



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**

CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

TEMA:

Formulación estratégica para la exportación de pitahaya al Caribe.

AUTOR:

Pincay Pineda, Iliana Ivette

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada
en Negocios Internacionales**

TUTOR:

Ec. Freire Quintero, Cesar Enrique PHD.

Guayaquil, Ecuador

2022



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA

CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

CERTIFICACIÓN

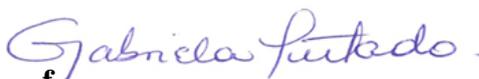
Certifico que el presente trabajo de integración curricular, fue realizado en su totalidad por **Pincay Pineda, Iliana Ivette**, como requerimiento para la obtención del título **Licenciada en Negocios Internacionales**.

TUTOR

f. 

Ec. Cesar Enrique, Freire Quintero PHD.

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. 

Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth Mgs.

Guayaquil, a los 22 días del mes de septiembre del año 2022



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Pincay Pineda, Iliana Ivette**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Integración Curricular, **Formulación estratégica para la exportación de pitahaya al Caribe**, previo a la obtención del título de **Licenciada en Negocios Internacionales**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 22 días del mes de septiembre del año 2022

AUTOR


f. _____

Pincay Pineda, Iliana Ivette



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA

CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTORIZACIÓN

Yo, **Pincay Pineda, Iliana Ivette**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Integración Curricular, **Formulación Estratégica para la exportación de pitahaya al Caribe**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 22 del mes de septiembre del año 2022

AUTOR


f. _____

Pincay Pineda, Iliana Ivette

AGRADECIMIENTO

Me siento muy agradecida primeramente con Dios por ser mi guía, el proveedor de toda la fe e inteligencia que he dedicado en este trabajo. A mis padres, Yander y Maidé que con su constante apoyo y ética me han acompañado hasta el final de este gran emprendimiento. Y a mí, por llegar hasta el final cuando pensaba que no podría ser capaz de terminar la carrera porque sentía que era demasiado para mí.

Iliana

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a mi mamá Maidé Pineda, sin su apoyo incondicional, sin su trabajo y esfuerzo porque yo sea una mejor persona y una gran profesional, no me encontrara en este proceso por finalizar.

A mi amigo Jorge, que lo conocí comenzando mi último semestre y me ha brindado un apoyo inmenso con su compañía, aliento y dedicación para que yo pueda sentirme orgullosa de mis proyectos.

A mis amigos, Solange, Ariana, Michelle, Joselino y Sebastián, por ayudarnos en todo momento a pasar los semestres, por las risas, las peleas, los abrazos y por vernos crecer y ser profesionales.

Cuando inicié la carrera y conforme avanzaban los semestres pude ver que existen propósitos y metas diferentes para cada persona, lo cual me llevó a tener una conversación conmigo misma para analizar sobre si estaba conforme con lo que elegí estudiar. Tardé mucho en darme cuenta que hay cosas que deben pasar de la manera en que pasan para apreciar de verdad lo que tienes.

Es por eso que desde mi corazón este trabajo se lo dedico especialmente a mi papá, Yander Pincay.

Papi, sin tus charlas en el carro cuando me llevabas en las mañanas a la U y cuando me recogías por la noche, no hubiera podido apreciar y ver las cosas que por fin veo. Eres una pieza fundamental en todo aspecto de mi vida y voy a vivir eternamente agradecida por tus buenos y sabios consejos. Gracias por enseñarme que ser callada y temer hablar en publico no es un impedimento para demostrarme a mi misma que puedo ser buena en muchas cosas más. Gracias por darme luz donde yo no encontraba un camino.

Y, a mi abuelito Miguel Pineda, que toda mi infancia se dedicó a cuidar de mí, cuando me recogía en la escuelita y me compraba los desayunos y almuerzos. Te extraño viejito, espero estes orgulloso de mi desde el cielo.

Iliana



UNIVERSIDAD CATÓLICA

DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. 

ING. HURTADO CEVALLOS, GABRIELA ELIZABETH, MGS.

DIRECTOR DE CARRERA

f. 

EC. LUCIN CASTILLO, VIRGINIA CAROLIN, MGS.

COORDINADOR DEL ÁREA

f. 

EC. CHAVEZ GARCIA, JACK ALFREDO, MGS.

OPONENTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA

DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

CALIFICACIÓN

Pincay Pineda, Iliana Ivette

ÍNDICE GENERAL

Introducción.....	2
Antecedentes	3
Problemática.....	6
Justificación.....	8
Objetivo General	10
Objetivos Específicos.....	10
Preguntas de Investigación.....	10
Limitaciones.....	11
Delimitaciones.....	11
Capítulo I: Marco Teórico.....	12
Exportaciones.....	12
Barreras Arancelarias y No Arancelarias	12
Análisis Económico	13
Interno	13
Externo	14
Tendencias de Consumo	14
Apertura Comercial.....	14
Forecast	15
Bloques Comerciales.....	17
Entrevistas a Profesionales.....	17
Capítulo II: Metodología	19
Alcance.....	19
Tipo	19
Diseño	19
Lógica.....	20
Fuente de Datos.....	21
Capítulo III: Resultados	23
Análisis de Barreras Arancelarias y No Arancelarias	23
Productos Representativos del Bloque CARICOM	26
Oportunidades del Bloque CARICOM	29
Comparación Medidas Arancelarias y No Arancelarias	31
Análisis Situación Interna y Externa del Bloque	33
Antigua y Barbuda	33
Bahamas	34

Barbados.....	34
Belice.....	35
Haití.....	35
Jamaica.....	36
República Dominicana.....	36
Surinam.....	37
Trinidad y Tobago.....	37
Análisis General.....	38
Tendencias de Consumo del Bloque CARICOM.....	39
Pronósticos Automáticos (Fruits & Nuts Uncooked).....	43
Pronósticos Automáticos (Fresh Strawberries).....	46
Pronósticos Automáticos (Bananas).....	49
Pronósticos Automáticos (Coconuts).....	51
Gráfico de Series de Tiempo.....	54
Análisis de Entrevistas.....	57
Conclusiones.....	61
Recomendaciones.....	63
Referencias.....	65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cuadro comparativo de BA y BNA de productos primarios de los países del bloque CARICOM a 2021.	31
Tabla 2: Análisis FODA de Antigua y Barbuda.	33
Tabla 3: Análisis FODA de Bahamas.	34
Tabla 4: Análisis FODA de Barbados.	34
Tabla 5: Análisis FODA de Belice.	35
Tabla 6: Análisis FODA de Haití.	35
Tabla 7: Análisis FODA de Jamaica.	36
Tabla 8: Análisis FODA de República Dominicana.	36
Tabla 9: Análisis FODA de Surinam.	37
Tabla 10: Análisis FODA de Trinidad y Tobago.	37
Tabla 11: Análisis FODA del bloque CARICOM.	38
Tabla 12: Periodo de estimación de Fruits & Nuts Uncooked.	43
Tabla 13: Pronóstico de Fruits & Nuts Uncooked.	45
Tabla 14: Periodo de estimación fruits & nuts uncooked.	45
Tabla 15: Periodo de estimación para fresh strawberries.	47
Tabla 16: Pronósticos de fresh strawberries.	48
Tabla 17: Periodo de estimación fresh strawberries.	48
Tabla 18: Pronóstico de bananas.	49
Tabla 19: Pronóstico de bananas.	50
Tabla 20: Periodo de estimación bananas.	51
Tabla 21: Pronóstico de coconuts.	52

Tabla 22: Medidas de tendencia.....	52
Tabla 23: Periodo de pronóstico para coconuts.	53
Tabla 24: Periodo de estimación coconuts.....	54

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Gráfica de secuencia en tiempo.....	44
Figura 2: Gráfica de secuencia en tiempo para fresh strawberries.	47
Figura 3: Gráfica de secuencia de tiempo para bananas.	50
Figura 4: Gráfica de secuencia de tiempo para coconuts.....	53
Figura 5: Gráfico de secuencia de tiempo para nuts.	54
Figura 6: Gráfico de secuencia de tiempo para figs.....	55
Figura 7: Gráfico de secuencia de tiempo para citrus fruit.....	55
Figura 8: Gráfico de secuencia de tiempo para grapes.	55
Figura 9: Gráfico de secuencia de tiempo para melons.	56
Figura 10: Gráfico de secuencia de tiempo para apples.	56
Figura 11: Gráfico de secuencia de tiempo para apricots.	56
Figura 12: Gráfico de secuencia de tiempo para fruits & nuts preserved.....	57

RESUMEN

Este proyecto tiene como objetivo la elaboración de un plan estratégico para la exportación de pitahaya al Caribe, permitiendo diversificar la oferta exportable al bloque CARICOM. Esto a raíz del aumento constante de la comercialización de esta especie alrededor del mundo y su pico de exportación en el Ecuador. Para lograrlo, se emplea un enfoque mixto de investigación. Por una parte, en el análisis cualitativo, se realizan entrevistas a expertos en comercio exterior, con la finalidad de esbozar estrategias que puedan aplicarse a la exportación mundial de la pitahaya. Por otra parte, en el método cuantitativo, se utilizan las series de tiempo, con la función de encontrar las tendencias de consumo de frutas en el bloque CARICOM, basado en su comportamiento durante los últimos 20 años. Esta metodología permitió identificar que el bloque CARICOM tiene un crecimiento en la importación de productos agrícolas y las estrategias para llegar a ese mercado es mediante la trazabilidad y posicionamiento de la marca.

Palabras clave: agricultura, pitahaya, bloque económico, exportaciones.

ABSTRACT

This project aims to develop a strategic plan for the export of pitahaya to the Caribbean, allowing the exportable supply to the CARICOM block to be diversified. This is due to the constant increase in the commercialization of this species around the world and its export peak in Ecuador. To achieve this, a mixed research approach is used. On the one hand, in the qualitative analysis, interviews are conducted with foreign trade experts, in order to outline strategies that can be applied to the world export of pitahaya. On the other hand, in the quantitative method, time series are used, with the function of finding trends in fruit consumption in the CARICOM block, based on its behavior during the last 20 years. This methodology allowed us to identify that the CARICOM block has a growth in the import of agricultural products and the strategies to reach that market is through traceability and brand positioning.

Keywords: agriculture, pitahaya, economic bloc, exports.

RÉSUMÉ

Ce projet vise à développer un plan stratégique d'exportation de pitahaya vers les Caraïbes, permettant de diversifier l'offre exportable vers le bloc CARICOM. Cela est dû à l'augmentation constante de la commercialisation de cette espèce dans le monde et à son pic d'exportation en Équateur. Pour y parvenir, une approche de recherche mixte est utilisée. D'une part, dans l'analyse qualitative, des entretiens sont menés avec des experts du commerce extérieur, afin d'esquisser des stratégies pouvant être appliquées à l'exportation mondiale de pitahaya. D'autre part, dans la méthode quantitative, des séries chronologiques sont utilisées, avec pour fonction de trouver les tendances de la consommation de fruits dans le bloc CARICOM, sur la base de son comportement au cours des 20 dernières années. Cette méthodologie nous a permis d'identifier que le bloc CARICOM a une croissance de l'importation de produits agricoles et que les stratégies pour atteindre ce marché passent par la traçabilité et le positionnement de la marque.

Mots clés : agriculture, pitahaya, bloc économique, exportations.

Introducción

En el periodo 2021-2022, se exportaron alrededor de 18 mil toneladas de pitahaya ecuatoriana al mundo, superando en un 60% el total del año anterior (Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario, 2022). Este crecimiento exponencial le ha permitido convertirse en la fruta exótica con mayor desarrollo del país, logrando acaparar principalmente los mercados de Estados Unidos, Hong Kong y Singapur. No obstante, la oferta ecuatoriana sigue en alza, por lo que es necesario buscar un nuevo bloque económico para introducirla, por ejemplo, La Comunidad del Caribe, (CARICOM).

Las relaciones comerciales de Ecuador con CARICOM se han venido estrechando desde el 2014, con el acuerdo comercial establecido para afianzar el comercio mutuo (Dussel, 2016). El año pasado las exportaciones al bloque alcanzaron los \$6 millones en valor FOB, de productos tradicionales principalmente (Dussel, 2016). De ahí que, se busque añadir nuevas alternativas al portafolio de la balanza comercial entre ambas partes.

Para lograrlo, este trabajo de investigación se dividirá de la siguiente forma. El capítulo introductorio establecerá los antecedentes y la contextualización del problema, de manera que se capte la relevancia de la pitahaya en el mercado ecuatoriano y extranjero. Posteriormente, se plantearán los objetivos que guiarán este trabajo investigativo en un determinado rumbo. Asimismo, se añadirá la justificación, la hipótesis y las limitaciones que conciernen a este plan.

Luego, el segundo capítulo abordará el marco teórico, en donde se explayará acerca de las estrategias para la exportación de productos alimenticios, el entendimiento de las preferencias del mercado, las barreras de exportación y el posicionamiento de productos frutales. Además, se incluye el marco conceptual,

referencial y legal, permitiendo comprender a profundidad las nociones necesarias aplicables a este trabajo de investigación.

Después, el capítulo metodológico estipulará el diseño de investigación, que se necesita para enmarcar este trabajo. En el cual, se incluye el tipo de indagación aplicable, el alcance que tendrá el documento, la población a tener en consideración, la muestra de estudio elegida, la técnica de recogida de datos, su tabulación y análisis. De aquí se estipulan los datos necesarios para realizar posteriormente el levantamiento de información.

El cuarto capítulo dará respuesta a las interrogantes planteadas, examinando la data recogida, su relevancia, los datos atípicos, sus interacciones en el contexto y cuáles son los principales hallazgos de la investigación. De ahí resultará una discusión en cara a la teoría que se planteó anteriormente, generando conclusiones y recomendaciones en torno a los descubrimientos.

Antecedentes

Conocido por su apariencia distintiva y textura delicada, las plantas de la familia *Cactaceae* son fácilmente distinguibles en el reino vegetal. Los cactus trepadores se encuentran entre los más importantes, por sus frutos comestibles, que han sido parte de la dieta humana por más de 9000 años (Eusebio y Alaban, 2018). Uno de ellos, la pitahaya, originaria de México y Sudamérica, ha ganado gran relevancia en el mundo por sus beneficios medicinales.

Lo que solía ser una planta ornamental de traspatio se ha propagado, cultivado y cosechado, haciendo que la industria de la fruta del dragón valga millones de dólares (Balendres y Bengoa, 2019). Los españoles introdujeron la fruta del dragón en Filipinas en el siglo XVI, muy probablemente a través del comercio y el intercambio de bienes. El cultivo de frutas ahora se planta extensamente a escala comercial en

muchas regiones tropicales, particularmente en Vietnam y otros países del sudeste asiático como Malasia, Taiwán, Tailandia y Filipinas.

También se cultiva comercialmente y se distribuye ampliamente en algunas partes de los Estados Unidos, Australia e Israel (Lucero, 2020). Otros nombres comunes de la fruta del dragón incluyen pitaya, pitahaya, fruta de la perla del dragón, dragón verde, cristal del dragón y perla de fresa. Las tres especies comúnmente cultivadas son *Hylocereus undatus* de piel roja y pulpa blanca, *Hylocereus costaricensis* de piel y pulpa roja, e *Hylocereus megalanthus* de piel amarilla y pulpa blanca.

La pitahaya tiene una alta actividad antioxidante en comparación con otras frutas y verduras. Estos resultados sugieren que la fruta tiene potencial en la prevención del riesgo de adquirir enfermedades no transmisibles, como enfermedades cardiovasculares, hipertensión, diabetes mellitus y anemia (Chien, 2019). Por su parte, las flores frescas y secas se utilizan de forma rutinaria como alimento medicinal. Con sus beneficios para la salud y buen sabor, la fruta del dragón se convirtió en una tendencia alimenticia.

La pitahaya ha mostrado aumentos dramáticos en su comercialización en los últimos años, los primeros trabajos de investigación sobre biología y tecnología de producción del cultivo datan del 1970 (Paul y Chen, 2019). La investigación ahora se lleva a cabo ampliamente en Asia y conduce a la mejora de las prácticas de siembra adecuadas en áreas particulares.

Es evidente que, los consumidores están intrigados por la naturaleza exótica de la pitahaya, con su piel de color rojo brillante y escamas verdosas, su valor nutricional y su contenido de antioxidantes. Esto ha llevado a la importación de la pitahaya de Ecuador y Colombia a América del Norte y Europa, consolidado principalmente por

la implementación del protocolo de irradiación de moscas de la fruta en el 2012 por parte de Estados Unidos (Cámara Marítima del Ecuador, 2020). La disponibilidad de este tratamiento aumentó las posibilidades de expansión del mercado, debido a que anteriormente se utilizaban alternativas térmicas que causaban lesiones en la fruta.

Actualmente, el color de la piel es el criterio más utilizado para juzgar la madurez de la fruta. Otros índices de cosecha también incluyen: color, sólidos solubles totales, acidez titulable y días desde la floración. El color de la piel comienza a cambiar de 25 a 30 días desde la floración, la calidad comestible se acerca a un máximo de 33 a 37 días después de la floración (AGROCALIDAD, 2022). El tamaño final del fruto dependerá del número de semillas. A medida que la fruta madura, la acidez alcanza un pico justo cuando se produce el cambio de color de la piel, y luego declina entre 25 y 30 días después de la floración (AGROCALIDAD, 2022).

Desde el 2011, las exportaciones ecuatorianas de pitahaya a Asia, Europa y Estados Unidos han aumentado considerablemente. En el 2014 se exportaron alrededor de 200 toneladas entre Estados Unidos, Hong Kong, Singapur, Canadá, Francia y España (Ministerio de Comercio Exterior, 2019). En el 2015 aumentó a 300 toneladas, al año siguiente se lograron las 600 toneladas, mientras que en el 2017 superó las 2700 toneladas. El año pasado se registraron más de 18,000 toneladas exportadas alrededor del mundo, generando ingresos por más de \$40 millones al país (AGROCALIDAD, 2022).

