



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE GUAYAQUIL
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

**ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA EXPORTACIÓN DE
PITAHAYA ECUATORIANA HACIA EL MERCADO ASIÁTICO, AÑO 2022.**

Trabajo de titulación previo a la obtención del
Título de licenciada en administración de
empresas

AUTOR: GALORA TAYUPANDA DÉBORA

TUTOR: JAIME ENRIQUE ZAPATA MARTINEZ

Guayaquil-Ecuador

2024

**CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**

Yo, Galora Tayupanda Débora Herminia con documento de identificación N°
0650283690 manifiesto que:

Soy el autor y responsable del presente trabajo; y, autorizo a que sin fines de lucro la
Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de
manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Guayaquil, 26 de Marzo del 2024

Atentamente,



Galora Tayupanda Débora Herminia
0650283690

**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO
DE TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, Galora Tayupanda Débora Herminia con documento de identificación No. 0650283690, expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del Ensayo o Artículos Académicos: ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA EXPORTACION DE PITAHAYA ECUATORIANA HACIA EL MERCADO ASIÁTICO, AÑO 2022, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: licenciada en administración de empresas, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 26 de marzo del año 2024

Atentamente,



Galora Tayupanda Débora Herminia
0650283690

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Jaime Enrique Zapata Martínez con documento de identificación N° 0916836620, docente de la Universidad **Universidad Politécnica Salesiana**, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: "ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA EXPORTACION DE PITAHAYA ECUATORIANA HACIA EL MERCADO ASIÁTICO, 2022." Realizado por Galora Tayupanda Débora Herminia con documento de identificación N° 0650283690, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Ensayo o Artículo que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 26 de Marzo del año 2024

Atentamente,



ING. Jaime Zapata Martínez; MBA.
0916836620

Análisis del comportamiento de la exportación de pitahaya ecuatoriana hacia el mercado asiático, año 2022

Analysis of the behavior of the export of Ecuadorian pitahaya towards the Asian market, year 2022.

Resumen

La presente investigación indaga sobre el análisis del comportamiento de exportación de la pitahaya en el mercado asiático. Las tendencias actuales de consumo de alimentos orgánicos y las propiedades nutricionales de la pitahaya brindan a Ecuador la oportunidad de ingresar a los mercados internacionales. Las exportaciones recientes a países asiáticos han generado un aumento en la producción y exportación de la pitahaya, así como un incremento en las divisas, beneficiando la balanza comercial del país. Esto permite que Ecuador alcance sostenibilidad en el mercado asiático y aumente su nivel de exportación, convirtiendo a Asia en uno de los principales mercados para este producto. Para analizar el comportamiento de la exportación de la pitahaya ecuatoriana en 2022 y determinar su sostenibilidad en el mercado asiático, se realizó una investigación que incluyó análisis documental, de campo y entrevistas a expertos en la exportación y producción de pitahaya. Los datos obtenidos se analizaron cualitativamente para obtener información precisa sobre las principales naciones importadoras y el comportamiento de las exportaciones. Dentro de los resultados se puede resaltar que las características únicas y los beneficios para la salud de la pitahaya han logrado potenciar su demanda. De este modo la sostenibilidad de la pitahaya ecuatoriana en los mercados de Asia requiere un enfoque integral que busque equilibrar la prosperidad económica con la protección del medio ambiente y el bienestar social.

Abstract

The present investigation explores the analysis of the export behavior of pitahaya in the Asian market. The current trends in organic food consumption and the nutritional properties of pitahaya provide Ecuador with the opportunity to enter international markets. Recent exports to Asian countries have resulted in an increase in pitahaya production and export, as well as an increase in foreign currency, benefiting the country's trade balance. This allows Ecuador to achieve sustainability in the Asian market and increase its level of export, making Asia one of the main markets for this product. To analyze the export behavior of Ecuadorian pitahaya in 2022 and determine its sustainability in the Asian market, an investigation was conducted that included documentary analysis, field research, and interviews with experts in pitahaya export and production. The data obtained were qualitatively analyzed to obtain accurate information about the main importing nations and the behavior of exports. Among the results, it can be highlighted that the unique characteristics and health benefits of pitahaya have managed to enhance its demand. Thus, the sustainability of Ecuadorian pitahaya in Asian markets requires a comprehensive approach that seeks to balance economic prosperity with environmental protection and social well-being.

