados son productores (69,3%), seguido por exportadores (13,6%), comercializadores (10,2%) y acopiadores 6,9%). Esto indica que la perspectiva de los resultados está fuertemente influenciada por los productores.

Los productores identifican como principales factores los cambios en la demanda internacional 60,68% y problemas logísticos (38,7%). Los exportadores, atribuyen la variación de precios a la demanda internacional (8,8%) y problemas logísticos (8,5%), pero mencionan además la especulación de intermediarios. La estructura de costos y las fluctuaciones de la demanda son factores clave en la variabilidad de precios, lo que impacta directamente la competitividad.

La venta a mayorista es el canal más utilizado (55,2%), seguido de la exportación directa (20,7%) y la venta directa a consumidores (20,5%)

En la tabla cruzada entre canal de distribución y variación de precios, se evidenció que el 47,9% de quienes venden a mayoristas mencionan que los cambios de la demanda internacional son la causa principal. El 30,2% de quienes venden a mayoristas mencionan los problemas logísticos. La exportación directa presenta un impacto igual a la demanda internacional y la logística con un 12,8% cada uno.

En cuanto al nivel de satisfacción con la cadena de distribución, el 43% se encuentra en un nivel neutral, mientras que el 21,9% está satisfecho y el 17,66% muy insatisfecho. Un alto porcentaje de actores considera que la cadena de distribución es funcional, pero requiere mejoras significativas, en especial a cuanto a costos y eficiencia logística se refiere.

El acceso a nuevos mercados (31,8%), seguido de promoción y marketing internacional (24,7%) y reducción de costos logísticos

(19,2%) sobresalen en las medidas propuestas para mejorar la competitividad. Los actores reconocen la necesidad de expandir mercados, pero también enfatizan la importancia de mejorar la logística para reducir costos y aumentar los márgenes rentables.

En las entrevistas se identificaron patrones recurrentes según las respuestas de los expertos entrevistados. Se confirma que los principales factores que afectan la variación de precios son la demanda internacional y la ineficiencia logística, alineándose con los resultados de la encuesta.

Los expertos destacan que los costos de transporte y los intermediarios afectan la rentabilidad del productor. La estructura de costos logísticos y la competencia con otros países son determinantes en la competitividad internacional.

Los problemas que mayormente señalan son: cuellos de botella en la infraestructura logística, falta de financiamiento a pequeños productores y poca diversificación de mercados internacionales. La falta de inversión en logística y la dependencia de pocos mercados afectan la estabilidad del sector.

En cuanto a las estrategias para mejorar la competitividad de la fruta en el mercado internacional habrá de optimizar los costos logísticos, mayor acceso a financiamiento y apoyo gubernamental, diversificación de mercados y mejor posicionamiento de marca. Los actores del sector buscan mejorar la eficiencia en la distribución y expandirse a mercados de mayor rentabilidad.

Discusión

Los resultados obtenidos permiten comprender con mayor profundidad las dinámicas de la cadena de distribución de la pitahaya y los factores que inciden en la variación de precios. Se identificó que los cambios de la demanda internacional (37,3%) y los problemas logísticos (20,8%) son los factores predominantes que afectan la estabilidad de los precios, lo cual coincide con estudios previos como el de Barrios

(2021), quien señala que la logística y el tipo de cambio son determinantes en la competitividad de productos agroexportables.

La dependencia del canal mayorista (55,2%) limita la capacidad de negociación de los productores y los expone a la especulación de intermediarios, generando márgenes de bajas ganancias.

Además, los datos muestran que solo el 20,7% realiza exportaciones directas, reflejando barreras como el acceso a certificaciones y altos costos logísticos. En este punto, las entrevistas corroboraron la percepción de que el transporte, especialmente el aéreo, representa el mayor costo operativo, llegando a superar el 30% del costo total de la exportación.

Por otra parte, las estrategias para mejorar la competitividad, como el acceso a nuevos mercados (31,8%) y el marketing internacional (24,7%), muestran la necesidad de fortalecer la inteligencia de mercado y la promoción de la pitahaya, aspectos pocos desarrollados actualmente.

Finalmente, se destaca que la falta de planificación logística y la ausencia de políticas públicas integrales para el desarrollo de la agroexportación de frutas exóticas colocan al sector en una situación de vulnerabilidad frente a las fluctuaciones del mercado. La creación de asociaciones logísticas, centros de acopio y mejoras en la infraestructura de transporte son elementos claves para incrementar la eficiencia y reducir la dependencia de intermediarios.

Conclusión

Los principales factores que influyen en la variación de precios son los cambios en la demanda internacional y los problemas logísticos

Los exportadores y comercializadores consideran que la especulación de los intermediarios, impactan en los precios, aunque en menor medida

Los costos logísticos representan una barrera significativa para la competitividad principalmente en transporte y almacenamiento

El 55,2% de los actores comercializa su producto a través de mayoristas lo que reduce su capacidad de fijar precios y los hace más vulnerables a fluctuaciones del mercado.

La exportación directa y la venta directa a consumidores representan opciones más estables, pero aun poco utilizadas.

El 47,9% de quienes venden a mayoristas identifican la demanda internacional como la principal causa de variación de precios, mientras que, en la exportación directa, tanto la demanda como los problemas logísticos afectan por igual.

El 30,2% de los encuestados considera que la competitividad de la pitahaya ecuatoriana es alta, mientras que un 30,45% la califica como media, lo que sugiere que existen oportunidades de mejora para fortalecer su posicionamiento global.

La diversificación de mercados es vista como la estrategia clave para mejorar la competitividad, seguida de la promoción internacional y reducción de costos logísticos.