Esto atrajo a algunos productores a dejar otras frutas como el mango, la papaya o la piña y pasar a la producción de pitahaya. Así pues, la superficie plantada de pitahaya en Ecuador ha aumentado en los últimos seis años. De 182 hectáreas en 2012, a 3000 ha en el 2021. La misma tendencia se puede observar con la producción anual

donde aumentó de 256 a casi 20k toneladas métricas (Cámara Marítima del Ecuador, 2020). El rendimiento por hectárea también muestra una tendencia positiva de 1,41 a 3,25 TM. En plantaciones seleccionadas, se pueden producir de 4 a 6 tm/ha en plantaciones recién establecidas, mientras que se pueden producir hasta 10-15 tm/ha/año en plantas establecidas considerando los 6-12 ciclos de cosecha por año (Cámara Marítima del Ecuador, 2020).

Concretamente, con el bloque CARICOM, las relaciones se han venido desarrollando de manera constante, en especial en el campo de la agricultura. Así, por ejemplo, en el 2018, el Ecuador acaparó el 70% de las importaciones de plátano en el territorio de Puerto Rico, dejando de lado a los proveedores costarricenses y colombianos (Secretaría de Estado de Comercio España, 2022). Esto debido principalmente a la calidad del producto agrícola ecuatoriano, el cual es muy competitivo en el mercado internacional.

En el caso de la pitahaya, durante el 2020, se realizó la primera exportación de pitahaya a Jamaica, valorada en \$125k, las cuales se lograron mediante negociaciones entre pequeños y medianos agricultores (Cámara Marítima del Ecuador, 2020). A raíz de la pandemia, las negociaciones posteriores quedaron pendientes para retomarse en un futuro.

Problemática

Actualmente no se cuenta con predisposición de un plan estratégico para el posicionamiento de la pitahaya ecuatoriana en los distintos bloques comerciales, el cual engloba todos los aspectos necesarios para su penetración, desde una adecuada siembra, hasta su promoción en los distintos mercados.

Esto a causa de la ausencia en ferias internacionales, pocos equipos tecnológicos para el manejo de cosecha y post cosecha, exiguo capital semilla para implementar nuevas hectáreas, desconocimiento inherente de la capacidad productiva del sector (Cámara Marítima del Ecuador, 2020). Como consecuencia se ha generado las siguientes problemáticas.

En primer lugar, la fruta no es consistente en calidad y en cantidades para satisfacer la demanda de los mercados. La consistencia en la calidad pone de relieve la necesidad de mejorar los aspectos de la madurez de la cosecha, el manejo y el empaque que minimizan las lesiones mecánicas y garantizan un entorno de almacenamiento, envío seguro y óptimo (Lucero, 2020).

Inmediatamente después de la cosecha, cuando está fresca, la fruta tiene una apariencia de color rojo brillante, cuando arriba al estante minorista ha perdido mucho de su atractivo, a menudo está ligeramente arrugada con menos brillo y las escamas muestran deshidratación severa y pardeamiento.

En segunda instancia, no hay estándares de grado internacionales, generando problemas en el comercio internacional. Las frutas generalmente se clasifican por tamaño y color. Los grados de tamaño sugeridos para la exportación a Hong-Kong son: fruta extra grande >500 g, grande 380-500 g, regular 300-380 g, mediana 260-300 g, pequeña <260 g (Eusebio y Alaban, 2018). Por otra parte, las que se exportan a Estados Unidos y Europa son clasificadas por números (6, 8, 10, 12, 14, 16), en una única presentación de caja de 4kg (Eusebio y Alaban, 2018).

En tercer lugar, aunque la mayoría de las organizaciones públicas y privadas brindan información y servicios de consultoría en los mercados internacionales. En particular las pequeñas y medianas empresas exportadoras, debido a las insuficiencias

y problemas clasificados anteriormente pueden faltar para acceder y analizar los datos necesarios para operar en los mercados internacionales adecuadamente.

Además, es importante considerar que, en el mundo globalmente competitivo de hoy, las empresas que desean aumentar su participación en el marketing internacional deben determinar las fuentes de los problemas de exportación y tomar medidas para aumentar la competitividad internacional de la empresa. En este contexto, se convierte en un inconveniente realizar una investigación de mercado que abarque el análisis económico, cultural y de la estructura del mercado. Además, el realizar un análisis interno y externo, incluido el análisis DAFO, y planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar actividades promocionales con el fin de establecer y aumentar el valor de la empresa y sus productos.

Por último, se ha generado una situación de sobreoferta en el país, redirigiendo los esfuerzos de producción hacia el mercado local, en donde no se obtienen las mismas retribuciones económicas que los mercados europeos o asiáticos. Por lo tanto, su siembra se vuelve inviable económicamente, lo que ha llevado a cientos de agricultores a migrar a otras semillas.

Justificación

Al vender los productos agrícolas a diferentes países, las empresas nacionales pueden adquirir nuevos mercados y aumentar sus ganancias. Vender a varios mercados también puede diversificar las inversiones de su negocio y distribuir el riesgo económico. Esto significa que no dependen demasiado de un país, en este caso Estados Unidos como principal comprador.

Al expandir sus operaciones ingresando a los mercados internacionales, los dueños de negocios pueden reducir el costo por unidad de la producción de pitahaya.

Esto se debe a que la fabricación de productos a granel puede reducir los costos de producción, de esta manera se logra una economía de escala que no solo ayudará a las grandes empresas, sino que permitirá incorporar al pequeño y mediano agricultor.

Las empresas también pueden beneficiarse de la exportación al adquirir nuevos conocimientos y experiencia de países extranjeros. Al ser la pitahaya un producto en auge, las decisiones ecuatorianas sobre sus exportaciones y acuerdos comerciales, con base en estrategias aplicables, permitirán el desarrollo de los productos no tradicionales. Dependiendo del análisis, las discusiones y los resultados del presente estudio, se puede redactar la siguiente guía para las empresas que deseen ingresar y actuar de manera efectiva en los mercados internacionales.

Actualmente, la siembra de pitahaya sustenta directamente a más de 3500 familias, en donde se incluyen más de 2000 sitios para la producción y 167 centros de acopio en el territorio ecuatoriano (AGROCALIDAD, 2022). Es por ello que esta investigación es conveniente, permitiendo enmarcar un camino a seguir, para cumplir con las demandas internacionales de la exportación de pitahaya y aumentar su posicionamiento en el mundo. Por lo tanto, miles de familias agricultoras se verían beneficiadas.

Esta estructura a su vez otorgará las pautas para que se realicen vínculos comerciales entre los pequeños y medianos productores, permitiendo compartir el know-how y la tecnología disponible, disminuyendo los gastos y logrando una eficiencia en la rentabilidad de la relación de tonelada por hectárea.

En síntesis, ayudará a resolver un problema que acontece actualmente, el cual se apuntala en la necesidad de llegar a otros mercados, en donde se pueda posicionar esta fruta exótica. Así pues, como resultado, se espera conocer si el bloque CARICOM

es apropiado para instaurar vínculos comerciales sólidos que conlleven a una exportación de pitahaya.

Objetivo General

Desarrollar estrategias para la exportación de pitahaya al Caribe, permitiendo diversificar la oferta exportable al bloque CARICOM.

Objetivos Específicos

1. Identificar barreras arancelarias y no arancelarias para la introducción de la pitahaya en el bloque económico CARICOM.
2. Analizar la situación interna y externa del bloque CARICOM, para identificar la viabilidad financiera de exportación de pitahaya.
3. Identificar las tendencias de consumo en el bloque CARICOM.
4. Determinar estrategias a partir de entrevistas a expertos en el campo de exportación.

Preguntas de Investigación

1. ¿De qué manera afectan las barreras comerciales del bloque CARICOM, la entrada de productos?
2. ¿Qué factores económicos, sociales y culturales son propicios para lograr la viabilidad financiera en la exportación de pitahaya?
3. ¿Cómo influyen las preferencias de consumo del bloque CARICOM a las exportaciones ecuatorianas?
4. ¿De qué manera se pueden implementar estrategias aplicables a las exportaciones agrícolas?

Limitaciones

El estudio es limitado por un tiempo corto de investigación, impidiendo la compilación de datos longitudinalmente en un horizonte temporal progresivo, que evidencie el progreso de las exportaciones durante el tiempo. Asimismo, el trabajo es estrictamente teórico, por lo que su efectividad práctica no va a ser probada, dejando un campo para la exégesis de los resultados que puedan concluirse a raíz de esta investigación.

Delimitaciones

El presente artículo se delimita a realizar un plan estratégico aplicable a la realidad ecuatoriana, en donde se utilizará datos oficiales para comprender las tendencias exportables de la pitahaya ecuatoriana. Además, será basado únicamente en el caso de El Caribe, dejando de lado otras alternativas que se pudiesen tener en cuenta al momento de exportar.

Capítulo I: Marco Teórico

Exportaciones

Barreras Arancelarias y No Arancelarias

Cuando los bienes se intercambian entre países, generalmente se cobra una tarifa al ingresar a un territorio diferente. Estas tarifas brindan a los gobiernos una cantidad de ingresos y encarecen los productos extranjeros, ya que el costo de este incluye el arancel, lo que ayuda a los productores nacionales a competir contra ellos (Cipollina y Demaria, 2020).

Si bien esto puede parecer algo bueno desde una perspectiva nacional, el cobro de aranceles a menudo provoca una acción recíproca contra los bienes nacionales, que ingresan a los mercados extranjeros, lo que dificulta que los productores nacionales vendan en el extranjero (Kinzius, Sandkamp y Yalcin, 2019). Debido a esto, los aranceles generalmente se consideran una barrera para el comercio, ya que aumentan el precio de los bienes para todos, lo que los hace menos atractivos para los consumidores y reduce el volumen del comercio (Baena y Londoño, 2020).

Por otra parte, las barreras no arancelarias (BNA) abarcan una variedad de acciones gubernamentales. Estas pueden ser proteccionistas, a expensas de los comerciantes de otros países, pueden tener como objetivo apoyar a las industrias nacionales, sin la intención directa de socavar la competencia internacional. Por otra parte, pueden ser no proteccionistas, restringiendo deliberadamente cierto comercio (EU Eastern Neighbourhood: Economic Potential and Future Development, 2019).

Al mismo tiempo, se considera un amplio espectro de BNA, que van desde las estrictamente concebidas, que afectan a productos, industrias y países particulares hasta las más generales que están enraizadas en instituciones y políticas nacionales, como: las restricciones cuantitativas, cargos no arancelarios que afectan las

importaciones, cuotas arancelarias, participación del gobierno en el comercio y prácticas restrictivas (Bertola y Faini, 2021).

El impacto de los aranceles es evidente. Sin embargo, es generalmente difícil de medir y cuantificar. Por ejemplo, calcular el impacto de los requisitos de licencia adicionales, los certificados de salud duplicados o las restricciones de distribución pueden ser imprecisos y fuertemente cuestionados (Geng y Saggi, 2022). Aun así, se entiende ampliamente que las BNA elevan el costo de hacer negocios y que son más difíciles de eliminar que los aranceles.

Así pues, la agricultura y la alimentación, tienden a ser los sectores con más BNA. Las BNA incluyen cuotas, reglamentos ambientales y de salud, requisitos de licencia e inspecciones obligatorias de productos. Algunas de estas medidas, en particular las normas alimentarias, ayudan a proteger a los consumidores y preservar el medio ambiente (USAID Regional Development Mission for Asia, 2022).

Análisis Económico

Interno

En un análisis económico interno, es importante observar la evolución a corto plazo del crecimiento económico, el empleo y la inflación. Además, es fundamental evaluar las causas de los shocks que afectan a la economía del país o al bloque económico y, junto con los datos nacionales, realizar proyecciones de las principales variables macroeconómicas en un horizonte de mediano plazo (Schmal, Van y Jansens, 2018).

Eso proporciona un indicador de cómo se espera que se desarrolle la economía en los próximos años. Además, es importante evaluar el riesgo de que el crecimiento económico y la inflación futuros no resulten como lo esperado (Cooter, 2017). Entre

otras cosas se verifica, la evolución de la producción general y sus componentes, condiciones de oferta y demanda, condiciones del mercado laboral, una amplia gama de indicadores de precios y costos, encuestas de consumidores y empresas, la política fiscal y los flujos comerciales hacia y desde el país (Caballero y Lyons, 2020).

Externo

El análisis externo examina el entorno industrial de un país, incluidos factores como la estructura competitiva, la posición competitiva, la dinámica y la historia (Damanpour, Sanchez y Chiu, 2018). En una escala macro, el análisis externo incluye análisis macroeconómico, global, político, social, demográfico y tecnológico. Su principal del análisis externo es determinar las oportunidades y amenazas de las exportaciones de los demás países, o cualquier segmento que impulsará la rentabilidad, el crecimiento y la volatilidad (Farboodi, Jarosch y Shimerc, 2021).

Tendencias de Consumo

Apertura Comercial

Las personas comercian y los gobiernos abren mercados porque les interesa hacerlo. Históricamente, la apertura comercial y del mercado ha ido de la mano con un mejor desempeño económico en países de todos los niveles de desarrollo, creando nuevas oportunidades para trabajadores, consumidores y empresas en todo el mundo y ayudando a sacar a millones de personas de la pobreza (Calderón, Sánchez y Hernández, 2018).

Las economías relativamente abiertas crecen más rápido que las cerradas, los salarios y las condiciones de trabajo son generalmente mejores en las empresas que comercian que en las que no lo hacen (Steffen, Matsuo y Steinemann, 2018).. En otras

palabras, mayor prosperidad y oportunidades en todo el mundo promueven una mayor estabilidad y seguridad para todos.

El comercio ha contribuido a sacar de la pobreza a cientos de millones de personas: la proporción de la población mundial que vive con menos de USD 1,90 por familia al día se redujo de alrededor del 35 % en 1990 a menos del 10 % en 2015 (Hurtado, 2018). Evidencia sobre el impacto del comercio sobre la pobreza en los países en desarrollo entre 1993 y 2008 muestra que el cambio en el ingreso real del 20% inferior de la población está fuertemente correlacionado con el cambio en la apertura comercial durante el mismo período (Jacks y Novy, 2020). Las economías emergentes y en desarrollo están desempeñando un papel más importante que nunca en el comercio, contribuyendo a la disminución de la desigualdad entre países.

El comercio ha brindado un acceso sin precedentes a bienes y servicios, con una revolución en la disponibilidad de bienes para los hogares de bajos ingresos. El comercio no solo reduce los precios, sino que también proporciona puestos de trabajo a millones de personas en todo el mundo, facilitándoles oportunidades laborales (Sadeeq, Abdulla, Abdulraheem y Salih, 2020).

Forecast

El forecast es una técnica de predicción del futuro basada en los resultados de datos anteriores. Implica un análisis detallado de tendencias o eventos pasados y presentes para predecir eventos futuros (Caballero, Kebaier, Scavino y Tempone, 2020).

El forecast comienza con la experiencia de gestión y el intercambio de conocimientos. En otras palabras, se puede afirmar que actúa como una herramienta

de planificación que ayuda a las empresas a prepararse para la incertidumbre que puede ocurrir en el futuro (Zhao, Lu, Max y Guler, 2022).

En el caso del forecast empresarial se refiere a las herramientas y técnicas utilizadas para predecir la evolución de los negocios, como las ventas, los gastos y los beneficios. Su propósito es desarrollar mejores estrategias basadas en estas predicciones informadas (Altiga, Barrero, Bloom, Davis y Parke, 2020). Los datos anteriores se recopilan y analizan a través de modelos cuantitativos o cualitativos para que se puedan identificar patrones y dirigir la planificación de la demanda, las operaciones financieras, la producción futura y las operaciones de marketing.

Modelos de Tendencia Temporal. Asumen que existe algún patrón determinista permanente a lo largo del tiempo. Estos modelos se adaptan mejor a los datos que no están dominados por fluctuaciones aleatorias (Jewson, Scher y Messori, 2021). Examinar un gráfico de la serie de tiempo que desea pronosticar suele ser muy útil para elegir un modelo adecuado. El caso más simple de un modelo de tendencia temporal es aquel en el que asume que la serie es una constante más fluctuaciones puramente aleatorias que son independientes de un período de tiempo al siguiente (Whiteman, Neale, Aitken, Gordon y Green, 2019).

Métodos de Series de Tiempo. Asumen que el valor futuro de una variable es una función lineal de los valores pasados. Si el modelo es una función de valores pasados para un número finito de períodos, es un modelo autorregresivo (Cao, Tan, Cui y Luo, 2019). En este tipo de modelo, el mejor pronóstico de un valor futuro es el valor presente.

Bloques Comerciales

Para un número cada vez mayor de países, es difícil resistirse a la atracción de los acuerdos comerciales regionales. Parece como si una de las primeras consecuencias de la globalización fuera la regionalización de los patrones comerciales (Kerremans y Switky, 2018). Esto es visible tanto en las estadísticas comerciales como en los acuerdos comerciales regionales formales.

De hecho, los patrones de comercio e inversión en el sistema de comercio multilateral han sido regionales durante algún tiempo. Los países tienden a comerciar abrumadoramente, y cada vez más, con sus vecinos (Cao y otros, 2019). De hecho, de los 134 miembros actuales de la Organización Mundial del Comercio (OMC), solo tres no son parte de al menos un acuerdo comercial regional: Japón, Hong Kong y Corea del Sur.

Entrevistas a Profesionales

Las entrevistas son una forma de recopilar datos para la investigación. Los datos recopilados suelen ser, aunque no siempre, de naturaleza cualitativa (Sing y Padhi, 2020). Estas generalmente se usan para explorar un tema o temas en profundidad considerable con unas pocas personas (Empson, 2018). En general, son útiles para obtener respuestas a preguntas complejas de un reducido número de personas, que por lo general son expertos en el tema. A diferencia de la aplicación de encuestas, que son aplicable para una mayor población.