Palabras clave

Análisis, comportamiento, exportación, pitahaya, ecuatoriana, sostenibilidad, mercado asiático.

Keywords

Analysis, behavior, export, pitahaya, Ecuadorian, sustainability, Asian market.

1. Introducción

Desde hace unos años, frutas no tradicionales como piña, mango, pitahaya, papaya, maracuyá, entre otras han ingresado paulatinamente al mercado mundial como parte del grupo de productos no tradicionales y permitiendo la diversificación de mercados. La pitahaya ecuatoriana tiene un gran potencial de exportación, desde su primera exportación se ha expuesto al mercado internacional teniendo una buena acogida, tanto que, hasta el presente año, Ecuador ha logrado expandirse y exportar la fruta a 59 países del mundo (Ministerio de Producción, 2022). La producción y exportación de la fruta tropical, como la pitahaya, está captando popularidad en el mercado internacional, dadas las tendencias y cambios alimenticios de la sociedad actual, haciendo que el mercado de frutas frescas orgánicas también este en crecimiento (Schotel, 2020). Según los datos proporcionados por la plataforma FreshPlaza en 2022 Ecuador exportó más de 23.000 toneladas de pitahaya en aproximadamente \$99 millones de dólares representando un gran ingreso en divisas para el país, y una expansión en sus negocios en diferentes países, dentro de los que se puede destacar Estados Unidos, Canadá, Colombia, Singapur y Países Bajos. Conjuntamente, en el primer trimestre del 2023, China también se convirtió en un nuevo mercado para la pitahaya ecuatoriana, siendo este un paso en la dirección correcta para el ingreso de esta fruta en el mercado asiático (Freshplaza, 2023).

A nivel mundial, los principales clientes de Pitahaya están en el extranjero, como Hong Kong en Asia, Estados Unidos en América, Países Bajos, Francia, Alemania y España en Europa, por lo que se espera que los productores y exportadores ecuatorianos puedan incrementar su presencia en el mercado internacional. La industria ecuatoriana está trabajando para entrar en mercados como China y Rusia. En 2002 se fundó la Asociación Ecuatoriana de Productores de Pitahaya y en 2005 se exportó por primera vez pitahaya, ingresando al mercado internacional generando buenas expectativas. Actualmente, esta fruta se encuentra entre los productos exóticos con mayor aporte en divisas dentro de la exportación de productos no tradicionales del Ecuador (Granja, 2019). Sin embargo, desde 2015, cuando la pitaya paloreña fue incorporada al catálogo internacional de productos de exportación de Ecuador, ha experimentado un incremento notable en sus envíos a 28 naciones importadoras.

Tabla N°1
Exportaciones de Pitahaya de los últimos 4 años

AÑO	Destino 1		Destino 2		Destino 3		Destino 4	
	País	%	País	%	País	%	País	%
2020	USA	56%	Hong Kong	27%	Singapur	3%	Países Bajos	3%
2021	USA	77%	Hong Kong	9%	Colombia	5%	Singapur	2%
2022	USA	77%	Colombia	8%	Hong Kong	4%	España	2%
2023	USA	60%	Perú	24%	Colombia	5%	Hong Kong	3%

Fuente: Adaptada del Banco central del Ecuador

En el año 2017 la pitahaya llegó a ser una fruta muy apetecida y con gran acogida en Hong Kong, esto siendo demostrado en el registro de Banco Central del Ecuador con una gran importación de esta fruta hacia dicho país llegando a representar más del 50% de la producción total de pitahaya de exportación (BCE, 2023). En 2019, la cantidad de pitahaya fue de 7.498,80 toneladas, y en 2020 se exportaron 18.300 toneladas a China, Países Bajos, Estados Unidos y Arabia Saudita. En 2021 se exportaron 17.895 toneladas, en 2022 más de 23.000 toneladas de pitahaya y en el año 2023, la exportación de esta fruta alcanzó un valor de 171,7 millones de

dólares (FOB), lo cual representa un incremento del 72% en comparación con el año 2022 (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2023). La pitahaya ha logrado posicionarse como uno de los productos no tradicionales más destacados dentro de la oferta exportable del país. Según el informe, se puede observar que el número de toneladas de pitahaya exportadas ha aumentado a lo largo de los años, acrecentando con esto los ingresos de divisas para el país (Grupo Alaire, 2023).

