



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

ESPECIFICACIONES PARA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA FRUTA
PITAHAYA PRODUCIDA POR UNA EMPRESA ECUATORIANA HACIA
EL MERCADO EUROPEO.

MACHUCA RIOFRIO LESLY ANDREINA
INGENIERA EN COMERCIO INTERNACIONAL

MACHALA
2022



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

ESPECIFICACIONES PARA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA
FRUTA PITAHAYA PRODUCIDA POR UNA EMPRESA
ECUATORIANA HACIA EL MERCADO EUROPEO.

MACHUCA RIOFRIO LESLY ANDREINA
INGENIERA EN COMERCIO INTERNACIONAL

MACHALA
2022



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

EXAMEN COMPLEXIVO

ESPECIFICACIONES PARA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA FRUTA PITAHAYA
PRODUCIDA POR UNA EMPRESA ECUATORIANA HACIA EL MERCADO
EUROPEO.

MACHUCA RIOFRIO LESLY ANDREINA
INGENIERA EN COMERCIO INTERNACIONAL

BENITEZ LUZURIAGA FRANCISCO VLADIMIR

MACHALA, 25 DE AGOSTO DE 2022

MACHALA
25 de agosto de 2022

PITAHAYA

por Lesly Machuca

Fecha de entrega: 18-ago-2022 12:30p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1884017534

Nombre del archivo: TRABAJO_-_LESLY_MACHUCA.docx (42.73K)

Total de palabras: 3771

Total de caracteres: 21683

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

La que suscribe, MACHUCA RIOFRIO LESLY ANDREINA, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado ESPECIFICACIONES PARA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA FRUTA PITAHAYA PRODUCIDA POR UNA EMPRESA ECUATORIANA HACIA EL MERCADO EUROPEO., otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

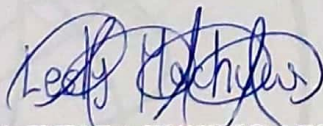
La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 25 de agosto de 2022



MACHUCA RIOFRIO LESLY ANDREINA
0706747086

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación lo dedico primeramente a Dios, con mucho cariño a mi madre, a mi esposo, a la Cía. Prieto Grupo Agrícola y la UTMACH.

Lesly Machuca Riofrio

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por darme la fortaleza de seguir luchando esta etapa universitaria, a mi madre por ser un apoyo fundamental durante esta etapa, a mi esposo por compartir conmigo mis logros, a la Cía. Prieto Grupo Agrícola por darme la oportunidad de tiempo para culminar con mis estudios y a la Universidad por todas sus enseñanzas en la carrera profesional.

Lesly Machuca Riofrio

RESUMEN

La ubicación geográfica ha permitido que el Ecuador sea uno de los países más diversos, con una rica flora y fauna, por lo tanto, la agricultura como una de las industrias principales más favorecidas ha producido resultados positivos en la economía del país, principalmente de frutas exóticas que resulta atractivas para mercados de otros países. La fruta Pitahaya es uno de ellos, ya que posee altos beneficios de calidad medicinal, especialmente ayuda a tener un buen funcionamiento intestinal y a la digestión estomacal. Es por ello, esta investigación tiene como objetivo conocer las especificaciones que se debe realizar para internacionalizar esta fruta como es la Pitahaya producida por una empresa ecuatoriana hacia el mercado europeo, tomando en cuenta los requisitos que se requieren antes de su internacionalización, como también los documentos que se necesitan, los factores internos como externos que debe considerar la empresa, las condiciones sanitarias que debe cumplir la fruta y por último las estrategias de posicionamiento que aplicaría para ser frente a la competencia. A través de investigaciones de fuentes secundarias de artículos científicos, revisión de normas internacionales y reglamento ha permitido la recopilación de información para el desarrollo de dicho trabajo. Con el conocimiento de estos procesos se puede lograr buenos resultados para internacionalizar el producto al mercado objetivo, al igual, aplicar para obtener certificaciones nacionales como internacionales que certifique la calidad del producto, ayudaría proyectar confiabilidad al momento de adquirir el producto y se conseguiría el propósito planteado como es ingresar al mercado europeo exitosamente.