Aunque las entrevistas son útiles para obtener información detallada, necesitan una planificación cuidadosa. Antes de comenzar, debe tener muy claro qué áreas desea explorar y que una entrevista es la mejor manera de hacerlo (Wood, Daley y Powell, 2019). La primera cuestión a decidir es qué tan estructurada debe ser su entrevista. Las entrevistas altamente estructuradas se utilizan a menudo en la investigación de

mercado y son básicamente cuestionarios guiados (Topping, Douglas y Winkler, 2021).

Una forma más usual, especialmente para la investigación gerencial y las ciencias sociales, es la entrevista semiestructurada (Aburn, Got y Hoare, 2022). En estas, el entrevistador comienza con una lista de preguntas introductorias generales o temas que desea explorar (Pilbeam, Anthierens, Vanderslott, Tonkin y Wanat, 2022).

Capítulo II: Metodología

Alcance

El proyecto tuvo un alcance descriptivo, en el cual, se observó y documentó varios aspectos del fenómeno de la exportación de pitahaya. No hay manipulación de variables ni búsqueda de causa y efecto relacionado con el fenómeno. Así pues, en palabras de Doyle, McCabe, Keogh, Brady y McCann (2019), los diseños descriptivos describen lo que realmente existe, determinan la frecuencia con la que ocurre y categorizan la información.

Los investigadores plantearon preguntas de investigación y los resultados proporcionaron la base de conocimientos para las hipótesis potenciales que dirigen los estudios correlacionales subsiguientes.

Tipo

Los diseños de investigación de tipo cualitativos tienen sus raíces en el paradigma naturalista. El enfoque de estudio comenzó con la suposición de que la realidad es subjetiva, y que existen múltiples respuestas acertadas (Doyle y otros, 2019). Cuando se sabe poco sobre un fenómeno, experiencia o concepto en particular, a menudo se usa primero un diseño cualitativo.

Una vez que se identificaron los conceptos o temas, se agruparon en una teoría, se pudieron probar mediante un diseño o enfoque cuantitativo. Los diseños de investigación cuantitativa implican principalmente el análisis de números para responder a la pregunta o hipótesis de investigación, mientras que los diseños cualitativos implican principalmente el análisis de palabras (Bluedorn, 2019). En este caso se utilizó un diseño de tipo mixto.

Diseño

Esta investigación se diseñó siguiendo un marco no experimental. Por lo tanto, “no existió una asignación aleatoria, manipulación de variables o grupos de comparación” (Sousa, Driessnack y Costa, 2019, p. 32). En otras palabras, el investigador observó lo que ocurre naturalmente en el proceso de exportación de pitahaya, sin intervenir de ninguna manera. Es así como, los diseños no experimentales pueden parecerse al experimento de solo prueba posterior. Sin embargo, existe una asignación natural del grupo que se está estudiando, es un suceso que ha ocurrido y se quiere examina en profundidad sin poder alterarlo.

Hay muchas razones para emprender diseños no experimentales. En primer lugar, una serie de características o variables no están sujetas ni son susceptibles de manipulación experimental o aleatorización (Bennett, Cheskin y Wilson, 2018). Además, algunas variables no pueden o no deben manipularse. En este caso, ya se han producido variables independientes, por lo que no es posible controlarlas.

Lógica

El razonamiento en este caso fue deductivo, trasladándose de lo general a lo particular. Toma una premisa general y deduce conclusiones particulares. Un argumento deductivo válido es aquel en el que la conclusión se sigue necesariamente de la premisa (Bluedorn, 2019). Por otra parte, uno inválido contuvo algo en la conclusión totalmente nuevo e independiente de las cosas mencionadas en la premisa del argumento. A veces no resulta tan obvio que se ha introducido algo nuevo en la conclusión.

Fuente de Datos

Para el análisis cualitativo, se consideraron 5 participantes que cuenten con las características necesarias para la realización de la siguiente entrevista: expertos en comercio exterior y exportadores de productos agrícolas. De manera que, se planteó un cuestionario semiestructurado de 5 preguntas abiertas, con el objetivo de recopilar información valiosa para comparar y contrastar. A continuación, se muestra el cuestionario:

Cuestionario para Identificar Estrategias de Exportación de la Pitahaya

Nombre:

Área de experiencia:

Años de experiencia:

1. En base a su experiencia: ¿Qué barreras comerciales afectarían la introducción de productos agrícolas en países de El Caribe y como lo harían?
 2. De acuerdo con su conocimiento: ¿Qué factores internos y externos propician la viabilidad económicas de la exportación de productos agrícolas?
 3. En base a su experiencia: ¿Qué tendencias de consumo se deben considerar a la hora de exportar productos agrícolas?
 4. A su parecer: ¿De qué manera las empresas pueden impulsar la competitividad de sus productos agrícolas en el mercado internacional?
 5. De acuerdo con su conocimiento: ¿Qué estrategias son idóneas para posicionar un producto no tradicional en un nuevo mercado?
-

Para el procesamiento de los resultados, se utilizó ATLAS.ti, un software que analiza e interpreta la información de investigaciones cualitativas, organizándola en

formatos digitales, de manera que, mejora la comprensión de los datos recolectados al investigador.

Por otra parte, para cumplir con los demás objetivos, se recopiló data secundaria. Estas provienen de trabajos que analizan, evalúan o interpretan un evento histórico, era o fenómeno, generalmente utilizando fuentes primarias para hacerlo (Bennett y otros, 2018). En este caso, se obtuvo de: OMC, PROECUADOR, MIPRO, INEC, BCE y Agencia Japonesa de Cooperación Internacional. Estas páginas oficiales permitieron obtener información pertinente de las exportaciones de pitahaya ecuatoriana.

Adicionalmente, se empleó la herramienta de Trade Statistics for International Development, del International Trade Centre, Market Access Map y Market Potential Map, en donde se obtuvo información valiosa concerniente al comercio de Ecuador y los países pertenecientes al bloque CARMICON. Por último, se realizó el forecast de exportaciones con estos datos, empleando el software STATGRAPHICS, una aplicación diseñada para el análisis estadístico de datos.

Capítulo III: Resultados

Análisis de Barreras Arancelarias y No Arancelarias

Existen dos vertientes de las barreras comerciales aplicables por la mayoría de países del mundo, las de tipo arancelarias y las no arancelarias. Estas no solamente afectan los intercambios entre países, sino que aumentan los costos de los productos importados, en muchas ocasiones se traducen en medidas proteccionistas al comercio transfronterizo (Baena y Londoño, 2020). En cuanto a Ecuador y El Caribe, estas se han aminorado con el tiempo para fomentar el intercambio de bienes.

Cabe destacar que los países latinoamericanos y de El Caribe están suscritos a diferentes tratados, los cuales promueven la disminución de barreras comerciales y el libre comercio (Geng y Saggi, 2022). Por tanto, se disponen de acuerdos que dificultan la creación de nuevas barreras de manera unilateral.

Entre los más destacados se encuentran: Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC), Comunidad Andina de Naciones (CAN), Mercado Común del Sur (MERCOSUR), Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) y CARICOM.

Las barreras arancelarias se pueden contabilizar numéricamente, puesto que representan un porcentual, dispuesto por cada país a una cantidad de productos importados. Sin embargo, en el caso de las barreras no arancelarias, de acuerdo con la OMC (2021), es muy difícil analizarlas y medir su impacto en los costos de los productos, especialmente cuando se trata de un bloque económico tan diverso, con políticas comerciales individuales y relaciones exteriores independientes.

Por consecuente, la OMC también afirma que, en comparación con el volumen de comercio que efectúa anualmente el bloque CARICOM, sus barreras arancelarias y

no arancelarias son muy bajas. Así, por ejemplo, en un contraste con las disposiciones ecuatorianas, El Caribe exige una menor cantidad de barreras fitosanitarias, esto principalmente debido a la necesidad de que ingresen cárnicos para el consumo interno (Bluedorn, 2019).

En otras palabras, “resultan mucho más importantes las trabas y barreras de tipo indirecto y que tienen que ver, sobre todo, con procedimientos administrativos y burocráticos, logísticas, aduanas o transporte” (Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe, SELA, 2020, p.14).

Para poder analizarlas, se pueden considerar informes del Banco Mundial, en donde, toman en cuenta los marcos regulatorios del bloque CARICOM y como estos disminuyen el comercio con la región latinoamericana. Esto permite ver las similitudes y diferencias de los países, considerando las mismas variables.

Concretamente, el objetivo es disminuir los costos transaccionales entre Ecuador y El Caribe, aumentando la eficiencia del comercio marítimo. No obstante, existen problemas de raíz que aun salen a la luz cuando se intenta mejorar las relaciones exteriores. Uno de ellos, la extensa burocracia que cataloga a los países en vías de desarrollo y el otro, la corrupción latente en las entidades del estado.

A pesar de ello, a través de los años, se ha evidenciado un incremento en el intercambio de bienes entre Ecuador y El Caribe. En el 2021, se exportaron aproximadamente 353 toneladas de productos agrícolas (Caballero y otros, 2020). El principal del aumento se debe a la mejora de las infraestructuras portuarias y el aumento de capacidad de rutas que van desde y hacia el territorio ecuatoriano (Jacks y Novy, 2020).

Aunado a esto, se ha visto un incremento en las relaciones, debido a la adopción de la propuesta de la OMC de reducir las barreras al comercio por parte del bloque CARICOM. Pero, aun así, hay pequeños países proteccionistas, que aún mantienen sus tasas altas para impedir la entrada de productos agrícolas provenientes principalmente de Centroamérica.

Un ejemplo de los casos de reducción de aranceles se refleja en Haití, quienes ostentan un arancel promedio del 3%, debido a la necesidad inherente que tienen por la introducción de alimentos (EU Eastern Neighbourhood: Economic Potential and Future Development, 2019).

Por otra parte, están Santa Lucía y Barbados, quienes mantienen el rol de países proteccionistas para tratar de impulsar su economía agrícola, así pues, Santa Lucía impone un arancel de hasta el 114.6% y Barbados de hasta el 11.9% (Sousa y otros, 2019).

Cabe recalcar además que, los países más importantes de El Caribe: Trinidad y Tobago y Jamaica, en promedio aplican un arancel del 7.5%, cercano al del promedio de la región centroamericana del 6%, mientras que en el bloque CARICOM asciende a una media del 25% (Lucero, 2020).

Estas barreras se pueden comparar en el impacto del costo del producto mediante el porcentual el cual se aplica. Sin embargo, las medidas no arancelarias como los requisitos fitosanitarios son un remanente de las políticas proteccionistas pasadas. Es por esta razón, que es considerada por la OMC como una zona de altas barreras no arancelarias, los cuales encarecen los precios en aproximadamente un 30% (Hurtado, 2018).

Productos Representativos del Bloque CARICOM

El bloque CARICOM es la comunidad más representativa en El Caribe, fundada en 1973, actualmente se compone de 15 naciones independientes y 5 protectorados ingleses. Su locación geográfica la expone a cambios climáticos constantes, lo que ha provocado en algunas ocasiones pérdidas económicas, disminución de la agricultura y suelos infértiles en la región (SELA, 2020).

Con respecto a su población, esta asciende a los 17.4 millones de residentes distribuidos en las distintas islas. Sin embargo, Haití, uno de los países con menor Producto Interno Bruto per cápita, alberga una población de aproximadamente 11 millones, lo que representa aproximadamente un 67% de la población total del bloque (SELA, 2020).

Por otra parte, la población del resto de países no asciende más allá del millón de habitantes.

En términos de viabilidad económica, el bloque CARICOM en conjunto representa \$121 mil millones para la economía global. Sin embargo, no son proporcionalmente iguales (Secretaría de Estado de Comercio España, 2022). Por ejemplo, Trinidad y Tobago representa aproximadamente el 33% de ese valor, mientras que las islas de Barlovento no llegan ni al 1% del total (SELA, 2020).

Para el 1989, los miembros del bloque CARICOM en ese entonces decidieron que la única forma de prosperar en un mundo globalizado es unirse y fomentar el intercambio de bienes entre los países. Por lo tanto, exoneraron el 95% del comercio dentro del bloque, permitiendo la libre movilidad física, de capital y empresas (SELA, 2020).

Ahora bien, en la sección anterior se discutió acerca de las barreras arancelarias, sin embargo, los costos de transporte también representan un incremento en los costos al momento de realizar el intercambio de bienes. Esto debido principalmente a escasez de infraestructura es los países más pequeños. En concreto, la OMC calcula que pueden llegar a representar hasta un 35% del valor del producto (Zhao y otros, 2022).

Aunado a esto, están las infraestructuras logísticas internas deficientes, las cuales demoran el despacho de las cargas y no permiten convertirse en puntos de abastecimiento clave para poder distribuir a todas las islas. Esto hace que el intercambio de bienes inclusive dentro de la región esté muy segmentado y que no se pueda lograr una distribución masiva entre islas.

A pesar de estos problemas, el CARICOM ha estado en constante búsqueda de insertarse en la economía global y dinamizar sus ingresos, que principalmente provienen de los servicios de turismo. No obstante, esto no ha visto progreso en la última década, en donde se ha mantenido su flujo de comercio mundial muy por debajo del 1%. “Lo frenan la escasa infraestructura y sus altos costos de transporte, falta de diversificación y la muy baja innovación” (SELA, 2020, p. 11).

Se ha logrado mantener a flote principalmente por preservar las relaciones comerciales con Estados Unidos de América. Así pues, el 44% de la oferta exportable es comprada por USA y el 40% de los importados proviene de ahí mismo. Sin embargo, la cifra de comercio rondó alrededor de los \$ 7 mil millones en el 2021 (Wood y otros, 2019).

Claro está que hay excepciones a la regla, por ejemplo, Trinidad y Tobago mantiene la batuta por su producción petrolífera, de gas licuado y sus derivados. Esto

lo ha logrado posicionar como el país más fuerte del bloque CARICOM. “Es una economía más dinámica y es la que concentra, con mucho, los mayores intercambios comerciales y de inversión con América Central” (SELA, 2020, p. 12).

Cuando a productos se refiere, el bloque CARICOM centra su producción en fertilizantes, alcohol etílico y barras de hierro. A su vez, potencializa el mercado de materias primas como el azúcar de caña, jugos, textiles, pienso, botellas plásticas, entre otras (SELA, 2020).

Otro de los países que también posee una elevada participación en el comercio de la región, es República Dominicana, quien le sigue Trinidad y Tobago. Su principal destino es el país vecino de Haití, de donde se promueve una relación simbiótica con respecto a productos de primera necesidad (Topping y otros, 2021). De ahí en adelante, el resto del PIB se reparte entre los demás países proporcionalmente.

Para el caso del Ecuador, el principal socio comercial en el bloque CARICOM es Trinidad y Tobago, con quien ha mantenido relaciones constantes y crecientes durante la última década. Con el resto de las naciones el comercio es esporádico y no permanente, lo que inhibe la presencia de datos financieros entre la relación del bloque y el territorio ecuatoriano.

Por ejemplo, con Jamaica en el 2020 se intercambiaron bienes por aproximadamente un valor de \$183 millones, sin embargo, el año pasado muy pocos de esos intercambios se mantuvieron (Paul y Chen, 2019). Lo mismo sucede con Haití, con quien tiene una balanza comercial favorable para Ecuador de \$89 millones (Farboodi y otros, 2021).

Siguiendo con esta línea, Ecuador ha mantenido relaciones ocasionales con los países de la Organización de Estados del Caribe Oriental (OECS), con quienes logró exportaciones inferiores a los \$17 millones en el 2020 (SELA, 2020). “Con Guyana y Surinam el comercio es cercano a los \$12 millones” (SELA, 2020, p. 14).

Es por esta razón que, los datos financieros acerca del intercambio de bienes entre Ecuador y el bloque CARICOM son erráticas y muy pocas veces precisas. En otras palabras, los datos son generales y no satisfacen las necesidades de análisis de mercado necesarias. Por ende, está claro que la presencia de inversionistas ecuatorianos en este mercado es mínima y una penetración resultaría en una transacción a ciegas con respecto al bloque.

Oportunidades del Bloque CARICOM

A pesar de los costos que representan las barreras arancelarias y no arancelarias, los altos costos de transporte debido a bajas infraestructuras logísticas, las investigaciones pronostican un crecimiento sostenido del desarrollo durante los próximos 10 años (Banco Mundial, BM, 2022). En donde se favorecerá el intercambio de materias primas, productos manufacturados, capitales y recursos destinados a la inversión extranjera.

Esto debido principalmente al protagonismo de su población joven, los recursos naturales, su cercanía al mercado estadounidense y al Canal de Panamá y la inversión en logística (SELA, 2020). Esto ha formado una combinación idónea para el crecimiento en materia económica. Por lo que se prevé un crecimiento de las relaciones internacionales con los demás países.

Asimismo, con mayor frecuencia se han impulsado las reuniones de materia comercial entre El Caribe, los países centroamericanos y latinoamericanos. De manera que, se intentan estrechar lazos de cooperación con respecto a la seguridad de fronteras, logística exterior y barreras comerciales (USAID Regional Development Mission for Asia, 2022). Esto ha permitido a que se empiecen a generar lazos económicos que pueden terminar en tratados importantes para toda la región.

Aun son considerables los esfuerzos necesarios para que esto suceda, principalmente por lo vulnerable del bloque y la falta de integración de los pequeños estados a las políticas comunes (EU Eastern Neighbourhood: Economic Potential and Future Development, 2019). “Se debe ir fraguando la voluntad política para llevar las relaciones a un nuevo y superior nivel, que permita realmente elevar los coeficientes de comercio, inversión e integración” (SELA, 2020, p. 27)

Así pues, el futuro de las exportaciones está encaminado hacia un solo camino de cooperación, en donde el bloque CARICOM pueda actuar como uno solo frente a las negociaciones con Latinoamérica. De manera que, una mayor cantidad de productos sean intercambiados, incluyendo agrícolas como la pitahaya y manufacturados con valor agregado para los países.

El SELA (2020), afirma que, para lograrlo, “se hace necesario empezar por conseguir una cierta simetría en la organización y arquitectura institucional del fomento económico, la integración y la cooperación en todos los ámbitos” (p. 27). En otras

palabras, forjar una sola visión de las relaciones comerciales.