Dada la creciente demanda la producción de pitahaya en Ecuador se ha incrementado significativamente las hectáreas destinadas para la misma en los últimos años, contando en la actualidad con una superficie cada vez mayor dedicada a la siembra del producto, que al presente se estima que es de 1.528 hectáreas de plantación de pitahaya, con 2.260 productores inscritos que están vinculados con la exportación de este rubro (Agrocalidad, 2022). De esta forma, la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario cuenta con 167 centros de cosecha en 9 provincias, distribuyendo 2 en Santo Domingo de los Tsáchilas; 2 en Pastaza; 3 en Cotopaxi; 4 en Tungurahua; 7 en Los Ríos; 12 en Manabí; 15 en Guayas; 42 en Pichincha; y 80 en Morona Santiago; y contando con empresas ecuatorianas como Pitabel, Equadragon Fruit Company, Palora Exporter y Gran Fruta Company, siendo todos los centros regulados y con inspecciones fitosanitarias que verifican que la fruta cumpla las condiciones fitosanitarias requeridas por los países importadores (AGROCALIDAD, 2021).

Hasta el momento se puede percibir mediante las cifras del BCE el incremento de la exportación de pitahaya, llegando a ser catalogada como la fruta exótica más vendida por el Ecuador, sin embargo, no es un porcentaje significativo si se lo compara contra otros países de América Latina que también se dedican a la producción de pitahaya como lo son, Perú, Colombia, y Nicaragua (Reyes, 2022). Más sin embargo Ecuador en los últimos años ha sobresalido como uno de los mayores productores y exportadores de pitahaya en la región, con exportaciones a varios países, incluyendo Estados Unidos, Hong Kong, Canadá, Colombia, Singapur y China (Méndez, 2020). Por lo que es necesario investigar y conocer los factores que hacen que la pitahaya ecuatoriana de manera sostenible tenga mayor predilección de exportación al mercado asiático.

La sostenibilidad a largo plazo de este fruto exótico en el mercado asiático es un aspecto de relevancia, por lo tanto, resulta imperativo adquirir conocimiento acerca de las tendencias de exportación de la pitahaya en dicho mercado, dado que actualmente impulsado por las nuevas Tendencias alimenticias del consumo de alimentos orgánicos y por sus propiedades nutricionales le da al Ecuador la oportunidad de ingresar a los mercados internacionales, especialmente el mercado asiático, dadas las recurrentes exportaciones realizadas hasta el año 2022 de Ecuador a países orientales como China y Singapur que han significado no solo un aumento en la producción y exportación de la fruta sino que a su vez representa un aumento en las divisas, lo cual se ve reflejado en la balanza comercial del país (Menéndez y Cobeña, 2022). Estas exportaciones dan pie a que el país pueda alcanzar una sostenibilidad y mantenerse en el mercado asiático, así como también de aumentar el nivel de exportación y volver de Asia uno de los principales mercados de destino de este producto no petrolero no tradicional del Ecuador (Banco Central del Ecuador, 2024). Después de identificar esta problemática, el presente estudio se plantea como objetivo analizar el comportamiento de la exportación de pitahaya ecuatoriana en el año 2022 para determinar su sostenibilidad en el mercado asiático, además de contar con los siguientes objetivos específicos; (i) Conocer las principales naciones que importan la pitahaya ecuatoriana y los factores influyentes en la demanda de este producto, (ii) Analizar el comportamiento de las exportaciones de pitahaya ecuatoriana en el año 2022, e (iii) Determinar los factores económicos que inciden en la exportación de pitahaya como tasas de cambio, acuerdos bilaterales y políticas comerciales entre Ecuador y los países asiáticos, con el fin de conocer e identificar cuáles son los factores que permiten que esta fruta ecuatoriana tenga sostenibilidad en el mercado asiático.