Palabras Claves: Internacionalización, Pitahaya, procedimiento, requisitos.

ABSTRACT

The geographical location has allowed Ecuador to be one of the most diverse countries, with a rich flora and fauna, therefore, agriculture as one of the most favored main industries has produced positive results in the country's economy, mainly fruit exotics that are attractive to markets in other countries. The Pitahaya fruit is one of them, since it has high benefits of medicinal quality, especially it helps to have a good intestinal functioning and stomach digestion. That is why, this research aims to know the specifications that must be made to internationalize this fruit such as the Pitahaya produced by an Ecuadorian company to the European market, taking into account the requirements that are required before its internationalization, as well as the documents that are needed, the internal and external factors that the company must consider, the sanitary conditions that the fruit must meet and, finally, the positioning strategies that it would apply to face the competition. Through investigations of secondary sources of scientific articles, review of international standards and regulations, it has allowed the collection of information for the development of said work. With the knowledge of these processes, good results can be achieved to internationalize the product to the target market, as well as apply to obtain national and international certifications that certify the quality of the product, it would help to project reliability at the time of acquiring the product and the purpose would be achieved. raised as it is to enter the European market successfully.

Keywords: Internationalization, Pitahaya, procedure, requirements.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	1
AGRADECIMIENTO	2
RESUMEN	3
ABSTRACT	4
1. INTRODUCCIÓN	6
2. DESARROLLO	7
2.1 Reactivo práctico	7
2.2 Marco teórico	7
2.2.1 Pitahaya	7
2.2.2 Internacionalización	8
2.2.3 Exportación	8
2.3 Solución del reactivo	9
2.3.1 ¿Cuáles son los requisitos que se deben tener en cuenta antes de internacionalizar un producto?	9
2.3.2 ¿Qué documentos se necesitan?	10
2.3.2.1 Declaración aduanera de exportación (DAE)	10
2.3.2.2 Declaración Jurada de Origen	10
2.3.2.3 Certificado de Origen	10
2.3.2.4 Certificado Fitosanitario	11
2.3.2.5 Factura comercial	11
2.3.2.6 Documento de Transporte	11
2.3.2.7 Guía de Remisión	11
2.3.3 ¿Cuáles son los factores internos y externos que deberá considerar la empresa?	12
2.3.3.1 Factores internos	12
2.3.3.2 Factores externos	13
2.3.4 ¿Cuáles son las condiciones sanitarias que debe cumplir la fruta?	14
2.3.5 ¿Cuáles serían las estrategias de posicionamiento frente a la competencia?	15
3. CONCLUSIONES	16
BIBLIOGRAFÍA	17

1. INTRODUCCIÓN

Al transcurrir el tiempo, el comercio internacional, impulsado por la globalización ha facilitado el intercambio de bienes y servicios con diversos países que necesitan satisfacer sus necesidades. Es por ello, que las relaciones internacionales han logrado fortalecerse mediante la creación de vínculos comerciales que simbolizan ventajas entre los que se integren, con la finalidad de mantener acuerdos mutuos que los beneficien.

Como parte de ello, el sector de la agricultura ecuatoriana ha formado parte importante de la producción de productos exóticos que han permitido comercializarse internacionalmente, contribuyendo así a la economía del país. Por tal razón, unos de los productos que pertenecen a la categoría de no tradicionales, como es la fruta Pitahaya, busca internacionalizarse en el mercado europeo, a través de la empresa ecuatoriana.

Para que la empresa ecuatoriana productora de Pitahaya pueda internacionalizar su producto debe considerar varios procesos para lograr su objetivo. Dentro de ello están, conocer los requisitos que se debe hacer antes de la internacionalización, los documentos necesarios, factores internos como externos, condiciones sanitarias de la fruta, estrategias para posicionarse frente a la competencia.