Por último, se ha evidenciado dentro de las oportunidades del bloque CARICOM, facilitación de actividades de fomento para la promoción comercial, es decir, ferias comunes, rondas de negociaciones entre países, actividades gubernamentales, estímulos de las PYMES. Esto en conjunto ha permitido incrementar la competitividad del bloque y aumentar su capacidad económica para el intercambio de bienes.

Comparación Medidas Arancelarias y No Arancelarias

Tabla 1

Cuadro comparativo de BA y BNA de productos primarios de los países del bloque CARICOM a 2021.

Países	Barreras Arancelarias (BA)	Barreras No Arancelarias (BNA)
Antigua y Barbuda	-Arancel del 18.1%	-Normas Sanitarias y Fitosanitarias (proceso de 3 etapas con cuarentena en lugar de origen y envío de muestra previo a zarpe del contenedor) -Normas de Origen (certificado del país de origen y donde ha hecho escalas)
Bahamas	-Arancel del 14%	-Licencia de importación (se debe obtener una licencia de la empresa importadora al Ministerio de Agricultura y Acuacultura)

		-Normas Sanitarias y Fitosanitarias (incluye muestreo y fumigación)
Barbados	-Arancel del 11.9%	-Normas Sanitarias y Fitosanitarias (sistema de inspección y verificación de cumplimiento de regulaciones fitosanitarias)
Belice	-Arancel del 24.1%	-Cuota de importación (cantidad en toneladas permitidas mensuales) -Normas Sanitarias y Fitosanitarias (establecimiento de niveles máximos autorizados de residuos de plaguicidas)
Haití	-Arancel del 3%	-Licencia de importación (Solicitada al Ministerio de Relaciones Exteriores, solo se otorgan 10 nuevas licencias anuales) -Normas Sanitarias y Fitosanitarias (inspección de los productos)
Jamaica	-Arancel del 7.5%	-Normas Sanitarias y Fitosanitarias (exclusión del uso de determinadas pesticidas cancerígenos)
República Dominicana	-Arancel del 17.5%	-Normas Sanitarias y Fitosanitarias (inspección in situ)
Surinam	-Arancel del 16.8%	-Licencia de importación (Se tramita en línea y

		permite a una empresa comercializar cualquier tipo de producto)
		-Normas Sanitarias y Fitosanitarias (límites autorizados de residuos de plaguicidas)
Trinidad y Tobago	-Arancel del 7.5%	-Normas Sanitarias y Fitosanitarias (muestra previo a la obtención de licencia de importación)

Análisis Situación Interna y Externa del Bloque

Antigua y Barbuda

Tabla 2

Análisis FODA de Antigua y Barbuda.

Fortalezas	Debilidades
-Elevado stock de recursos naturales.	-Baja infraestructura logística para el transporte de carga.
-Existencia de un sistema de inspección y verificación de cumplimiento de regulaciones fitosanitarias.	-Altas tasas arancelarias.
Oportunidades	Amenazas
-Implementación de clúster en el sector agrícola para mejorar la cadena de valor.	-Bajo nivel de integración regional.
-Políticas proteccionistas que fomentan el mercado interno.	-Alto costo de comercio transfronterizo.

Bahamas

Tabla 3

Análisis FODA de Bahamas.

Fortalezas	Debilidades
-Sector terciario ampliamente desarrollado. -Suscripción a acuerdos de libre comercio con Estados Unidos.	-Altas tasas arancelarias. - Dependencia del sector terciario.
Oportunidades	Amenazas
-Recuperación postpandémica del turismo. -Inversión extranjera directa en aumento.	-Sensible a situaciones externas económicas o naturales. -Riesgo de cierre de los servicios por desastres naturales.

Barbados

Tabla 4

Análisis FODA de Barbados.

Fortalezas	Debilidades
-Existencia de un sistema de inspección y verificación de cumplimiento de regulaciones fitosanitarias. - Estabilidad política.	-Baja infraestructura logística para el transporte de carga. -Altos costos portuarios.
Oportunidades	Amenazas
--Implementación de clúster en el sector agrícola para mejorar la cadena de valor. - Políticas proteccionistas que fomentan el mercado interno.	-Riesgo a desastres naturales. - Alto costo de comercio transfronterizo.

Belice

Tabla 5

Análisis FODA de Belice.

Fortalezas	Debilidades
-Elevado stock de recursos naturales.	-Inestabilidad política.
-Bajo costo de mano de obra.	-Altas tasas arancelarias.

Oportunidades	Amenazas
--Implementación de clúster en el sector agrícola para mejorar la cadena de valor.	-Riesgo a desastres naturales.
-	-Alto costo de comercio transfronterizo.

Haití

Tabla 6

Análisis FODA de Haití.

Fortalezas	Debilidades
- Elevado stock de recursos naturales.	-Inestabilidad política.
-Industrialización intermedia.	-Altos costos portuarios.

Oportunidades	Amenazas
-Demandas internacionales de alimentos aumentan, por tanto, también la economía basada en la oferta exportable.	-Bajo nivel de integración regional.
-	-Riesgo a desastres naturales.

Jamaica

Tabla 7

Análisis FODA de Jamaica.

Fortalezas	Debilidades
-Proveedor mundial de recursos agrícolas. -Suscripción a acuerdos de preferencias con Estados Unidos.	-Baja infraestructura logística para el transporte de carga. -Inestabilidad política.
Oportunidades	Amenazas
-Demandas internacionales de alimentos aumentan, por tanto, también la economía basada en la oferta exportable. -	-Bajo nivel de integración regional. -Alto costo de comercio transfronterizo.

República Dominicana

Tabla 8

Análisis FODA de República Dominicana.

Fortalezas	Debilidades
-Elevado stock de recursos naturales. -Industrialización intermedia.	-Inestabilidad política. -Altas tasas arancelarias.
Oportunidades	Amenazas
-Nuevos espacios para integrar cadenas de valor agrícolas. --Implementación de clúster en el sector agrícola para mejorar la cadena de valor.	-Bajo nivel de integración regional. - Alta competitividad en la calidad de los productos exportables.

Surinam

Tabla 9

Análisis FODA de Surinam.

Fortalezas	Debilidades
--Existencia de un sistema de inspección y verificación de cumplimiento de regulaciones fitosanitarias. -Bajo costo de mano de obra.	-Inestabilidad política. -Oferta de productos sin valor agregado.
Oportunidades	Amenazas
--Implementación de clúster en el sector agrícola para mejorar la cadena de valor. - Políticas proteccionistas que fomentan el mercado interno.	-Alta competitividad en la calidad de los productos exportables. -Alto costo de comercio transfronterizo.

Trinidad y Tobago

Tabla 10

Análisis FODA de Trinidad y Tobago.

Fortalezas	Debilidades
-Estabilidad política. -Proveedor mundial de recursos metalíferos, petróleo y gas.	-Baja infraestructura logística para el transporte de carga. -Oferta de productos sin valor agregado.
Oportunidades	Amenazas
-Inversión extranjera directa superior a la región. -Espacios para integrar cadenas de valor industrial.	-Alta competitividad en la calidad de los productos exportables. -Alto costo de comercio transfronterizo.

Análisis General

Tabla 11

Análisis FODA del bloque CARICOM.

Fortalezas	Debilidades
-Gran clima para la producción agrícola.	-Falta de datos confiables.
-Costo de mano de obra relativamente bajo.	-Sistema de delimitación de la tierra agrícola poco claro, combinado con escasez de tierras y aumento de la población.
-Ubicación estratégica para las exportaciones de la región a EE.UU.	-Débil infraestructura de transporte rural y marítima.
-Coordinación creciente entre productores, con formación de clústeres.	-Inestabilidad política.
Oportunidades	Amenazas
-Nuevas técnicas disponibles para mejorar la productividad y calidad de los cultivos: micro fertilización de bajo costo, técnicas mejoradas de preparación de la tierra y uso de tecnologías de riego mejoradas.	-Acceso limitado a financiación.
-Creciente demanda regional.	-Los cambios climáticos agresivos, el clima impredecible y la falta de datos históricos socavan el potencial de desarrollo de los seguros agrícolas.
- Mayor desarrollo de la cadena de valor de los productos.	-Las entradas de productos, programas, ONG y ayuda alimentaria gratuitos de los países donantes, pueden perturbar los mercados internos.
-Capacitaciones internacionales por parte de ONGs para añadir valor agregado a las frutas y legumbres.	-Aumento de los estándares internacionales para entrada de productos agrícolas.

Tendencias de Consumo del Bloque CARICOM

En el caso del CARICOM, no se puede elegir entre la industria y la agricultura. Las islas necesitan una explotación agrícola tan grande como sea posible. Por tanto, buscan involucrar a más personas, sin reducir la producción per cápita de otros productos. Es por ello que, desde los inicios se vieron en la necesidad de importar productos agrícolas que satisfagan la demanda poblacional creciente del bloque.

Sin embargo, se planteaba aun el problema del proteccionismo. Por lo que, los líderes más neoliberales empezaron a proponer subsidios a la exportación. Así pues, la lógica era simple, la mayoría de las industrias tendrán que exportar, y para ello deberán poder competir en el mercado mundial, y si pueden competir allí, no necesitarán protección en el mercado interno.

Por estas razones, se acopló un programa por parte de Estados Unidos, denominado Industrialización por Invitación, se basó en tres pilares: incentivos fiscales, promoción y atracción de inversión extranjera directa (IED), y una política de importaciones orientada a desarrollar industrias objetivo, como la agricultura. Los incentivos fiscales también fueron un componente clave que sentó las bases para el desarrollo de industrias y empresas en las economías del CARICOM.

El enfoque de Industrialización por Invitación para el desarrollo ha retrocedido progresivamente y los países han adoptado una política económica más orientada hacia el exterior, manteniendo al mismo tiempo algunas características fundamentales del modelo original. Algunas de las economías caribeñas más grandes de CARICOM (Barbados, Guyana, Jamaica y Trinidad y Tobago) emprendieron políticas de estabilización del 2010 al 2020, con el objetivo simultáneo de restaurar el equilibrio macroeconómico y adoptar políticas comerciales más orientadas al mercado.

En parte como resultado de sus regímenes heredados de política económica, historia y ubicación geográfica, las economías caribeñas son economías abiertas en términos de la composición de la demanda agregada. A pesar de que el grado de apertura de algunos países del Caribe ha disminuido durante la última década, su relación entre las importaciones y el monto total del gasto interno en bienes y servicios finales todavía oscila entre 43% y 90%.

De manera similar, los países del Caribe CARICOM también comparten un patrón similar de orientación comercial. El comercio puertorriqueño se orienta principalmente, por razones obvias, hacia los Estados Unidos que representa el 77% de todas sus exportaciones. El segundo socio comercial es Europa seguido de Asia (13% y 3%, respectivamente). Sudamérica representa apenas el 0,6% de las exportaciones totales y Centroamérica un insignificante 0,33%.

Cabe señalar que las economías del CARICOM tienen diferencias importantes en la composición de sus exportaciones. Entre 2015 y 2019, los países del Caribe han mantenido o aumentado la participación de las exportaciones basadas en recursos naturales. En el caso de Estados Unidos ha pasado del 19% al 27%. En el caso de Europa se ha mantenido por encima del 50%.

Las exportaciones de manufacturas basadas en recursos han disminuido (66% a 44% en el caso de los Estados Unidos y 25% a 23% en el caso de Europa). Finalmente, las exportaciones manufactureras que no se basan en recursos naturales han aumentado sino por la creciente importancia de la industria de la confección en el caso de Estados Unidos, que se encuentra en el extremo inferior de la cadena de valor agregado.

Por el contrario, las importaciones del bloque se concentran en productos farmacéuticos, equipo de cómputo y maquinaria eléctrica representando en el 2020 el 70%, 9% y 2% del total. Los equipos de cómputo y los productos farmacéuticos se consideran manufacturas con una alta calificación e intensidad tecnológica, mientras que la maquinaria eléctrica se considera una manufactura con una calificación e intensidad tecnológica medias.

Excluyendo los combustibles que representan el 5% de sus importaciones totales, la estructura importadora del CARICOM también está sesgada hacia productos de alta y media tecnología. El principal producto de importación son los productos químicos seguidos de los productos informáticos y electrónicos, equipos y maquinarias de transporte (43%, 7%, 8% y 4%).

Un factor clave que determina el comercio y la inversión es el tamaño del mercado. CARICOM Las economías caribeñas tienen, con algunas excepciones, en particular Trinidad y Tobago, un mercado pequeño que limita la expansión de las exportaciones y el potencial de diversificación.

Las características estructurales típicas de las pequeñas economías abiertas incluyen una base de importación limitada, una dirección del comercio que está muy concentrada hacia los principales mercados de los países desarrollados debido al acceso preferencial al mercado para sus principales productos de exportación.

Estas economías también son vulnerables a las perturbaciones externas, lo que hace que sus ingresos sean propensos a la volatilidad. Además, sus ahorros nacionales están por debajo de sus necesidades financieras de inversión y gasto.

Finalmente, poseen una capacidad institucional limitada, debido en parte a una infraestructura física y humana inadecuada. Sin embargo, del mismo modo que no se

debe subestimar la importancia del tamaño pequeño como factor limitante para la expansión y diversificación de los flujos comerciales y de inversión, la composición del producto y la producción puede, en cierta medida, compensar esta restricción.

De hecho, mientras que el tamaño determina la escala de los flujos comerciales, la composición de la producción determinará inevitablemente la orientación del producto del comercio. CARICOM posee una característica importante para la creación de una ventaja comparativa en relación con otras regiones, la de la diversidad económica o heterogeneidad estructural dentro de un área geográfica estrecha. La estructura de las economías caribeñas de CARICOM oscila dentro de dos polos opuestos, economías basadas en recursos y economías basadas en servicios.

Las economías basadas en recursos incluyen a Belice, Dominica, Guyana, Trinidad y Tobago y Surinam. Las economías basadas en servicios comprenden las Bahamas, Barbados y algunas de las economías más pequeñas, como Santa Lucía y San Vicente y las Granadinas. Otras economías, como St. Kitts y Nevis, están haciendo la transición para convertirse en una economía totalmente basada en servicios con la reestructuración de su industria azucarera. Por su parte, Jamaica sigue siendo en parte una economía basada en servicios y en parte una economía basada en recursos.

Las economías basadas en servicios pueden exhibir un mayor grado de vulnerabilidad que las economías basadas en recursos, en parte debido a los fuertes vínculos de estas con áreas de actividad económica. Al mismo tiempo, debido a que el sector servicios tiende a predominar, a nivel agregado y con la exclusión de algunos países durante el 2021, el sector servicios aumentó su contribución al producto del 39,1% al 46,6%) y está orientado principalmente a las actividades turísticas, existe Hay margen para la complementariedad entre ese servicio específico y otras áreas de servicio en las que Puerto Rico tiene una base sólida.

Entre estos, los servicios financieros podrían resultar ser, a la luz del deseo de formar un mercado de capitales regional, un área clave de colaboración entre las economías del CARICOM.

Pronósticos Automáticos (Fruits & Nuts Uncooked)

Datos/Variable: Fruits & nuts uncooked

Número de observaciones = 20

Índice Inicial = 2002

Intervalo de Muestra = 1,0 año(s)

Resumen de Pronósticos

Modelo de pronóstico seleccionado: Caminata aleatoria con drift = 231,474

Número de pronósticos generados: 12

Número de periodos retenidos para validación: 0

Tabla 12

Periodo de estimación de Fruits & Nuts Uncooked.

Estadístico	Periodo de Estimación
RMSE	313,423
MAE	238,338
MAPE	12,6036
ME	-9,57363E-14
MPE	-4,43123

Fuente: Obtenido de (STATGRAPHICS, 2022).

Este procedimiento pronostica futuros valores de Fruits & nuts uncooked. Los datos cubren 20 periodos de tiempo. Actualmente, se ha seleccionado el modelo de camino aleatorio con deriva. Este modelo asume que la mejor predicción para datos

futuros viene dada por el último valor de datos posible más una constante de deriva arriba o abajo. Esta tabla también resume el desempeño del modelo actualmente seleccionado en ajustar datos históricos.

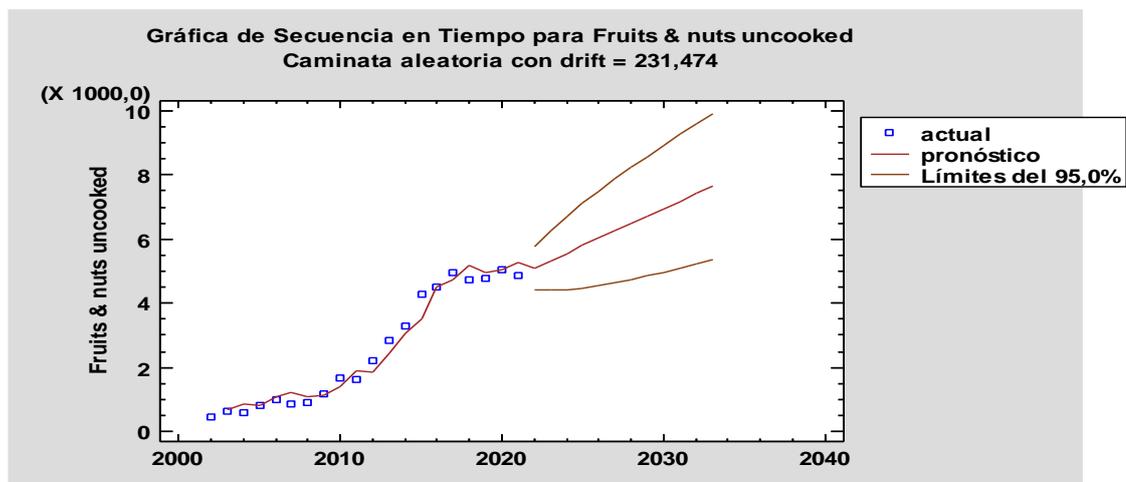
Se muestra:

- (1) la raíz del error cuadrado medio (RMSE)
- (2) el error absoluto medio (MAE)
- (3) el porcentaje de error absoluto medio (MAPE)
- (4) el error medio (ME)
- (5) el porcentaje de error medio (MPE)

Cada uno de los estadísticos está basado en los errores de pronóstico uno-adelante, los cuales son las diferencias entre los datos al tiempo t y el valor pronosticado al tiempo $t-1$. Los primeros tres estadísticos miden la magnitud de los errores. Un mejor modelo daría un valor más pequeño. Los últimos dos estadísticos miden el bias. Un mejor modelo daría un valor más cercano a 0.