1.1. Definiciones

1.1.1. Exportación

Es el acto y resultado de enviar bienes y servicios de un país a otro con fines comerciales y que se rigen a distintas legislaciones y convenios que se hayan suscrito entre el país de origen y el país de destino (SENAE, 2021). La exportación comprende la venta de bienes o servicios producidos en un país consumidores en el extranjero. Según el diccionario español, "la venta de mercancías en otro territorio no es el mismo territorio" (RAE, 2023).

Desde el punto de vista económico, las exportaciones contribuyen al desarrollo económico de un país generando divisas, pero esto puede ser tanto positivo como negativo para las empresas (Unidad Editorial Información Económica , 2024).

La exportación afecta la economía de un país de muchas maneras. En primer lugar, puede comprar bienes importados y fortalecer las reservas internacionales al permitir la compra de divisas (Midagri, 2019). Además, las exportaciones pueden crear empleos, mejorar los ingresos de los sectores exportadores y generar cierto aumento de los ingresos fiscales. Desde una perspectiva del comercio internacional, la expansión de las exportaciones está vinculada al crecimiento económico a largo plazo porque promueve el uso de economías de escala y ventajas comparativas (Chamba, Bermeo y Campuzano, 2021). Aunque la relación entre las exportaciones y el crecimiento económico puede variar según la situación, la promoción de las exportaciones es importante para el desarrollo económico nacional (World Bank, 2022).

1.1.2. Pitahaya

La Pitahaya es una fruta originaria de Centroamérica y algunas partes de Sudamérica, descubierta en estado silvestre por los conquistadores españoles y bautizada con el nombre de Pitahaya, que significa fruto escamoso, por lo que posteriormente fue conocido como la fruta de dragón. Actualmente su producción se distribuye en México, Bolivia, Perú, Colombia, Venezuela, Ecuador, Centroamérica y las Antillas (Vargas et al., 2020).

El Ecuador es un país bendecido al ser un país con mucha diversidad y una variedad de microclimas que permite la producción de diferentes frutas entre tropicales y exóticas como la pitahaya (Tayán, 2022). La pitahaya es una fruta tropical que se ha popularizado en los mercados nacionales e internacionales por su buen sabor, apariencia, calidad y propiedades nutraceuticas (Vargas et al., 2020). En Ecuador se cultivan pitahayas rojas y amarillas, estas últimas tienen una apariencia hermosa, piel amarilla y pulpa blanca fragante con pequeñas semillas negras, mientras que generalmente cultivada en México, Nicaragua y Vietnam, la pitahaya roja se caracteriza por la presencia de brácteas en lugar de dragones, pulpa blanca o roja clara (según la especie) y pequeñas semillas negras (Sotomayor et al., 2019).

La pitahaya no es una fruta cualquiera, dado que se ha utilizado con fines medicinales en diversas situaciones. Ayuda con los problemas estomacales con su poder antioxidante,

promoviendo la producción de colágeno que retarda el envejecimiento, parte importante que es muy popular en varios mercados (Quiroz, 2022).

En el mundo, los principales compradores de pitahaya son Hong Kong en continente asiático, Estados Unidos en América y Países Bajos, Francia, Alemania y España en el continente europeo, y al ser un producto extranjero se esperan fabricantes para entrar al mercado de China y Rusia y cada vez más (Lucero, 2020). Desde el año 2002 se funda la Asociación de Productores de Pitahaya del Ecuador (APPE), y en el año 2005 se exporta pitahaya por primera vez al exterior. Sin embargo, desde 2015, cuando la pitahaya paloreña fue incluida en la canasta mundial de Ecuador, se ha observado que las exportaciones han crecido significativamente en los países importadores de la fruta en cuestión. En 2019 la exportación de pitahaya fue de 7.498,80 toneladas, en 2020 se exportaron 18.300 toneladas a China, Países Bajos, Estados Unidos y Arabia Saudita (MAG, 2022). En 2021 se exportaron 17.895 toneladas, en 2022 se exportó más de 23.000 toneladas de pitahaya, y hasta mediados de 2023 Agrocalidad informo que se exportaron más de 29.000 toneladas de cargamentos de pitahaya (Agrocalidad, 2023). Por los informes vistos se puede apreciar como a través de los años las exportaciones de pitahaya han ido incrementando su volumen de toneladas, y con ello el ingreso de divisas al país.