Internacionalizarse es importante para la empresa ya que se considera una estrategia fundamental para la expansión del negocio. Esto le permite expandirse más allá del mercado local, obtener un crecimiento económico y de esta manera también consolida su marca. En este sentido, ingresar a nuevos mercados internacionales, especialmente al europeo es una gran oportunidad de presentar nuestro producto.

El objetivo que se ha planteado en este trabajo es dar a conocer las especificaciones que se debe realizar para internacionalizar esta fruta como es la Pitahaya producida por una empresa ecuatoriana hacia el mercado europeo. Mediante la indagación de fuentes confiables de artículos científicos, normas internacionales y reglamentos que permitirán desarrollar el trabajo.

Cumplir adecuadamente todo lo que se requiere para lograr la internacionalización se obtienen resultados exitosos. De esta manera, se fortalecen como empresa y aportan a la economía del país.

2. DESARROLLO

2.1 Reactivo práctico

Tema

Especificaciones para internacionalización de la fruta pitahaya producida por una empresa ecuatoriana hacia el mercado europeo.

Problema

Contexto o situación del problema:

Una empresa ecuatoriana productora de Pitahaya ubicada en la provincia de El Oro desea internacionalizar su producto en el mercado europeo.

Objetivo

Conocer qué se debe realizar para internacionalizar esta fruta como es la Pitahaya producida por una empresa ecuatoriana hacia el mercado europeo.

2.2 Marco teórico

En el marco teórico se abarca los conceptos de las palabras claves que forman parte del trabajo investigativo. Se han mencionado las siguientes palabras con su respectiva conceptualización para un mejor entendimiento al lector.

2.2.1 Pitahaya

La fruta pitahaya es considerada beneficiosa para la salud, ya que promueve la pérdida de peso, combate enfermedades como la diabetes, la anemia y la osteoporosis, así como también enfermedades del corazón y del tracto digestivo. Los beneficios que aporta la pitahaya están enlazados con su alta capacidad antioxidante, ya que es rica en vitaminas y minerales importantes para la protección del organismo.

La Pitahaya es una fruta exótica comúnmente conocida como la fruta del dragón, este nombre se les atribuye a aquellos frutos provenientes de plantas cuyo nombre científico es: Hylocereus, Selenicereus y Ereus Spp. Esta especie surgió

en los países de Centro América, principalmente en aquellos que cuentan con climas tropicales. La pitahaya es muy atractiva a la vista pues posee unos colores brillantes y una composición nutricional altamente beneficiosa para sus consumidores. (Suárez, Gilces, Menéndez y Ferrin, 2021, p. 3333)

2.2.2 Internacionalización

La internacionalización es un término que se emplea para denotar la capacidad que una empresa puede alcanzar para comercializar sus productos o establecerse en un país diferente al de su país de origen. Además, la internacionalización permite el ingreso a otros mercados, lo que facilita tener crecimiento económico para su negocio. De esta manera, se agiliza el proceso de intercambio de cualquier tipo de bienes con diferentes países.

Según Mideros, Guanaquiza, Micolta y Sánchez (2021) menciona lo siguiente:

La internacionalización es la etapa en la que los países se especializan en la producción de bienes y servicios a cambio de la exportación de los productos, por medio de las ventajas competitivas de cada país, lo que ha llevado a la internacionalización de las empresas y la participación en el mercado internacional. Mediante las diferentes actividades internacionales generan diversos tipos de resultado como: comercio, finanzas y conocimiento.

2.2.3 Exportación

Una exportación es considerada como una actividad comercial que se basa en la venta de un producto hacia otro país. En la exportación interviene el exportador, que es el que envía el producto fuera del territorio nacional y el importador, el que solicita el producto para su utilización. Para que esta relación comercial sea legítima se debe de cumplir con las normas y leyes vigentes de cada país.

“Las exportaciones tienen un efecto positivo en la productividad. Esto es, cuando un país exporta bienes y servicios que muestran ventaja en la producción, ya que la venta en el exterior de aquellos bienes y servicios genera mayores ganancias” (Macías, Mero, Montalvan y Granoble, 2020).