Figura 1

Gráfica de secuencia en tiempo.



Fuente: Obtenido de (STATGRAPHICS, 2022).

Tabla 13*Pronóstico de Fruits & Nuts Uncooked.*

Periodo	Pronóstico	Límite en 95%	
		Inferior	Superior
2022	5093,47	4435,0	5751,95
2023	5324,95	4393,72	6256,18
2024	5556,42	4415,9	6696,94

Fuente: Obtenido de (STATGRAPHICS, 2022).

Esta tabla muestra los valores pronosticados para Fruits & nuts uncooked. Durante el periodo en donde hay disponibles datos, también se muestran los valores predichos del modelo ajustado y los residuos (dato-pronóstico). Para los periodos de tiempo más allá de la serie de tiempo, se muestran los límites del 95,0% de predicción para los pronósticos. Estos límites muestran en donde podría estar el valor verdadero del dato, al tiempo futuro seleccionado, con 95,0% de confianza, asumiendo que el modelo ajustado es apropiado para los datos.

Tabla 14*Periodo de estimación fruits & nuts uncooked.*

Modelo	RMSE	MAE	MAPE	ME	MPE	AIC	HQC	SBIC
(A)	382,941	297,368	14,1434	231,474	10,6081	11,8958	11,8958	11,8958
(B)	313,423	238,338	12,6036	-9,5733E-14	-4,43123	11,5951	11,6048	11,6449
(C)	1788,74	1619,82	120,997	-3,6378E-13	-85,8308	15,0785	15,0883	15,1283
(D)	511,685	405,897	31,1627	8,14907E-11	2,63772	12,6754	12,6949	12,775
(E)	482,373	358,304	20,7983	-1,30385E-9	-1,08996	12,6574	12,6866	12,8068
(F)	763,368	474,277	15,9863	-9,59364	-1,66314	13,4755	13,4949	13,5751
(G)	756,611	470,985	15,9109	-8,72289	-1,64588	13,4577	13,4771	13,5573
(H)	529,967	379,75	15,9535	361,139	14,8965	12,6456	12,6553	12,6954
(I)	382,959	282,508	13,4364	219,922	10,0785	11,9959	12,0056	12,0456
(J)	314,074	248,488	13,893	13,7296	4,20777	11,5993	11,609	11,649
(K)	329,88	237,756	11,5895	71,8782	2,53018	11,7975	11,8169	11,897

(L)	327,668	257,484	13,5729	-43,463	-0,22309	11,684	11,6937	11,7338
(M)	327,533	283,965	13,7507	-12,5409	-0,21241	11,6832	11,6929	11,733
(N)	298,473	219,186	11,8115	-3,82807	0,140064	11,6974	11,7265	11,8467
(O)	331,741	255,112	12,5258	-12,3393	-0,38653	11,7087	11,7184	11,7585
(P)	337,012	257,265	12,8297	76,8638	4,32559	11,7402	11,75	11,79

Fuente: Obtenido de (STATGRAPHICS, 2022).

RMSE = Root Mean Squared Error (Raíz del Cuadrado Medio del Error).

RUNS = Prueba ejecuciones excesivas arriba y abajo.

RUNM = Prueba ejecuciones excesivas arriba y abajo de la mediana.

AUTO = test Ljung-Box por autocorrelación excesiva.

MEDIA = Prueba para diferencia en medias entre la 1ª mitad y la 2ª mitad.

VAR = Prueba para diferencia en varianza entre la 1ª mitad y la 2ª mitad.

Pronósticos Automáticos (Fresh Strawberries)

Datos/Variable: Fresh Strawberries

Número de observaciones = 20

Índice Inicial = 2002

Intervalo de Muestra = 1,0 año(s)

Resumen de Pronósticos

Modelo de pronóstico seleccionado: Caminata aleatoria

Número de pronósticos generados: 12

Número de periodos retenidos para validación: 0

Tabla 15

Periodo de estimación para fresh strawberries.

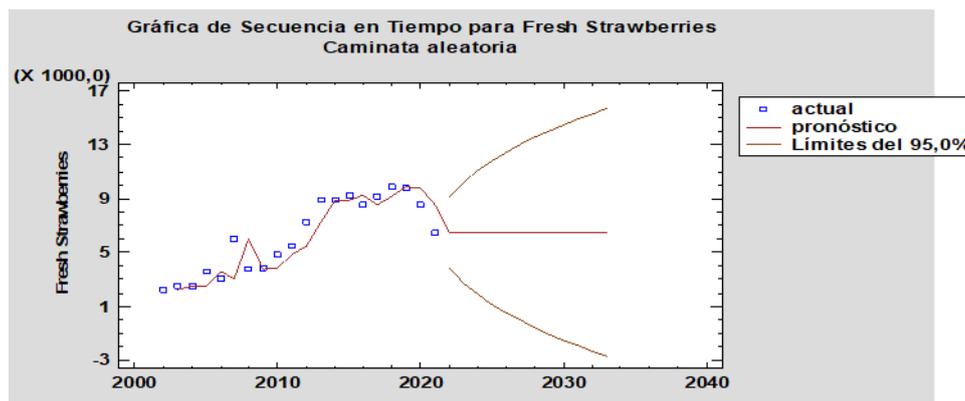
Estadístico	Periodo de Estimación
RMSE	1274,16
MAE	972,368
MAPE	17,3786
ME	225,737
MPE	2,72365

Fuente: Obtenido de (STATGRAPHICS, 2022).

Este procedimiento pronostica futuros valores de Fresh Strawberries. Los datos cubren 20 periodos de tiempo. Actualmente, se ha seleccionado el modelo de una caminata aleatoria. Este modelo asume que el mejor pronóstico para datos futuros está dado por el valor del último dato disponible. Esta tabla también resume el desempeño del modelo actualmente seleccionado en ajustar datos históricos.

Figura 2

Gráfica de secuencia en tiempo para fresh strawberries.



Fuente: Obtenido de (STATGRAPHICS, 2022).

Tabla 16*Pronósticos de fresh strawberries.*

Periodo	Pronóstico	Límite en 95%	
		Inferior	Superior
2022	6480,0	3813,14	9146,86
2023	6480,0	2708,49	10251,5
2024	6480,0	1860,87	11099,1

Fuente: Obtenido de (STATGRAPHICS, 2022).

Esta tabla muestra los valores pronosticados para Fresh Strawberries. Durante el periodo en donde hay disponibles datos, también se muestran los valores predichos del modelo ajustado y los residuos (dato-pronóstico). Para los periodos de tiempo más allá de la serie de tiempo, se muestran los límites del 95,0% de predicción para los pronósticos. Estos límites muestran en donde podría estar el valor verdadero del dato, al tiempo futuro seleccionado, con 95,0% de confianza, asumiendo que el modelo ajustado es apropiado para los datos.

Tabla 17*Periodo de estimación fresh strawberries.*

Modelo	RMSE	MAE	MAPE	ME	MPE	AIC	HQC	SBIC
(A)	1274,16	972,368	17,3786	225,737	2,72365	14,3001	14,3001	14,3001
(B)	1288,37	939,645	16,8705	-1,91473E-13	-1,62337	14,4223	14,432	14,4721
(C)	2761,76	2443,3	55,07	3,63798E-13	-27,9904	15,9472	15,957	15,997
(D)	1385,34	1052,16	18,0836	-2,91038E-11	-5,3012	14,6674	14,6868	14,767
(E)	1266,18	1002,07	19,7543	7,45058E-9	-2,61795	14,5875	14,6167	14,7369
(F)	1766,49	1182,83	19,1821	104,011	-2,82428	15,1535	15,1729	15,2531
(G)	1760,5	1178,55	19,1077	103,557	-2,80543	15,1467	15,1661	15,2463
(H)	1425,79	1109,33	18,0877	397,889	5,48634	14,625	14,6347	14,6748
(I)	1269,79	926,139	16,2983	244,404	3,09236	14,3932	14,4029	14,443
(J)	1330,53	1054,95	20,0946	-73,713	-0,066688	14,4867	14,4964	14,5364
(K)	1321,12	933,369	16,6536	-134,561	-3,27524	14,5725	14,5919	14,672
(L)	1357,58	1087,87	20,6588	-241,458	-3,39687	14,5269	14,5366	14,5767

(M)	1274,16	972,368	17,3786	225,737	2,72365	14,3001	14,3001	14,3001
(N)	1273,93	921,485	16,4923	193,707	2,24006	14,3997	14,4094	14,4495
(O)	1302,67	978,24	17,1322	265,324	3,45671	14,4443	14,4541	14,4941
(P)	1246,29	931,998	17,9462	107,709	-2,51166	14,4559	14,4753	14,5554

Fuente: Obtenido de (STATGRAPHICS, 2022).

Pronósticos Automáticos (Bananas)

Datos/Variable: Bananas

Número de observaciones = 20

Índice Inicial = 2002

Intervalo de Muestra = 1,0 año(s)

Resumen de Pronósticos

Modelo de pronóstico seleccionado: Caminata aleatoria

Número de pronósticos generados: 12

Número de periodos retenidos para validación: 0

Tabla 18

Pronóstico de bananas.

Estadístico	Periodo de Estimación
RMSE	2794,52
MAE	1965,32
MAPE	14,1102
ME	427,947
MPE	3,35717

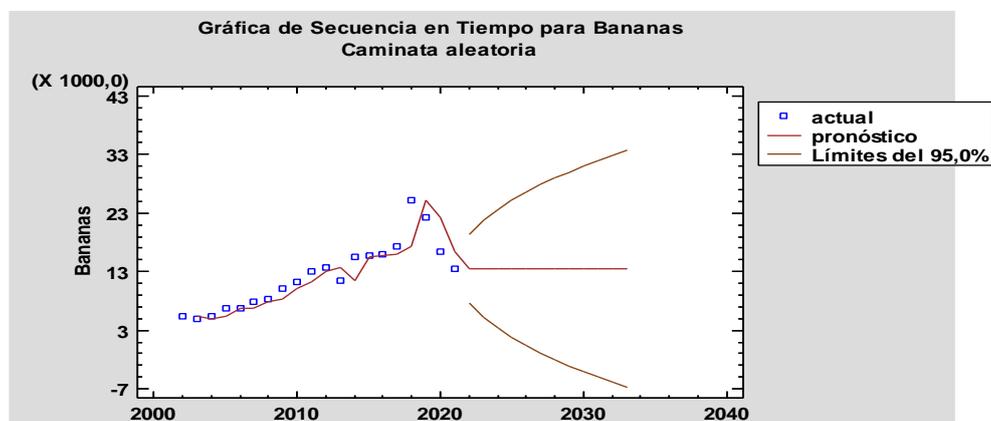
Fuente: Obtenido de (STATGRAPHICS, 2022).

Este procedimiento pronostica futuros valores de Bananas. Los datos cubren 20 periodos de tiempo. Actualmente, se ha seleccionado el modelo de una caminata aleatoria. Este modelo asume que el mejor pronóstico para datos futuros está dado por

el valor del último dato disponible. Esta tabla también resume el desempeño del modelo actualmente seleccionado en ajustar datos históricos.

Figura 3

Gráfica de secuencia de tiempo para bananas.



Fuente: Obtenido de (STATGRAPHICS, 2022).

Tabla 19

Pronóstico de bananas.

Periodo	Pronóstico	Límite en 95%	
		Inferior	Superior
2022	13494,0	7644,99	19343,0
2023	13494,0	5222,26	21765,7
2024	13494,0	3363,22	23624,8

Fuente: Obtenido de (STATGRAPHICS, 2022).

Esta tabla muestra los valores pronosticados para Bananas. Durante el periodo en donde hay disponibles datos, también se muestran los valores predichos del modelo ajustado y los residuos (dato-pronóstico). Para los periodos de tiempo más allá de la serie de tiempo, se muestran los límites del 95,0% de predicción para los pronósticos. Estos límites muestran en donde podría estar el valor verdadero del dato, al tiempo futuro seleccionado, con 95,0% de confianza, asumiendo que el modelo ajustado es apropiado para los datos.

Tabla 20*Periodo de estimación bananas.*

Modelo	RMSE	MAE	MAPE	ME	MPE	AIC	HQC	SBIC
(A)	2794,52	1965,32	14,1102	427,947	3,35717	15,8708	15,8708	15,8708
(B)	2837,23	1845,11	13,0359	-5,7418E-13	-0,75405	16,0012	16,0109	16,051
(C)	5618,79	4517,4	47,8561	7,27596E-13	-24,1017	17,3677	17,3775	17,4175
(D)	2748,69	1611,4	11,9734	-2,3281E-11	-2,7558	16,0378	16,0572	16,1373
(E)	2759,51	1593,79	12,5158	-6,7552E-9	-1,74743	16,1456	16,1748	16,295
(F)	3213,42	1923,07	13,8955	154,591	-1,74703	16,3502	16,3696	16,4498
(G)	3203,73	1915,18	13,8189	154,21	-1,73329	16,3441	16,3636	16,4437
(H)	3450,41	2457,78	17,7564	785,278	6,15607	16,3925	16,4022	16,4423
(I)	2794,55	1867,1	13,405	406,608	3,18973	15,9709	15,9806	16,0206
(J)	3117,14	1933,83	13,7514	-284,894	-1,06506	16,1893	16,1991	16,2391
(K)	3151,21	1877,91	15,0036	-432,934	-7,07176	16,3111	16,3305	16,4107
(L)	3261,11	1951,3	13,748	-624,24	-4,30628	16,2796	16,2894	16,3294
(M)	2794,52	1965,32	14,1102	427,947	3,35717	15,8708	15,8708	15,8708
(N)	2237,02	1482,11	12,6645	-96,2247	-3,05117	15,9258	15,9744	16,1747
(O)	2794,5	1865,76	13,3977	399,251	3,12842	15,9708	15,9805	16,0206
(P)	2828,29	1940,68	13,7771	340,255	2,79539	15,9949	16,0046	16,0446
(Q)	2845,31	1933,99	13,7873	350,149	2,84328	16,0069	16,0166	16,0566

Fuente: Obtenido de (STATGRAPHICS, 2022).***Pronósticos Automáticos (Coconuts)***

Datos/Variable: Coconuts

Número de observaciones = 20

Índice Inicial = 2002

Intervalo de Muestra = 1,0 año(s)

Resumen de Pronósticos

Modelo de pronóstico seleccionado: Tendencia lineal = -763654, + 382,868 t

Número de pronósticos generados: 12

Número de periodos retenidos para validación: 0

Tabla 21

Pronóstico de coconuts.

Estadístico	Periodo de Estimación
RMSE	1253,55
MAE	821,15
MAPE	12,3547
ME	4,07454E-11
MPE	-2,47498

Fuente: Obtenido de (STATGRAPHICS, 2022).

Tabla 22

Medidas de tendencia.

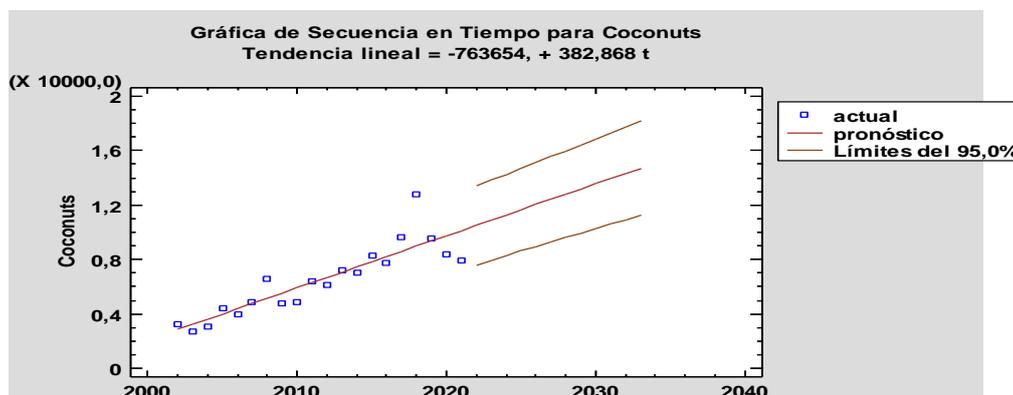
Parámetro	Estimado	Error Estd.	t	Valor-P
Constante	-763654,	97780,9	-7,80985	0,000000
Pendiente	382,868	48,6107	7,87621	0,000000

Fuente: Obtenido de (STATGRAPHICS, 2022).

Este procedimiento pronostica futuros valores de Coconuts. Los datos cubren 20 periodos de tiempo. Actualmente, se ha seleccionado el modelo de una tendencia lineal. Este modelo asume que el mejor pronóstico disponible para datos futuros está dado por la línea de regresión lineal ajustada con todos los datos anteriores. La salida resume la significancia estadística de los términos en el modelo de pronósticos. Términos con valores-P menores que 0,05 son estadísticamente diferentes de cero con un nivel de confianza del 95,0%. En este caso, el valor-P para el término lineal es menor que 0,05, de modo que es estadísticamente diferente de 0.

Figura 4

Gráfica de secuencia de tiempo para coconuts.



Fuente: Obtenido de (STATGRAPHICS, 2022).

Tabla 23

Periodo de pronóstico para coconuts.

Periodo	Pronóstico	Límite en 95%	
		Inferior	Superior
2022	10505,9	7601,96	13409,8
2023	10888,7	7945,58	13831,9
2024	11271,6	8286,23	14257,0

Fuente: Obtenido de (STATGRAPHICS, 2022).