La pitahaya ecuatoriana según la resolución 0244 se menciona que los lugares de producción, plantas procesadoras y empacadoras de pitahaya fresca deben estar registrados y autorizados por Agrocalidad antes del inicio de la exportación de la fruta (Agrocalidad, 2019).

1.1.3. Mercado asiático

El término "mercado asiático" puede referirse a una variedad de cosas, como los mercados de alimentos asiáticos o los mercados financieros asiáticos. Cuando se trata de comida, suele ser un mercado o supermercado que se especializa en productos asiáticos y ofrece una variedad de alimentos, especias y alimentos similares de diferentes culturas asiáticas (Yatai , 2023).

En el contexto de los mercados financieros, los mercados asiáticos se refieren a los mercados de capital de los países de la región de Asia y el Pacífico. Los países más importantes en este mercado son: China, Japón, India, Corea del Sur (Castillo, 2023). Además de estos países, países como Singapur, Taiwán y Hong Kong tienen grandes mercados de capitales en la región. Estos mercados atraen a inversores y comerciantes de todo el mundo y ofrecen oportunidades de inversión y comercio en una amplia gama de sectores y productos (Tyba, 2023).

Ecuador realiza exportaciones de pitahaya hacia múltiples países y ha establecido acuerdos comerciales con diversas naciones para la exportación de esta fruta. No obstante, el sector de la pitahaya está a la espera de la firma de tratados de libre comercio con algunos países, como China, con el objetivo de disminuir los aranceles y potenciar la competitividad de esta fruta en el mercado (Candelario A. , 2023). Teniendo así acuerdos como el de Ecuador y Corea del Sur que está progresando hacia la firma definitiva del acuerdo comercial entre ambos países, conocido como Acuerdo Estratégico de Cooperación Económica (SECA). Este tratado de libre comercio abarca un total de 16 áreas, que incluyen el acceso a los mercados, obstáculos técnicos al comercio, medidas sanitarias y fitosanitarias, defensa comercial, reglas de origen, comercio transfronterizo de servicios y disposiciones institucionales (Candelario A. , 2024). Es claro que Ecuador ha establecido vínculos comerciales con diversas naciones con el fin de llevar

a cabo la exportación de pitahaya. Entre los destinos de exportación de Ecuador para la pitahaya se encuentran Estados Unidos, Canadá, Colombia, China, Perú y Japón (Agrocalidad, 2022).

1.1.4. Sostenibilidad de la Pitahaya

La sostenibilidad se trata de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras, logrando un equilibrio entre crecimiento económico, desarrollo social y protección ambiental. Implica la adopción de prácticas responsables y rentables en los ámbitos económico, social y ambiental, y requiere la colaboración de personas, empresas y gobiernos para lograr un desarrollo sostenible (Naciones Unidas, 2024).

Por otro lado, la sostenibilidad ambiental se refiere a la responsabilidad de proteger los recursos naturales y los ecosistemas de la Tierra, promoviendo la existencia de ambientes saludables para las generaciones futuras. Esto implica la correcta gestión de los recursos naturales en la producción, protegiéndolos para satisfacer las necesidades futuras (Universidad Europea, 2022). La producción de pitahaya puede ser sostenible desde una perspectiva medioambiental, mediante la implementación de prácticas agrícolas que reduzcan el impacto ambiental, como la gestión de carbono, el manejo eficiente del agua y la energía, la reducción del uso de pesticidas y fertilizantes químicos, y la conservación de la biodiversidad. Además, se pueden implementar medidas y planes de gestión ambiental para minimizar los efectos negativos del cultivo de pitahaya en el entorno (Raffo et al., 2021).