2.3 Solución del reactivo

Pregunta a resolver:

2.3.1 ¿Cuáles son los requisitos que se deben tener en cuenta antes de internacionalizar un producto?

Es importante conocer previamente los requisitos que se deben tomar en cuenta para internacionalizar un producto. Es por ello, que antes de hacer conocer el producto a otro país, se debe cuestionar lo siguiente:

¿Qué clase de producto tengo?

¿Qué particularidad tiene?

¿Se puede certificar su calidad?

¿Ofrece algo diferente a lo que ofrecen mis competidores?

- Una vez que se hayan respondido las preguntas antes mencionadas, se debe empezar por agregar valor al producto con certificaciones locales e internacionales, ya sean de calidad, orgánicas, fitosanitarias, etc.
- Luego, se puede indagar la cantidad de exportaciones que el país nacional haya hecho del producto que se pretende internacionalizar y sus principales países destinos para tomar en cuenta que país beneficiaria exportar el producto.
- Definido el país destino, se requiere evaluar al mercado y los requisitos que se exigen para ingresar al país.
- Definir la imagen y la marca que se utilizaría para exportar el producto, estas debe estar regulada por estándares internacionales para ser competitiva.
- Identificar la partida arancelaria, esto permite saber qué documentos se debe cumplir para que el producto pueda salir del país y su respectivo pago de

arancel. “Este arancel es un impuesto, que son considerados por las enseñanzas como una especie de tributo” (Peña, Martínez y Peña, 2018).

- Contacto con distribuidores o compradores a nivel internacional para negociar un contrato.
- Definir los términos comerciales internacionales y el medio de transporte más adecuado para adaptar al producto y así mantener su calidad durante la transportación.
- Mantenerse en constante formación para una mejor gestión comercial, mediante participaciones en ferias internacionales, ruedas de negocios, publicitaciones del producto en sitios digitales ayudaría a posicionar.

2.3.2 ¿Qué documentos se necesitan?

Los documentos son primordiales para la gestión adecuada de una actividad comercial, es por ello, que se requiere obtener la documentación necesaria para la internacionalización de la fruta pitahaya, en la cual se ha considerado importante la presentación de los siguientes documentos para su respectiva exportación hacia al mercado europeo.

2.3.2.1 Declaración aduanera de exportación (DAE)

Es un documento electrónico que la persona que va exportar el producto o llamado Operador de Comercio Exterior (OCE) entrega a la Aduana local, en este caso al Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador la debida información de la mercancía que va ser exportada con sus propios soportes, de esta manera se cumple legalmente con el proceso y las obligaciones con el SENAE.

2.3.2.2 Declaración Jurada de Origen

Es un documento que se elabora a través del sistema Ecuapass en la ventanilla única, esto es necesario para la elaboración y obtención del certificado de origen que acredita que la mercancía es originaria de un país o territorio determinado.

2.3.2.3 Certificado de Origen

Este documento es legal y acredita que el producto que se va a exportar es originario de un territorio determinado, por la cual tiene como propósito preferencias arancelarias. Es muy importante obtener este certificado porque es muy favorable en el comercio exterior, ya que se puede acceder a los beneficios de los acuerdos comerciales entre países. “Según lo previsto, las exportaciones con certificado de origen tienen menor riesgo de fracaso” (Murillo y Leal, 2021).

2.3.2.4 Certificado Fitosanitario

El Certificado Fitosanitario es considerado un documento oficial que certifica que la planta o producto vegetal amparado por el certificado ha sido inspeccionado de acuerdo con los procedimientos adecuados, así mismo que está libre de plagas y cumple con las normas fitosanitarias vigentes del país de importación. Tiene como objetivo evitar la propagación de plagas e insectos en los productos vegetales.

2.3.2.5 Factura comercial

Es el documento que emite el exportador (vendedor) al importador (comprador) como prueba de la venta realizada, donde contiene información relacionada a la transacción comercial, en ello se detallan precios, condiciones de pago, cantidad de productos vendidos, etc. La factura comercial también forma parte como documento de soporte de la Declaración aduanera de exportación (DAE).