Los actores con 5 a 10 años de experiencia priorizan la apertura de nuevos mercados y la promoción y marketing internacional. Los actores con más de 10 años en el negocio destacan la reducción de costos logísticos junto con la diversificación de mercados. Los actores con menor experiencia no tienen una percepción clara sobre las estrategias más efectivas, reflejando una necesidad de mayor capacitación y acceso a información del mercado.

Referencias Bibliográficas

Agrocalidad. (20 de 01 de 2025). Las exportaciones de pitahaya durante el 2024, se realizaron mediante 9.346 envíos certificados con un total de 50 mil toneladas, lo que representa un total de ingresos al país de 159

- millones.: <https://www.instagram.com/p/DFDINPCx8An/>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). Metodología de la investigación: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclcfndmkaj/https://api.periodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf
- Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C., & Castillo, R. (02 de 2023). Metodología de la Investigación. Técnicas e instrumentos de investigación: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclcfndmkaj/<https://editorial.inudi.edu.pe/index.php/editorialinudi/catalog/download/90/133/157?inline=1>
- Aliernet. (2023, 27 de Febrero). Ventajas del Plan Logístico. *Software Alier SGA*. <https://aliernet.com/blog-gestion-logistica/plan-logistico-cadena-logistica/>
- Apugllón, B. (2023). *Propuesta de un plan logístico para la empresa Splendor Ambato, provincia de Tungurahua*. [Tesis de Grado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo]. Repositorio institucional. <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/19794/1/112T0447.pdf>
- Barrios, A. (2021). *Factores que influyen en el crecimiento de exportaciones de jengibre al mercado internacional – Región Junín durante Pandemia COVID 19 – 2021*. [Tesis de Grado, Universidad Científica del Sur]. Repositorio institucional. <https://repositorio.cientifica.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12805/2792/TL-Barrios%20A-Ext.pdf?sequence=11&isAllowed=y>
- Cardoso, P. (2024, 23 de Junio). Propiedades y beneficios de la pitaya. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/comer/materia-prima/20220315/1613/pitaya-propiedades-beneficios-valor-nutricional.html>
- Cáceres, J. (2022, 12 de Marzo). Plan logístico. Una estrategia de crecimiento. *Linkedin*. <https://www.linkedin.com/pulse/plan-log%C3%ADstico-una-estrategia-de-crecimiento-adsgrouplatam/>
- Fisgativa, D. (2021, 01 de Febrero). Asécos básicos de la exportación. *Perfect Daily Grind*. <https://perfectdailygrind.com/es/2021/02/01/guia-del-productor-aspectos-basicos-de-la-exportacion-de-cafe/>
- Haro, M. (2021). *Plan de exportación de Pitahaya amarilla al mercado estadounidense estado de New York*. [Tesis de Maestría, Universidad Internacional del Ecuador]. Repositorio institucional. <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4824/1/T-UIDE-1442.pdf>
- Mateos, M. (2021, 28 de Agosto). Variedades de Pitahaya. *Tienda de Fruta*. <https://tiendadefruta.com/es/blog/variedades-de-pitaya--b118.html>
- Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C y Castillo, R. (02 de 2023). Metodología de la Investigación. Técnicas e instrumentos de investigación: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclcfndmkaj/<https://editorial.inudi.edu.pe/index.php/editorialinudi/catalog/download/90/133/157?inline=1>
- Mejía, R. (2022). *Plan de exportación de pitahaya cáscara roja por la asociación de pequeños productores del Cantón Arenillas hacia el mercado Alemán*. [Tesis de Grado, Universidad Técnica de Machala]. Repositorio institucional. [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/E-](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/E-Mendoza,Y.(2020,14deAbril).Definici%3FndeCostosdeExportaci%3FndeVolcaFreightForwarders.https://volca.com/costos-exportacion/)
- Mendoza, Y. (2020, 14 de Abril). Definición de Costos de Exportación. *Volca Freight Forwarders*. <https://volca.com/costos-exportacion/>
- Montes, J. (2024, 31 de Marzo). ¿Qué son las exportaciones?. *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/exportacion.html>
- Montes, J. (2024, 31 de Marzo). Qué son las exportaciones. *Economipedia*. <https://>

- economipedia.com/definiciones/
exportacion.html#google_vignette
- Quispe, A y Rodríguez, G. (2023). *Impacto de la composición de las importaciones, exportaciones y diversificación de las exportaciones sobre el crecimiento económico en Latinoamérica*. [Tesis de Grado, Universidad de Lima]. Repositorio institucional. https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/18470/T018_72639648_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=El%20comercio%20internacional%20es%20la,Aguirre%20y%20Pardo%2C%202014).
- Rodriguez, J. (2021, 25 de Noviembre). Qué es un cliente. *HubSpot*. <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-un-cliente#:~:text=Un%20cliente%20es%20quien%20adquiere,un%20cliente%20de%20%C3%BAnica%20vez>.
- Select Business School. (2022, 15 de Noviembre). Cómo elaborar un plan estratégico logístico de una empresa. *EscuelaSelect*. <https://escuelaselect.com/plan-logistico-elaboracion-objetivos/>
- Sepúlveda, I. (2021, 13 de Octubre). *¿Qué objetivos tiene que alcanzar el plan logístico?* *Logycom*. <https://www.logycom.mx/blog/funciones-y-ventajas-de-un-plan-logistico>
- Tayupanda, G. (2024). *Análisis del comportamiento de la exportación de pitahaya Ecuatoriana hacia el mercado Asiático, Año 2022*. [Tesis de Grado, Universidad Politécnica Salesiana sede Guayaquil]. Repositorio institucional. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/27534/1/UPS-GT005020.pdf>