Esta tabla muestra los valores pronosticados para Coconuts. Durante el periodo en donde hay disponibles datos, también se muestran los valores predichos del modelo ajustado y los residuos (dato-pronóstico). Para los periodos de tiempo más allá de la serie de tiempo, se muestran los límites del 95,0% de predicción para los pronósticos. Estos límites muestran en donde podría estar el valor verdadero del dato, al tiempo futuro seleccionado, con 95,0% de confianza, asumiendo que el modelo ajustado es apropiado para los datos.

Tabla 24

Periodo de estimación coconuts.

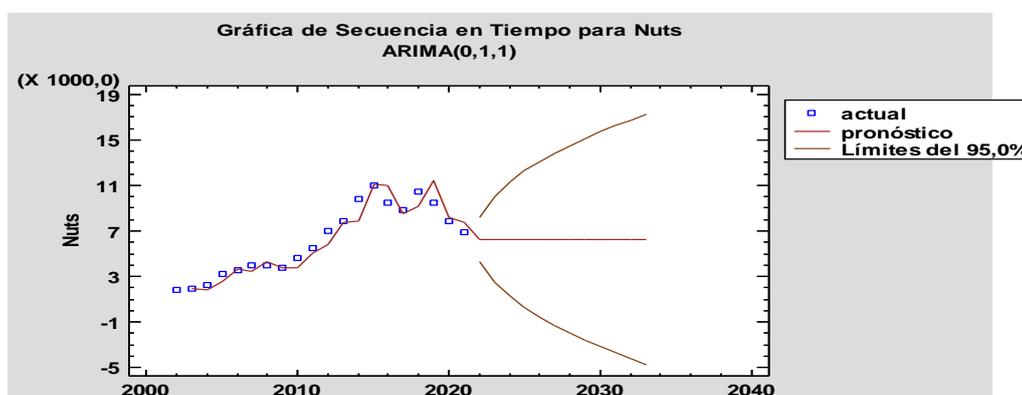
Modelo	RMSE	MAE	MAPE	ME	MPE	AIC	HQC	SBIC
(A)	1464,15	1161,74	17,1089	247,105	2,68432	14,5781	14,581	14,5781
(B)	1482,7	1156,95	17,1564	-1,9173E-13	-1,63427	14,7032	14,713	14,753
(C)	2572,8	2034,35	39,0616	0,0	-17,7814	15,8055	15,152	15,8553
(D)	1253,55	821,15	12,3547	4,0754E-11	-2,47498	14,4675	14,469	14,567
(E)	1273,46	820,734	12,4126	2,04891E-9	-2,00483	14,599	14,681	14,7483
(F)	1397,87	884,261	12,9078	70,3716	-1,38722	14,6854	14,749	14,785
(G)	1394,32	882,122	12,8694	70,2538	-1,37889	14,6803	14,698	14,7799
(H)	1633,97	1244,56	17,0408	431,722	5,77601	14,8975	14,973	14,9473
(I)	1443,38	1066,46	15,3002	314,7	3,75039	14,6495	14,692	14,6993
(J)	1554,57	1196,81	17,7703	74,341	2,32463	14,7979	14,076	14,8477
(K)	1427,79	988,053	15,3085	-174,029	-6,37781	14,7278	14,472	14,8273
(L)	1619,74	1234,21	18,5998	-172,125	-1,44349	14,88	14,898	14,9298
(M)	1464,15	1161,74	17,1089	247,105	2,68432	14,5781	14,581	14,5781
(N)	1231,81	854,327	13,914	187,497	1,3249	14,6325	14,714	14,8316
(O)	1463,53	1108,9	16,3748	198,177	1,96562	14,6772	14,669	14,727
(P)	1483,07	1117,64	16,0114	315,774	3,65929	14,7037	14,735	14,7535
(Q)	1491,59	1126,97	16,2685	283,821	3,1947	14,7152	14,749	14,765

Fuente: Obtenido de (STATGRAPHICS, 2022).

Gráfico de Series de Tiempo

Figura 5

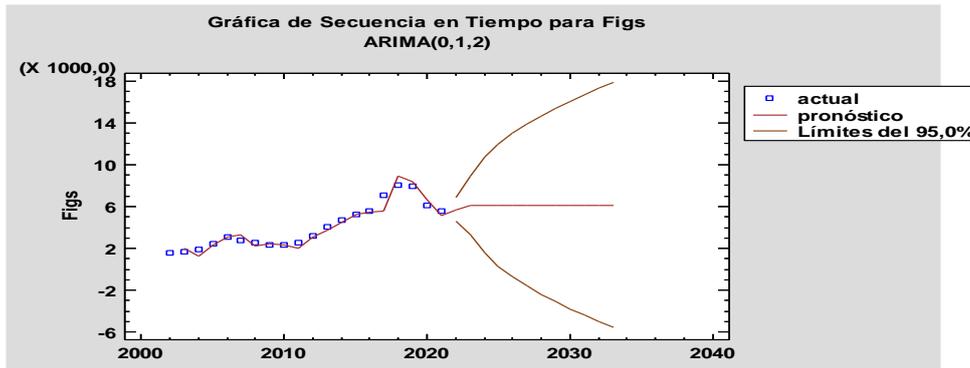
Gráfico de secuencia de tiempo para nuts.



Fuente: Obtenido de (STATGRAPHICS, 2022).

Figura 6

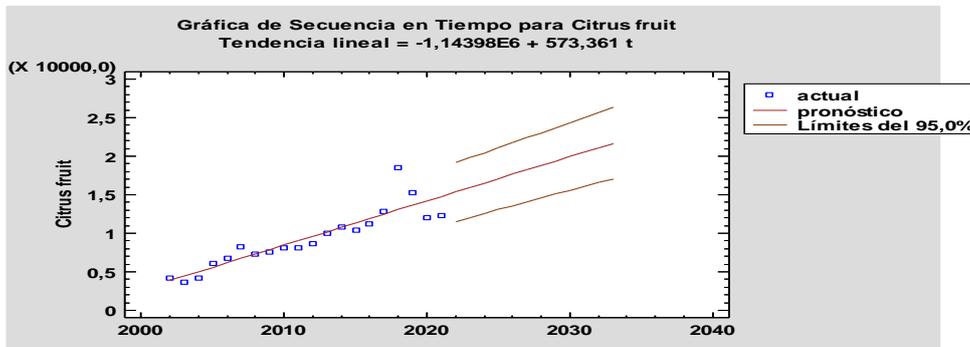
Gráfico de secuencia de tiempo para figs.



Fuente: Obtenido de (STATGRAPHICS, 2022).

Figura 7

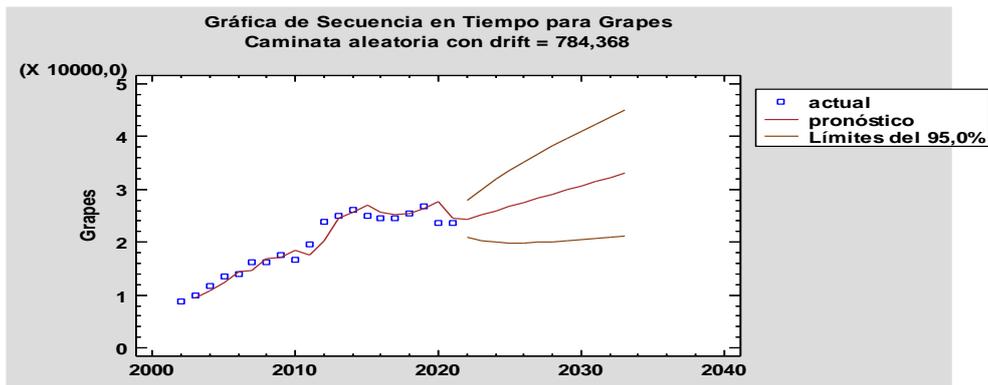
Gráfico de secuencia de tiempo para citrus fruit.



Fuente: Obtenido de (STATGRAPHICS, 2022).

Figura 8

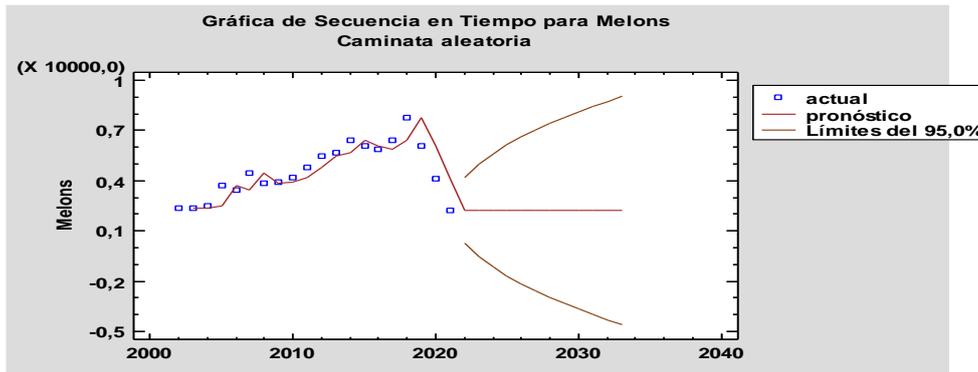
Gráfico de secuencia de tiempo para grapes.



Fuente: Obtenido de (STATGRAPHICS, 2022).

Figura 9

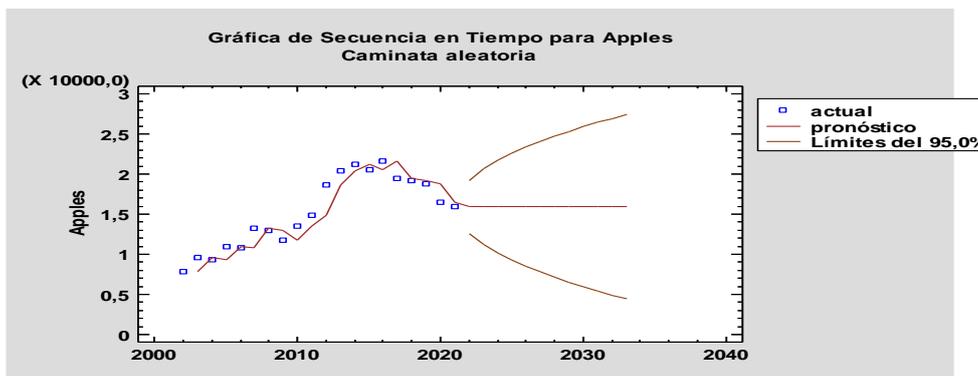
Gráfico de secuencia de tiempo para melons.



Fuente: Obtenido de (STATGRAPHICS, 2022).

Figura 10

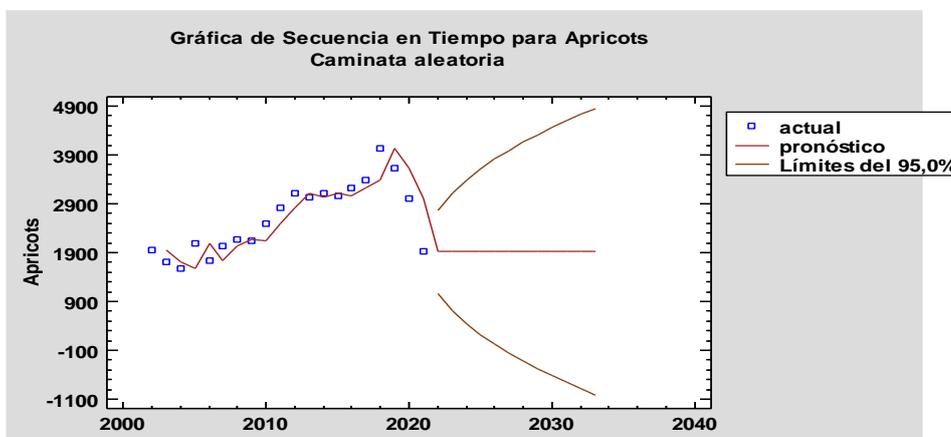
Gráfico de secuencia de tiempo para apples.



Fuente: Obtenido de (STATGRAPHICS, 2022).

Figura 11

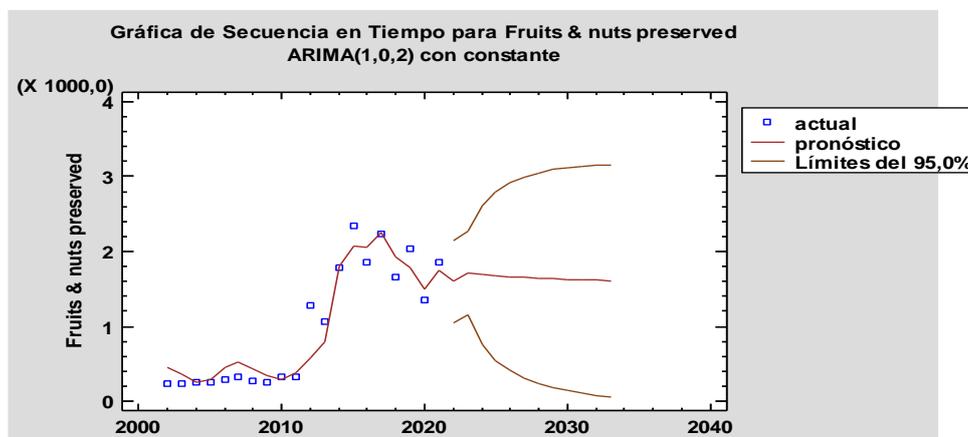
Gráfico de secuencia de tiempo para apricots.



Fuente: Obtenido de (STATGRAPHICS, 2022).

Figura 12

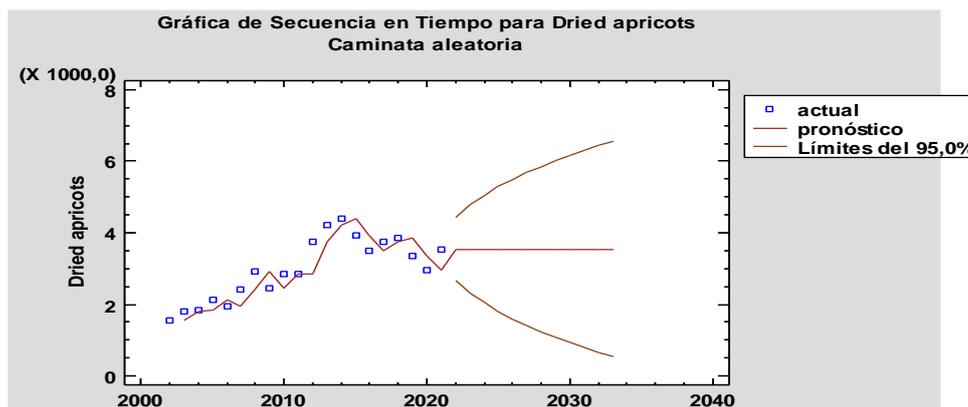
Gráfico de secuencia de tiempo para fruits & nuts preserved.



Fuente: Obtenido de (STATGRAPHICS, 2022).

Figura 13

Gráfico de secuencia de tiempo para dried apricots.



Fuente: Obtenido de (STATGRAPHICS, 2022).

Análisis de Entrevistas

De las entrevistas, se pueden encontrar los siguientes hallazgos:

1. En base a su experiencia: ¿Qué barreras comerciales afectarían la introducción de productos agrícolas en países de El Caribe y como lo harían?

Los encuestados respondieron que: las barreras comerciales del bloque CARICOM afectan la entrada de productos extranjeros en el mercado local de varias

maneras. En primer lugar, estas barreras hacen que sea más difícil para los productos extranjeros competir con los productos locales. Esto se debe a que las barreras comerciales aumentan el costo del producto externo. Además, generan retaliación, problemas diplomáticos y principalmente desaceleración del comercio internacional.

2. De acuerdo con su conocimiento: ¿Qué factores internos y externos propician la viabilidad económica de la exportación de productos agrícolas?

- a) La demanda de pitahaya en el mercado internacional es alta y creciente.
- b) Los costos de producción de pitahaya son relativamente bajos en comparación con otros productos similares.
- c) La oferta de pitahaya en el mercado internacional es limitada.

3. En base a su experiencia: ¿Qué tendencias de consumo se deben considerar a la hora de exportar productos agrícolas?

Los encuestados respondieron que: las preferencias de consumo del bloque CARICOM a las exportaciones ecuatorianas se traducen en una mayor demanda de productos ecuatorianos en los países miembros. Esto se debe a que los países miembros del bloque CARICOM tienen un trato preferencial para con los productos ecuatorianos, lo que hace que estos productos tengan mayor fácil acceso a los mercados del Bloque CARICOM

4. A su parecer: ¿De qué manera las empresas pueden impulsar la competitividad de sus productos agrícolas en el mercado internacional?

Las estrategias aplicables a las exportaciones agrícolas pueden implementarse de diversas maneras. Algunas estrategias comunes incluyen el desarrollo de productos únicos o de alta calidad, la creación de marcas reconocidas a nivel internacional, la búsqueda de nuevos mercados y la formación de nuevos tratados internacionales comerciales.

5. De acuerdo con su conocimiento: ¿Qué estrategias son idóneas para posicionar un producto no tradicional en un nuevo mercado?

1. Identificar las necesidades del mercado.
2. Determinar qué hace que el producto sea único y atractivo para el mercado.
3. Crear una estrategia de marketing que se enfoque en promoción y consumo del producto.

Diseño de Estrategias

Tabla 25

Diseño de estrategias.