2.3.2.6 Documento de Transporte

Este documento es emitido por un transportista de mercancías como certificación del contrato de transporte y recepción del producto, esto puede ser por vía marítima, terrestre o aérea. El documento de transporte se lo debe adjuntar conjuntamente para la presentación de la declaración aduanera como constancia del tipo de transporte que se ha utilizado.

2.3.2.7 Guía de Remisión

La guía de remisión es un documento que se utiliza con la finalidad de sustentar el traslado de mercancías de un lugar a otro dentro de territorio local, puede ser desde un depósito, almacén o establecimiento quedando constancia de un traslado legal. Este

documento es solicitado por la aduana para sus respectivas gestiones de comercio internacional.

2.3.3 ¿Cuáles son los factores internos y externos que deberá considerar la empresa?

Para una empresa considerar los factores internos y externos es fundamental, ya que estos influyen significativamente en el desempeño de la empresa. Estos factores que son identificados dentro y fuera de la organización, generan un efecto positivo o negativo en ella. A continuación, se detallan los factores a considerar:

2.3.3.1 Factores internos

Son todos los factores que están dentro de la estructura interna de la empresa que pueden formar parte de los resultados propuestos.

- ❖ **Los trabajadores:** la calidad de los empleados influye directamente en que la empresa tenga la capacidad de desarrollar innovación, la satisfacción del cliente, la productividad y la eficiencia. “Cabe recordar que los empleados son el factor clave para lograr los objetivos de la empresa” (Sumba, Moreno y Villafuerte, 2022).
- ❖ **El capital físico:** se considera como bienes tangibles que la empresa utiliza para su actividad comercial, esto puede limitar o mejorar la capacidad que tenga la organización para competir en el mercado. Está conformado por las maquinarias y equipos, edificios, suministros de oficina.
- ❖ **La liquidez:** es un factor muy importante porque se relaciona con la capacidad de la empresa para generar ingresos y pagar sus cuentas a tiempo. De igual manera, es necesario para el correcto funcionamiento de la empresa. Para una buena administración se recomienda mantener una liquidez estable y equilibrada.
- ❖ **Sistemas y procedimientos:** en este factor se consideran los mecanismos y procedimientos de gestión de recursos en la empresa. Entre ellos se encuentran los sistemas de producción, gestión del personal, marketing, etc. Deben adaptarse a la estrategia de la empresa

- ❖ **Las relaciones internas:** se basa en el ambiente de trabajo que se pueda tener en la empresa con las direcciones y trabajadores. En este factor se incluyen liderazgo, comunicación, motivación, relaciones de equipo, etc. Es por ello que se debe mantener un buen clima laboral, ya que puede incidir positiva o negativamente en la organización.
- ❖ **Identidad y cultura:** la empresa necesita presentarse en el mercado con una identidad definida para fortalecer sus relaciones comerciales, legales y financieras. Esto está asociado con la misión, visión, valores, historia y cultura.

2.3.3.2 Factores externos

- ❖ **Los clientes:** forman parte fundamental para la empresa, ya que son el motor de transformación y la clave para la supervivencia de ella. Por lo tanto, se debe cuidar de ellos porque sin clientes no hay demanda y sin demanda no hay comercio. “La empresa que demuestra interés por querer ser competitiva debe perseguir un objetivo que es la satisfacción del cliente” (Cotera y Martínez, 2019).
- ❖ **Insumos y proveedores:** los insumos se obtienen a través de los proveedores según las necesidades que se requieran para la productividad, tomando en cuenta varios aspectos para la selección del proveedor tales como calidad, precio, créditos, disponibilidad, etc.
- ❖ **Competidores:** conocer a los competidores tanto actuales como potenciales es clave para estabilizar la posición en el mercado. Tener en cuenta a los competidores contribuye a la empresa la indagación constante de mejora, innovación y evolución.
- ❖ **Marketing y medios de comunicación:** la relación de estos dos factores es necesaria para poder lograr los propósitos, porque a través de la utilización adecuada de los canales de comunicación se puede hacer llegar el mensaje sobre el producto.
- ❖ **La economía:** este factor influye directamente en la empresa, debido a que las condiciones económicas son cambiantes. Esto puede incluir un crecimiento o disminución económica, al igual que cambios en las tasas de interés y la inflación.

- ❖ **Políticas y cuestiones legales:** es muy importante considerar este factor, porque a través de ello podemos analizar los cambios que se den tanto en las leyes, normativas o reglamentos que repercutan en las actividades de la empresa.
- ❖ **Tecnología:** se hace referencia a este factor debido a la innovación y desarrollo que evolucionan en los mercados. Es por ello, que se debe estar actualizado en cuanto a la tecnología, ya que los consumidores o clientes indagan por medios tecnológicos.
- ❖ **Aspectos sociales y culturales:** hace mención a los cambios que se dan en el entorno del mercado sociocultural que reflejan los deseos y necesidades de los clientes.

2.3.4 ¿Cuáles son las condiciones sanitarias que debe cumplir la fruta?

Para que la fruta Pitahaya pueda ser internacionalizada al mercado europeo debe cumplir ciertas condiciones sanitarias que certifique la calidad del producto. En las cuales se mencionan las siguientes:

- Establecer la zona ecológica más apta para las plantaciones de la fruta.
- Determinar densidades de plantación en función de las condiciones climáticas.
- Preparar el suelo para un mejor drenaje.
- Realizar cortes de hierbas continuamente para evitar riesgo de infestación de plagas. “Debido a que estas plagas se esparcen muy rápido, dañando todas las partes de las plantas acabando con la plantación y cultivo” (Sandoval, Sandoval y Castillo , 2019).
- Esterilizar las herramientas agrícolas antes de su uso.
- Fertilizar el suelo de acuerdo con los resultados del análisis de fertilidad, para así poder tener plantaciones sanas. “Es un factor importante la fertilidad del suelo ya que se maneja un rentable cultivo” (Mora et al., 2019).
- La cosecha de la pitahaya se la debe de hacer manualmente por medio de canastos o gavetas para evitar el contacto con el suelo y así no se contagie de microorganismos. Para ello, los cosechadores deben utilizar guantes y tijeras podadoras con mucho cuidado para no cortar el pedúnculo y la rama de la fruta.

Este corte se lo debe de hacer cuando la fruta está pintonada para no exponerla al ataque de plagas.

- La fruta recogida debe someterse a una selección y clasificación en superficies lisas, para ello, la limpieza debe realizarse con cepillos suaves para eliminar basuras, residuos de flores, espinas, hormigas u otras impurezas que contenga la fruta.
- La fruta clasificada para exportación es colocada en cajas de cartón, la cual debe lucir fresca, sus pupos no deben estar golpeados ni con picaduras, tampoco que muestre indicios de marchitamiento para que el cliente no rechace esta fruta.
- Estas cajas deben ser etiquetadas mencionando el peso neto, número de frutas por caja, la temperatura, el tratamiento químico que se le sometió a la fruta y el país de origen.

2.3.5 ¿Cuáles serían las estrategias de posicionamiento frente a la competencia?

Se entiende por estrategia de posicionamiento el proceso que permite a las empresas influir en cómo los consumidores las perciben. “Es por ello, que tener clara las estrategias que se van a utilizar ayuda a tener un enfoque de las tácticas que se necesitan” (Criollo, Erazo y Narváez, 2019). Por tal razón, la empresa ecuatoriana productora de pitahaya considera las siguientes estrategias para posicionar su producto ante la competencia en el mercado europeo.

- ★ Promocionarla a través de las características que tiene la fruta con una llamativa forma, ya que está compuesta de pulpa, rodeada de unas pequeñas pepas comestibles y sus diferentes colores de la cáscara.
- ★ Dar a conocer la fruta pitahaya a través de sus múltiples beneficios que contiene para la salud del ser humano.
- ★ Publicitarla que se puede consumir la fruta en cualquier tiempo, como considerarla en la alimentación diaria como una fruta normal.
- ★ Hacer que los consumidores den testimonio del consumo de la fruta.
- ★ Demostrar que es un producto de calidad, se lo puede verificar con la aplicación de certificaciones nacionales e internacionales que certifiquen que es un producto confiable para su consumo.