Estrategias a largo plazo	Estrategias a corto plazo	2023	2024	2025	2026
Asegurar la trazabilidad del producto	Incorporar una cadena de blockchain				
	Regularizar la cadena de suministros para la actividad agrícola		X		
Aumentar el posicionamiento de marca Ecuador	Crear estrategia de marketing mix				
	Presencia en ferias agrícolas de PROECUADOR			X	
Obtener el Certificado Orgánico Internacional	Destinar hectáreas a la siembra orgánica		X		
	Realizar capacitaciones a				

los agricultores
de la
importancia del
producto

Conclusiones

En base a lo anteriormente expuesto y a los objetivos planteados anteriormente, se puede concluir lo siguiente:

- Cada país del bloque CARICOM tiene sus propias reglamentaciones para el acceso de productos agrícolas. Algunos de ellos son sobre protectores con la entrada de bienes agrícolas. Esto ha ocasionado que establezcan altos aranceles a la importación de bienes agrícolas, ralentizando la dinamización de la economía y guiando el bloque hacia un encapsulamiento del mercado global. Es por ello, que muchos países como Trinidad y Tobago, Jamaica o Haití, han optado por impulsar la Inversión Extranjera Directa, disminuir sus barreras arancelarias y no arancelarias, y aumentar el desarrollo del país.
- El bloque CARICOM está desarrollando relaciones comerciales con países de Suramérica, para lo cual han implementado desarrollo de planes viales, agilización de sistema de importaciones/exportaciones y eficiencia de los puertos de transporte. Esto para promover el intercambio de bienes entre los bloques, como una forma de dinamizar su economía interna y no depender exclusivamente de la producción nacional.
- Las tendencias de consumo identificadas en el bloque CARICOM en base a las importaciones realizadas durante los últimos 20 años, son de frutas y nueces sin cocinar, especialmente bananas, fresas y cocos. Estas son las que más han tenido crecimiento sostenido y se espera bajo el pronóstico estipulado que continúen su comportamiento por los próximos 5 años.

- Las estrategias identificadas van de la mano con agregar valor a los productos, centrándose en la calidad y trazabilidad de la pitahaya. Esto como una manera de posicionar a los productos no tradicionales ecuatorianos en el mercado mundial, valiéndose de la posición geográfica privilegiada que ostenta.

Recomendaciones

En base a lo anteriormente realizado, se puede recomendar lo siguiente para futuras investigaciones:

- Para las barreras arancelarias, se pudiese optar por solicitar a agentes aduaneros, información con respecto a las barreras arancelarias y no arancelarias de determinado bien. Esto permitirá obtener información de primera mano, acerca de las tarifas reales que deben incurrir los exportadores al realizar su operación comercial. Esto por falta de tiempo no se pudo realizar.
- Establecer los costos y proceso logístico de exportación para analizar la factibilidad económica de la introducción de la pitaya al CARICOM. Esto permitiría extender el proyecto hacia la elaboración de un plan de negocio que evidencie la viabilidad de exportar pitahaya al caribe. Esto motivos de tiempo no se pudo realizar.
- En el caso de las tendencia de consumo de productos, sería importante contrastar la información con diversas fuentes oficiales con respecto a la importación. En este caso se tomó la data de Trade Statistics for International Business. Sin embargo, un análisis más detallado permitiría la recolección de un mejor número de datos numéricos.
- Ampliar el número de entrevistas para nutrir los resultados de la investigación cualitativa. En esta ocasión, por falta de tiempo no se pudieron agendar entrevistas presenciales para obtener información con más especificidad, es

decir profundizar mediante un instrumento completamente abierto que permita una interacción con el entrevistado.

Referencias

- Aburn, G., Got, M., & Hoare, K. (7 de Junio de 2022). Experiences of an insider researcher – interviewing your own colleagues. *Evidence and Practice*, XXX(2). doi:10.7748/nr.2021.e1794
- Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario. (2022). *Exportaciones de pitahaya crecieron casi 60% en 2021*. Noticias, Quito. Obtenido de <https://www.agrocalidad.gob.ec/exportaciones-de-pitahaya-crecieron-casi-60-en-2021/>
- Altiga, D., Barrero, J., Bloom, N., Davis, S., & Parke, B. (12 de Septiembre de 2020). Surveying business uncertainty. *Journal of Econometrics*. doi:10.1016/j.jeconom.2020.03.021
- Baena, J., & Londoño, A. (Marzo de 2020). Tariff barriers and non-tariff barriers: appraising Colombia's protectionism. *World Customs Journal*, XIV(1). Obtenido de <https://worldcustomsjournal.org/Archives/Volume%2014%2C%20Number%201%20%28Apr%202020%29/1897%2000%20WCJ%20v14n1%20COMPL ETE.pdf#page=78>
- Balendres, & Bengoa. (2019). Diseases of dragon fruit (*Hylocereus* species): Etiology and current management options. *Crop Protection*, 21-28. doi:10.4920
- Bennett, Cheskin, & Wilson. (Diciembre de 2018). Methods for Evaluating Natural Experiments in Obesity: Systematic Evidence Review. *Rockville (MD): Agency for Healthcare Research and Quality*, 192-217. Obtenido de <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK493803/>
- Bertola, G., & Faini, R. (2021). Import demand and non-tariff barriers: The impact of trade liberalization. *Journal of Development Economics*, 34, 269-286. Obtenido de <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/030438789090085P?token=BDBB4B50195D96BB55590976D78891E1644948347799813633ECDC57FA8B3D0225AC57785D626E4B5FF0F6BA8E886320&originRegion=us-east-1&originCreation=20220609203903>
- Bluedorn, H. (2019). *Trivium Pursuit*. Obtenido de https://www.triviumpursuit.com/articles/two_methods_of_reasoning.php
- Caballero, R., & Lyons, R. (2020). Internal versus external economies in European industry. *European Economic Review*, XXXIV(4), 805-826. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S001429219090060C>
- Caballero, R., Kebaier, A., Scavino, M., & Tempone, R. (29 de Junio de 2020). A Derivative Tracking Model for Wind Power Forecast Error. *King Abdullah Univerity Journal*. Obtenido de <https://repository.kaust.edu.sa/handle/10754/664091>

- Calderón, C., Sánchez, S. & Hernández, L. (Diciembre de 2018). The commercial opening and its impact on income in North America: Benefit or regression? *Scielo*, *LXIV*(4), 10-23. doi:10.22201/fca.24488410e.2018.1275
- Cámara Marítima del Ecuador. (2020). *El exceso de oferta afecta a la pitahaya ecuatoriana*. Cámara Marítima del Ecuador, Comercio Exterior, Guayaquil. Obtenido de <http://www.camae.org/comercio-exterior/el-exceso-de-oferta-afecta-a-la-pitahaya-ecuatoriana/#:~:text=Pero%20hoy%20la%20aqueja%20tambi%C3%A9n,Hong%20Kong%20y%20Estados%20Unidos>.
- Cao, Tan, Cui, & Luo. (Marzo de 2019). Irrigation scheduling of paddy rice using short-term weather forecast data. *Agricultural Water Management*, *CXIII*(1), 714-723. doi:10.1016/j.agwat.2018.10.046
- Chien, D. (2019). Application of Blockchain Technology in Food Traceability: The Case of Dragon Fruits in Vietnam. *Institute of Policy and Strategy for Agriculture and Rural Development*, *3*(2), 12-24. Obtenido de https://www.iftc.org.tw/upload/files/activities/20191018101451/07_Mr_Chien_Duc_Dang_Full.pdf
- Cipollina, M., & Demaria, F. (9 de Septiembre de 2020). The Trade Effect of the EU's Preference Margins and Non-Tariff Barriers. *Journal of Risk Financial Management*, *XIII*(9), 1-23. doi:10.3390/jrfm13090203
- Cooter, R. (2017). The Intrinsic Value of Obeying a Law: Economic Analysis of the Internal Viewpoint. *Journal of Economic Review*, 1275-1289. Obtenido de <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/flr75&div=53&id=&page=>
- Damanpour, F., Sanchez, F., & Chiu, H. (14 de Marzo de 2018). Internal and External Sources and the Adoption of Innovations in Organizations. *British Journal of Management*, *XXIX*, 712-730. doi:10.1111/1467-8551.12296
- Doyle, L., McCabe, C., Keogh, B., Brady, A., & McCann, M. (18 de Diciembre de 2019). An overview of the qualitative descriptive design within nursing research. *Journal of Research in Nursing*, 329-342. doi:10.1177/1744987119880234
- Dussel, E. (2016). *La Nueva Relación Comercial de América Latina y el Caribe con China*. Red Académica de América Latina y el Caribe sobre China, Ciudad de México. Obtenido de https://www.redalc-china.org/v21/images/docs/2016_La_nueva_relacion_comercial_ALC_China.pdf
- Empson, L. (26 de Octubre de 2018). Elite interviewing in professional organizations. *Journal of Professions and Organization*, *V*(1), 58-69. doi:10.1093/jpo/jox010
- EU Eastern Neighbourhood: Economic Potential and Future Development. (5 de Junio de 2019). A paper detailing the types of non-tariff barriers encountered in the EU and New Border Countries and their impact on trade. *ENEPO*, 1-24.

Obtenido de <http://www.case-research.eu/sites/default/files/A%20paper%20detailing%20the%20types%20of%20non-tariff%20barriers%20encountered%20in%20the%20EU%20and%20New%20Border%20Countries%20and%20their%20impact%20on%20trade.pdf>

- Eusebio, J., & Alaban, M. (2018). *Current Status of Dragon Fruit and its Prospects in the Philippines*. Dragon Fruit Network, Filipinas. Obtenido de <https://dfnet.fftc.org.tw/Page/ArticleDetail.aspx?ArticleID=1QKSbs79rKk%3D&PI=lvIWaetpvso%3D&Co=ztBzV%2F10sco%3D&Ca=ztBzV%2F10sco%3D&Ws=ztBzV%2F10sco%3D&Keyword=ztBzV%2F10sco%3D>
- Farboodi, M., Jarosch, G., & Shimerc, R. (Septiembre de 2021). Internal and external effects of social distancing in a pandemic. *Journal of Economic Theory*, CXCVI. doi:10.1016/j.jet.2021.105293
- Geng, D., & Saggi, K. (2022). Tariff barriers and the protection of intellectual property in the global economy. *European Economic Review*, 144, 1-19. Obtenido de <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0014292122000228?token=D0E95F452AF77A2507B48BC6B2D2D61738FB2009AE659A82DA1C88A23D7DC3CBE623589B63CF192C3C2E37DEC8EB60D6&originRegion=us-east-1&originCreation=20220609204546>
- Hurtado, D. (30 de Agosto de 2018). Apertura comercial y desindustrialización: Un análisis de panel para América del Sur. *INNOVA Research Journal*, III(8), 113-126. doi:10.33890/innova
- Jacks, D., & Novy, D. (2020). Trade Blocs and Trade Wars during the Interwar Period. *Asian Economic Policy Review*, XV, 119-136. doi:10.1111/aep.12276
- Jewson, S., Scher, S., & Messori, G. (4 de Mayo de 2021). Decide Now or Wait for the Next Forecast? Testing a Decision Framework Using Real Forecasts and Observations. *Monthly Weather Review*, 1637–1650. doi:10.1175/MWR-D-20-0392.1
- Kerremans, B., & Switky, B. (30 de Septiembre de 2018). The Political Importance of Regional Trading Blocs. *Regional Blocs*, I, 1-288. doi:10.4324/9781315184791
- Kinzius, L., Sandkamp, A., & Yalcin, E. (29 de Enero de 2019). Trade protection and the role of non-tariff barriers. *Review of World Economics*, 155, 603-643. Obtenido de <https://link.springer.com/article/10.1007/s10290-019-00341-6>
- Lucero, K. (24 de Enero de 2020). Pitahaya: la fruta exótica más exportada del Ecuador. *Gestión Digital*, pág. En prensa. Obtenido de <https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/pitahaya-la-fruta-exotica-mas-exportada-del-ecuador>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2019). *Protocolo Técnico, Logístico y de Seguridad para la Exportación de Pitahaya*. Protocolo, Ministerio de Comercio Exterior,

Quito. Obtenido de http://logistica.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/05/PTLS-PITAHAYA-3.7_compressed-1.pdf

- Paul, R., & Chen, N. (2019). *Overall Dragon Fruit Production and Global Marketing*. Dragon Fruit Network, Pekín. Obtenido de <https://dfnet.fftc.org.tw/Page/ArticleDetail.aspx?ArticleID=gRgK0G5m%2Bsk%3D&PI=8ttmTAm9Td%3D&Co=ztBzV%2F10sco%3D&Ca=oOIfTJwMKrB%2Fhj%2BrFt4tc2u0pnx%2BQPGDeB%2BJzJgTtE%3D&Ws=ztBzV%2F10sco%3D&Keyword=ztBzV%2F10sco%3D>
- Pilbeam, Anthierens, Vanderslott, Tonkin, & Wanat. (3 de Marzo de 2022). Methodological and Ethical Considerations when Conducting Qualitative Interview Research With Healthcare Professionals: Reflections and Recommendations as a Result of a Pandemic. *International Journal of Qualitative Methods*, XXI. doi:10.1177/16094069221077763
- Sadeeq, Abdulla, Abdulraheem, & Salih. (2020). Impact of Electronic Commerce on Enterprise Business. *Technology Reports Journal*, LXII(5), 2365-2379. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Mohammed-Msadeeq/publication/342550767_Impact_of_Electronic_Commerce_on_Enterprise_Business/links/5efb40be92851c52d609f4e2/Impact-of-Electronic-Commerce-on-Enterprise-Business.pdf
- Schmal, Van, & Jansens. (Mayo de 2018). Internal Versus External Heat Integration: Operational and Economic Analysis. *Chemical Engineering Research and Design*, LXXXIV(5), 374-380. doi:10.1205/cherd05041
- Secretaría de Estado de Comercio España. (2022). *Régimen de comercio exterior. Tramitación de las importaciones*. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo España, Madrid. Obtenido de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/exportar-a/acceso-al-mercado/regimen-arancelario-y-reglamentacion/index.html?idPais=CU>
- Sing, A., & Padhi, S. (2020). India and trade blocs: A gravity model analysis. *Theoretical and Applied Economics*, XXVII(4), 217-232. Obtenido de <http://store.ectap.ro/articole/1504.pdf>
- Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe. (2020). *Evaluación de las Relaciones Económicas, y de Cooperación entre Centroamérica, El Caribe y México*. Informe regional, CARICOM, Georgetown. Obtenido de <http://www.sela.org/media/3212213/dt-4-relaciones-centroamerica-caribe-y-mexico.pdf>
- Sousa, V., Driessnack, M., & Costa, I. (29 de Junio de 2019). An overview of research designs relevant to nursing: Part 1: quantitative research designs. *Revista Latino-Americana de Enfermagem*, 15(3), 23-39. doi:10.1590/S0104-11692007000300022

- Steffen, B., Matsuo, T., & Steinemann, D. (17 de Septiembre de 2018). Opening new markets for clean energy: The role of project developers in the global diffusion of renewable energy technologies. *Business & Politics*, XX(4). Obtenido de <https://www.cambridge.org/core/journals/business-and-politics/article/opening-new-markets-for-clean-energy-the-role-of-project-developers-in-the-global-diffusion-of-renewable-energy-technologies/D471A68ECA2F5A6B8812457D68848AE>
- Topping, M., Douglas, J., & Winkler, D. (25 de Mayo de 2021). General Considerations for Conducting Online Qualitative Research and Practice Implications for Interviewing People with Acquired Brain Injury. *International Journal of Qualitative Method*, XX. doi:10.1177/16094069211019615
- USAID Regional Development Mission for Asia. (2022). *Non Tariff Barriers to Trade* . The U.S. Government´s Global Hunger & Food Security Initiative , US AID. Obtenido de https://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/1861/Nontariff_barriers.pdf
- Whiteman, Neale, Aitken, Gordon, & Green. (25 de Enero de 2019). When to apply sunscreen: a consensus statement for Australia and New Zealand. *Australian and New Zealand Journal of Health*, XLIII(2), 171-175. doi:10.1111/1753-6405.12873
- Wood, C., Daley, N., & Powell, R. (2019). Using Interviewing in Public Health Research: Experiences of Novice Researchers. *The Qualitative Report*, XXIV(10), 2441-2452. Obtenido de <https://www.proquest.com/openview/2d4264fcf5aed4cd4ad7499418ea0d26/1?pq-origsite=gscholar&cbl=55152>
- Zhao, L., Lu, M., Max, Z & Guler, K. (30 de Enero de 2022). Supply Chain Forecast Sharing under Asymmetric Forecast Preferences . *Supply Chain Management eJournal*. doi:10.2139/ssrn.4021292

ANEXOS

Anexo A. Principales importaciones del CARICOM en millones de USD.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Mineral fuels	6.92	10.61	4.41	6.59	12.33	10.03	23.24
Pharmaceutical products	1.35	2.28	5.78	9.47	8.11	11.90	15.71
Electrical machinery and equipment	4.43	4.23	5.61	6.33	10.31	7.70	7.25
Optical photographic	2.47	3.67	1.96	1.35	3.07	3.21	5.16
Essential oils and resinoids	8.95	8.98	6.26	6.18	6.37	6.62	5.16
Miscellaneous edible preparations	3.42	3.99	6.14	8.31	6.64	7.98	4.76
Preparations of cereal	2.43	3.64	0.82	1.52	1.69	2.79	2.03
Miscellaneous chemical products	11.03	5.61	2.93	2.35	1.85	1.98	1.96
Aluminum and articles	1.24	1.22	2.01	3.89	2.91	3.49	1.79
Tools, implements	0.13	0.28	0.02	0.55	0.85	1.60	1.56
Vehicles	5.20	4.19	4.07	3.93	4.38	2.68	1.33
Sugars and sugar confectionery	2.20	2.39	1.41	2.08	1.97	1.26	1.29
Salt, Sulphur	2.01	2.37	2.27	0.88	0.01	0.03	1.27
Paper and paperboard	3.66	1.83	1.82	2.35	2.02	2.02	1.23

Lac, gums, resins	3.10	1.79	0.98	0.98	0.77	1.65	1.16
Plastics and articles	5.13	6.55	10.35	10.46	10.75	10.38	7.25
Total	71.46	70	67.3	72.38	79.47	81.28	88.78

Fuente: adaptado de (United Nations Economic Commission for Latin America and the Caribbean, 2021).

Cuestionario para Identificar Estrategias de Exportación de la Pitahaya

Nombre: Nixon Montero Vilela

Área de experiencia:

Años de experiencia:

1. En base a su experiencia: ¿Qué barreras comerciales afectarían la introducción de productos agrícolas en países de El Caribe y como lo harían?