3. CONCLUSIONES

Está claro que la internacionalización de un producto es fundamental para la empresa que requiere que sea conocido en otros países, con la finalidad de introducirse a mercados diferentes a nivel internacional, que les posibilite crecer económicamente. Por la cual, con una adecuada estrategia e indagación del mercado que desean llegar se puede lograr la internacionalización de su producto.

Podemos ver que la empresa ecuatoriana debe considerar varios requisitos y factores que se requieren para lograr su objetivo planteado, como es la internacionalización de su producto. A través de ello demuestra una gestión legalmente con el cumplimiento específico para su debido proceso. Con el compromiso que la empresa entrega para salir adelante con su negocio manifiesta una administración óptima.

BIBLIOGRAFÍA

- Cotera, E., y Martínez, M. (2019). Análisis cuasiexperimental sobre la satisfacción del cliente para determinar la competitividad de la empresa. *Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración*, 8(16), 106-135.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8119887>
- Criollo, M., Erazo, J., y Narváez, C. (2019). Estrategias de Marketing y posicionamiento de marca para el sector artesanal textil. *Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología*, 5(1), 245-270.
<https://cienciamatriarevista.org.ve/index.php/cm/article/download/266/303/>
- Macías, L., Mero, C., Montalvan, J., y Granoble, P. (2020). Exportaciones ecuatorianas: un análisis a la producción no afectada por la emergencia sanitaria. *Polo del Conocimiento*, 5(10), 89-103.
<https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/1790/3459>
- Mideros, V., Guanaquiza, M., Micolta, P., y Sánchez, I. (2021). Influencia del marketing estratégico en la internacionalización asociativa. *Conference Proceedings UTMACH*, 5(1), 160-178.
<https://investigacion.utmachala.edu.ec/proceedings/index.php/utmach/article/view/457/399>
- Mora, R., Rodríguez, D., Ramírez, J., Calderón, J., Salinas, T., Michay, G., . . . Espinoza, P. (2019). Impacto de la fertilización orgánica en el rendimiento del cultivo *Arachis hypogaea* L. en Orianga, provincia de Loja, Ecuador. *Bosques Latitud Cero*, 9(1), 69-82.
<https://revistas.unl.edu.ec/index.php/bosques/article/download/588/526/1720>

- Murillo , M., y Leal, C. (2021). Tratados de libre comercio y duración de las exportaciones: evidencia a nivel de firma para Colombia. *Desarrollo y Sociedad*,(88), 201-238.
<https://www.redalyc.org/journal/1691/169167260007/169167260007.pdf>
- Peña, J., Martínez, L., y Peña, L. (2018). El delito aduanero de contrabando: identificación de los elementos de su tipo penal en Colombia. *Revista Prolegómenos Derechos y Valores*, XXI(41), 131-147.
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/876/87657396009/87657396009.pdf>
- Sandoval, A., Sandoval, L., y Castillo , A. (2019). Diagnóstico inteligente de enfermedades y plagas en plantas ornamentales. *Holopraxis*, 3(2), 134-148.
<https://www.revistaholopraxis.com/index.php/ojs/article/download/124/pdf>
- Suárez, R., Gilces, M., Menéndez, A., y Ferrin, K. (2021). El proceso de producción y distribución de la pitahaya en Manabí para su exportación directa. *Brazilian Journals of Business*, 3(4), 3330-3344.
<https://www.brazilianjournals.com/index.php/BJB/article/download/35850/27880>.
- Sumba, R., Moreno , P., y Villafuerte, N. (2022). Clima Organizacional como Factor del Desempeño Laboral en las Mipymes en Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 8(1), 234-261.
<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8383360.pdf&ved=2ahUKEwj9rrvZzan5AhWZQzABHeLHAT0QFnoECCwQAQ&usg=AOvVaw1y0zKuSpC4FP0zfHimBisl>