Desde mi punto de vista no existen barreras comerciales, el problema es en que la mayoría de los países que esta la conforman son pobres donde estos tienen un alto grado desempleo, lo cual permite tener un espacio para la selección de la informalidad y actividades criminales del narcotráfico. La emigración de las personas calificadas a los EEUU preocupa a los gobiernos CARICOM ya que mano de obra calificada es aprovechada por el país gringo, siendo su mayor proveedor del caribe en todas las compras del exterior

2. De acuerdo con su conocimiento: ¿Qué factores internos y externos propician la viabilidad económica de la exportación de productos agrícolas? Son grandes los factores para lograr una conexión de comercio exterior con nuestro país ya que debido a las economías de los países que estas lo conforman es factor de incobrabilidad. Por otro lado es importante señalar que EEUU es principal consumidor de nuestro producto con un 85% y donde la viabilidad financiera es segura.

3. En base a su experiencia: ¿Qué tendencias de consumo se deben considerar a la hora de exportar productos agrícolas?

Las comunidades del Caribe tienen preferencias debido a acuerdos donde existen preferencias arancelarias del 100% ente las partes y donde Colombia es uno de ellos, aun cuando el Ecuador ha presentado propuestas de comercio

no veo con buenos ojos el implementar el modelo de país del norte. Durante los últimos 15 años el Ecuador tiene su horizonte más hacia Europa y últimamente fue CHINA

4. A su parecer: ¿De qué manera las empresas pueden impulsar la competitividad de sus productos agrícolas en el mercado internacional?
Dentro de las estrategias para el ingreso de nuestros productos a la comunidad del caribe debe ser bajo la premisa de preferencias arancelarias ya que en su mayoría CARICOM ha implementado ese esquema y del cual entiendo está gozando al momento, sin embargo debemos tener presente que su principal proveedor son los EEUU el cual goza de un porcentaje viable
5. De acuerdo con su conocimiento: ¿Qué estrategias son idóneas para posicionar un producto no tradicional en un nuevo mercado?

No es una locura considerar la alternativa de exportar este producto, sin embargo, últimamente ha venido presentando un crecimiento importante a tal punto de nuestro principal cliente es EEUU. Pero los caminos para llevar a cabo esta ardua implementación a un mercado como es CARICOM va depender de los gobiernos y bajo las premisas que contempla negociar con preferencias o no preferencias; y, en actualidad el Ecuador tiene únicamente ojos en este momento es el país de norte

Esperemos que en próximos gobiernos exista la consideración de negociaciones comerciales entre las partes no solo para este producto sino de otros que contamos en país

Cuestionario para Identificar Estrategias de Exportación de la Pitahaya

Nombre: Wendy Arias

Área de experiencia: Negocios internacionales

Años de experiencia:

1. En base a su experiencia: ¿Qué barreras comerciales afectarían la introducción de productos agrícolas en países de El Caribe y como lo harían?

Las barreras comerciales para el ingreso de productos como bananas, camarones, flores que son de los productos top que exporta Ecuador, gravan un arancel desde el 40% hasta el 80% para algunos de los países de CARICOM. Esto evidentemente, encarece los productos ecuatorianos en esos mercados por lo que no hay ningún tipo de incentivo para dirigir esfuerzos a venderle al bloque.

2. De acuerdo con su conocimiento: ¿Qué factores internos y externos propician la viabilidad económica de la exportación de productos agrícolas?

La voluntad política de lograr acuerdos comerciales con el bloque CARICOM es la solución para poder tener una participación en ese mercado. Actualmente, la pitahaya ingresaría con un arancel del 40% al bloque, lo que encarece el precio de la fruta.

3. En base a su experiencia: ¿Qué tendencias de consumo se deben considerar a la hora de exportar productos agrícolas?

Actualmente el comercio bilateral entre CARICOM y Ecuador es muy bajo. De acuerdo a cifras de Trademap en 2021 se exportó un total de 31 millones de dólares al bloque. El mayor peso está en la exportación de petróleo que representó 19 millones en ese mismo año; frutas y mermeladas alrededor de 2 millones de dólares al igual que artículos de hierro y acero como cocinas y parrillas por un valor similar. La oferta exportable tradicional de Ecuador no tiene participación en el bloque.

4. A su parecer: ¿De qué manera las empresas pueden impulsar la competitividad de sus productos agrícolas en el mercado internacional?

Sin acuerdos comerciales que permitan acceder al bloque CARICOM con productos de oferta tradicional, no se puede desde el punto de vista empresarial utilizar estrategias para ingresar al mercado centroamericano con costos bajos. La estrategia que queda aplicar es la diferenciación. Apostar a la agro industrialización de los productos primarios que Ecuador produce.

5. De acuerdo con su conocimiento: ¿Qué estrategias son idóneas para posicionar un producto no tradicional en un nuevo mercado?

Para lograr colocar productos ecuatorianos en el bloque CARICOM se debe apuntar a la creación de valor. Agregar valor a los productos identificando los patrones de consumo que permitan ganar participación del mercado.

Cuestionario para Identificar Estrategias de Exportación de la Pitahaya

Nombre: Gabriela Hurtado

Área de experiencia:

Años de experiencia:

1. En base a su experiencia: ¿Qué barreras comerciales afectarían la introducción de productos agrícolas en países de El Caribe y como lo harían?

CARICOM es una comunidad de países del Caribe que promueve el proceso de integración entre sus Estados Miembros. Esta comunidad fue creada el 4 de julio de 1973, mediante la firma del Tratado de Chaguaramas

Los Estados fundadores de esta comunidad fueron:

- Antigua y Barbuda
- Las Bahamas
- Barbados
- Belice
- Dominica
- Granada
- Guyana
- Jamaica
- Montserrat
- Saint Kitts y Nevis
- Santa Lucía
- San Vicente y las Granadinas
- Suriname
- Trinidad y Tobago

Las barreras arancelarias siempre frenarán el libre comercio ya que se convierten en una barrera de entrada a las importaciones provenientes de otros países, generando retaliación, problemas diplomáticos y principalmente desaceleración del comercio internacional.

En el 2018 hubo una reunión de los principales del CARICOM para reducir las barreras arancelarias de productos agrícolas de los países miembros de la Comunidad del Caribe (CARICOM), productores, representantes de las agencias del CARICOM, el Instituto Interamericano de Cooperación (IICA), el Centro Técnico de Cooperación Agrícola y Rural (CTA), y de otros entes internacionales, se reunieron en Barbados para deliberar sobre los hallazgos y recomendaciones del estudio de las barreras no arancelarias en el comercio agrolimentario entre las naciones de la región caribeña.

2. De acuerdo con su conocimiento: ¿Qué factores internos y externos propician la viabilidad económicas de la exportación de productos agrícolas?

Estos factores son del país de destino:

- Factores económicos: poder adquisitivo, cadena logística, calidad y cantidad de la demanda (tamaño del mercado)
- Factores sociales: ninguno en particular
- Factores culturales: formas de consumo, preferencias del consumidor, insights

3. En base a su experiencia: ¿Qué tendencias de consumo se deben considerar a la hora de exportar productos agrícolas?

Las preferencias de consumo se manejan por la evolución de las pautas de producción y consumo, la constante innovación tecnológica y las nuevas formas de comercializar entre los países.

4. A su parecer: ¿De qué manera las empresas pueden impulsar la competitividad de sus productos agrícolas en el mercado internacional?

Los gobiernos pueden aplicar: procesos de inversión nacional e internacional, incentivos a la producción agrícola, integración vertical y horizontal, lineamientos del sector público a través de políticas que apoyen la producción y el agro si fueran productos agrícolas y suscripción de acuerdos de cooperación y tratados de libre comercio

5. De acuerdo con su conocimiento: ¿Qué estrategias son idóneas para posicionar un producto no tradicional en un nuevo mercado?

1. Población
2. Normas, costumbres y hábitos comerciales
3. Situación socioeconómica del país extranjero
4. Legislación y Financiamiento del mercado de destino
5. Situación Política (ideología)
6. Evolución de la demanda y oferta mundial de la pitahaya
7. Competencia Internacional
8. Presencia en bloques de cooperación
9. Firma de acuerdos de cooperación

Ecuador exporta a mercados internacionales las dos variedades de pitahaya, roja y amarilla

Cuestionario para Identificar Estrategias de Exportación de la Pitahaya

Nombre: Jorge Dumani

Área de experiencia:

Años de experiencia:

-
1. En base a su experiencia: ¿Qué barreras comerciales afectarían la introducción de productos agrícolas en países de El Caribe y como lo harían? Afectan de gran manera, actualmente CARICOM busca acelerar el proceso de integración de América Latina y el Caribe y de la significación dada por las Partes a los diversos procesos de integración subregional, como medios para lograr una mayor competitividad internacional de la región y facilitar su desarrollo integral.

2. De acuerdo con su conocimiento: ¿Qué factores internos y externos propician la viabilidad económica de la exportación de productos agrícolas? En el aspecto económico hay que tener en cuenta ciertos factores como vivienda, consumo e inversión ya que así podremos ver la capacidad adquisitiva que tiene el mercado al cuál se va exportar.

En el aspecto social hay que tener en cuenta ciertos factores como creencias, gustos, estilo de vida y preferencias.

En la parte cultural es importante saber los valores y atributos: Orientación formal, formación profesional, educación primaria, educación secundaria, universitaria o nivel de alfabetización. Estos factores tienen gran importancia ya que de esto afectará al momento de introducir el producto al mercado al cual se está exportando.

3. En base a su experiencia: ¿Qué tendencias de consumo se deben considerar a la hora de exportar productos agrícolas?

Influyen de gran manera puesto que según sus preferencias se verá la aceptación, consumo y uso de los productos que los ecuatorianos exporten a los países del bloque CARICOM.

El posicionamiento clave, es la oportunidad en el primer ingreso del producto exportable, deberá ser sostenido y repetible para poder constituirse como una oferta sostenible en tiempo que genere ingresos a las partes intervinientes.

4. A su parecer: ¿De qué manera las empresas pueden impulsar la competitividad de sus productos agrícolas en el mercado internacional?

○ Adapta el producto. - Un elemento indispensable en la exportación es acercar nuestro producto o servicio al nuevo mercado. Esta adaptación podemos conseguirla, por ejemplo, modificando el diseño del envase o con la traducción del etiquetado al idioma del país.

- Posiciónalo. - Comunicar de forma adecuada los beneficios de nuestra marca será primordial, de ahí que sea necesario hacer un estudio de mercado. Debemos tener muy claro quiénes son nuestros clientes potenciales y dirigir a ellos todas nuestras campañas.
 - Genera valor añadido. - Haz que tu marca sea más deseable que la de los competidores. En este sentido, un diseño atractivo puede ser nuestro gran aliado.
 - Sé diferente de tu competencia. - Puede que hagas lo mismo que ellos, pero trata de aportar valores que la competencia no tenga. No tengas miedo a la innovación y exprime tu lado creativo. Los pequeños detalles pueden marcar la diferencia entre el éxito o el fracaso de tu marca.
 - Elige el canal de distribución idóneo. - No olvides estudiar qué medio es el que mejor pone a disposición de los consumidores tu producto en el extranjero.
 - Herramientas de promoción. - Decide cuál es el mejor modo de promocionar la marca o localizar posibles clientes en el exterior. La inversión en marketing online puede resultar ser un elemento clave para el éxito.
5. De acuerdo con su conocimiento: ¿Qué estrategias son idóneas para posicionar un producto no tradicional en un nuevo mercado?
- Los factores claves para impulsar las exportaciones de Pitahaya hacia el CARICOM son las siguientes:
- Hacer un estudio de mercado para saber si la Pitahaya tendrá acogida en los países miembros del CARICOM
 - Cumplir con la documentación necesaria

Cuestionario para Identificar Estrategias de Exportación de la Pitahaya

Nombre: Nelly Riviera

Área de experiencia: Comercio exterior

Años de experiencia: 10 años

-
1. En base a su experiencia: ¿Qué barreras comerciales afectarían la introducción de productos agrícolas en países de El Caribe y como lo harían?
Las barreras comerciales que afectarían la introducción de productos agrícolas en países de El Caribe incluyen los aranceles, las cuotas, las restricciones de importación y las normas sanitarias y fitosanitarias. Estas barreras pueden hacer que los productos agrícolas sean más caros

2. De acuerdo con su conocimiento: ¿Qué factores internos y externos propician la viabilidad económica de la exportación de productos agrícolas?

Los factores internos que propician la viabilidad económica de la exportación de productos agrícolas son la oferta de productos, la calidad de los productos y la capacidad de producción. Los factores externos que propician la viabilidad económica de la exportación de productos agrícolas son la demanda de los productos en el mercado internos.

3. En base a su experiencia: ¿Qué tendencias de consumo se deben considerar a la hora de exportar productos agrícolas?

Las tendencias de consumo a tener en cuenta a la hora de exportar productos agrícolas son el aumento de la demanda de productos orgánicos y ecológicos, así como el aumento de la demanda de productos frescos y locales.

4. A su parecer: ¿De qué manera las empresas pueden impulsar la competitividad de sus productos agrícolas en el mercado internacional?

Las empresas pueden impulsar la competitividad de sus productos agrícolas en el mercado internacional mediante la mejora de la calidad de sus productos, la reducción de los costos de producción y el aumento de la eficiencia en la cadena de suministro.

5. De acuerdo con su conocimiento: ¿Qué estrategias son idóneas para posicionar un producto no tradicional en un nuevo mercado?

Las estrategias idóneas para posicionar un producto no tradicional en un nuevo mercado son:

1. Identificar las necesidades del mercado.
2. Determinar qué hace que el producto sea único y atractivo para el mercado.
3. Crear una estrategia de marketing que se enfoque en promocionar

Cuestionario para Identificar Estrategias de Exportación de la Pitahaya

Nombre: Ana Ordoñez

Área de experiencia: Comercio exterior

Años de experiencia: 10 años

1. En base a su experiencia: ¿Qué barreras comerciales afectarían la introducción de productos agrícolas en países de El Caribe y como lo harían? Las barreras comerciales del bloque CARICOM afectan la entrada de productos extranjeros en el mercado local de varias maneras. En primer lugar, estas barreras hacen que sea más difícil para los productos extranjeros competir con los productos locales. Esto se debe a que las barreras comerciales aumentan el costo del producto externo.

2. De acuerdo con su conocimiento: ¿Qué factores internos y externos propician la viabilidad económica de la exportación de productos agrícolas?
Factores económicos:

1. La demanda de pitahaya en el mercado internacional es alta y creciente.
2. Los costos de producción de pitahaya son relativamente bajos en comparación con otros productos similares.

3. La oferta de pitahaya en el mercado internacional es limitada

3. En base a su experiencia: ¿Qué tendencias de consumo se deben considerar a la hora de exportar productos agrícolas?

Las preferencias de consumo del bloque CARICOM a las exportaciones ecuatorianas se traducen en una mayor demanda de productos ecuatorianos en los países miembros. Esto se debe a que los países miembros del bloque CARICOM tienen un trato preferencial para con los productos ecuatorianos, lo que hace que estos productos tengan mayor fácil acceso a los mercados del Bloque CARICOM.

4. A su parecer: ¿De qué manera las empresas pueden impulsar la competitividad de sus productos agrícolas en el mercado internacional?

Las estrategias aplicables a las exportaciones agrícolas pueden implementarse de diversas maneras. Algunas estrategias comunes incluyen el desarrollo de productos únicos o de alta calidad, la creación de marcas reconocidas a nivel internacional, la búsqueda de nuevos mercados y la formación de nuevos tratados internacionales comerciales.

5. De acuerdo con su conocimiento: ¿Qué estrategias son idóneas para posicionar un producto no tradicional en un nuevo mercado?

Las estrategias idóneas para posicionar un producto no tradicional en un nuevo mercado son: 1. Identificar las necesidades del mercado. 2. Determinar qué hace que el producto sea único y atractivo para el mercado. 3. Crear una estrategia de marketing que se enfoque en promoción y consumo del producto.



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Pincay Pineda, Iliana Ivette** con C.C: # 0950406009 autor/a del trabajo de integración curricular: **Formulación estratégica para la exportación de pitahaya al Caribe**, previo a la obtención del título de **Licenciada 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 integración curricular 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 integración curricular, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **12 de septiembre de 2022**



f. _____

Nombre: **Pincay Pineda, Iliana Ivette**

C.C: 0950406009



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR			
TEMA Y SUBTEMA:	Formulación estratégica para la exportación de pitahaya al Caribe		
AUTOR(ES)	Pincay Pineda, Iliana Ivette		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Freire Quintero, Cesar Enrique		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Economía y Empresa		
CARRERA:	Negocios Internacionales		
TITULO OBTENIDO:	Licenciada en Negocios Internacionales		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	22 de septiembre de 2022	No. DE PÁGINAS:	81
ÁREAS TEMÁTICAS:	Administración Estratégica, Formulación proyectos, Comercio Exterior		
PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:	agricultura, pitahaya, bloque económico, exportaciones.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):			
<p>Este proyecto tiene como objetivo la elaboración de un plan estratégico para la exportación de pitahaya al Caribe, permitiendo diversificar la oferta exportable al bloque CARICOM. Esto a raíz del aumento constante de la comercialización de esta especie alrededor del mundo y su pico de exportación en el Ecuador. Para lograrlo, se emplea un enfoque mixto de investigación. Por una parte, en el análisis cualitativo, se realizan entrevistas a expertos en comercio exterior, con la finalidad de esbozar estrategias que puedan aplicarse a la exportación mundial de la pitahaya. Por otra parte, en el método cuantitativo, se utilizan las series de tiempo, con la función de encontrar las tendencias de consumo de frutas en el bloque CARICOM, basado en su comportamiento durante los últimos 20 años. Esta metodología permitió identificar que el bloque CARICOM tiene un crecimiento en la importación de productos agrícolas y las estrategias para llegar a ese mercado es mediante la trazabilidad y posicionamiento de la marca.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593969351365	E-mail: ilianaipp@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UIC):	Nombre: Román Bermeo, Cynthia Lizbeth		
	Teléfono: +593-984228698		
	E-mail: cynthia.roman@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):			