La sostenibilidad de la pitahaya ecuatoriana en los mercados de exportación se ve influenciada por varios factores, entre los cuales se incluyen:

- **Diversificación de mercados de exportación:** La diversificación de los destinos de exportación de la pitahaya ecuatoriana contribuye a su sostenibilidad en los mercados internacionales, reduciendo la dependencia de un solo mercado (Ortega, 2022)
- **Calidad del producto:** La gestión de la calidad de la pitahaya es un factor crítico para su sostenibilidad en los mercados de exportación. La calidad del producto, incluyendo su sabor, apariencia y frescura, influye en la demanda y la satisfacción del consumidor (Agrocalidad, 2022).
- **Certificaciones fitosanitarias:** Contar con requisitos fitosanitarios para el envío del producto a múltiples países es crucial para la sostenibilidad de la pitahaya ecuatoriana en los mercados de exportación. Esto amplía las oportunidades comerciales al cumplir con las regulaciones internacionales.
- **Reconocimiento internacional:** El reconocimiento y la apreciación de la pitahaya ecuatoriana en los mercados internacionales contribuyen a su sostenibilidad. La fruta es altamente apetecida en diversos segmentos del mercado internacional, lo que genera nuevas oportunidades comerciales para la economía nacional (Menéndez y Cobeña, 2022).
- **Producción sostenible:** La implementación de prácticas de producción sostenible, que incluyan aspectos ambientales, sociales y económicos, es fundamental para garantizar la sostenibilidad a largo plazo de la pitahaya ecuatoriana en los mercados de exportación.

Estos factores juegan un papel crucial en la sostenibilidad de la pitahaya ecuatoriana en los mercados de exportación, asegurando su posicionamiento y demanda en el ámbito internacional.

2. Materiales y método

Se efectuó una investigación de tipo documental, de campo y no experimental, de carácter descriptivo, empleando herramientas de recolección de datos como las entrevistas, para el diseño del cuestionario, se tomaron en cuenta preguntas abiertas basadas en los objetivos propuestos en el artículo y los 3 expertos seleccionados donde uno pertenecen a la Asociación de exportadores de fruta exótica de Palora y los otros dos son consultores expertos en la exportación y producción de pitahaya en Ecuador que permitieron analizar los datos de forma cualitativa con la finalidad de obtener información más precisa.

Adicionalmente se profundizó con evidencia teórica y mediante revisión científica de artículos, revistas y fuentes oficiales como el Banco Central, la Coordinación General de Información Nacional Agropecuaria, Agrocalidad, Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca, entre otras asociaciones e instituciones gubernamentales.

3. Resultados y discusión

Para asegurar el cumplimiento de los objetivos planteados, se llevó a cabo una entrevista con tres expertos; E1) Ing. Pablo Romero agroexportador y asesor agrícola, E2) Francisco Ortega representando a FINCA PROCEL CIA LTDA empresa productora y exportadora de pitahaya amarilla Palora, y E3) David Quiroz Ingeniero y consultor en agronomía. Durante la entrevista, se utilizó un cuestionario compuesto por nueve preguntas abiertas con el fin de recopilar información relevante.

Tabla N°2
Análisis de respuestas de expertos

N°	Pregunta	Respuesta
1.	¿Qué estrategias se han implementado para mantener y fortalecer la presencia de la pitahaya ecuatoriana en el mercado asiático?	E1: Se han llevado a cabo diversas estrategias con el objetivo de mantener y fortalecer la posición de la pitahaya ecuatoriana en el mercado asiático. Una de estas estrategias ha sido establecer alianzas estratégicas con empresas extranjeras, lo cual ha permitido ampliar la presencia de la fruta en el mercado internacional y aprovechar el conocimiento y la experiencia de dichas compañías en la distribución y comercialización de productos agrícolas. Además, se ha buscado aumentar la visibilidad de la pitahaya ecuatoriana participando en ferias tanto en Europa como en Estados Unidos. Estas ferias representan una excelente oportunidad para dar a conocer las cualidades y beneficios de la fruta, así como establecer contactos y generar alianzas comerciales con potenciales compradores y distribuidores internacionales. Estas estrategias han demostrado ser efectivas para mantener y fortalecer la presencia de la pitahaya ecuatoriana en el mercado asiático, permitiendo que esta exótica fruta continúe siendo apreciada y demandada en todo el mundo. E2: La respuesta es muy amplia, en Ecuador existe más de 5 variedades y 8 eco tipos de pitahaya entre las cuales las más comerciales son la roja (AB, PP) y amarilla (Palora, Nacional, colombiana, Golden Isis). la ONPF China autorizó el ingreso de pitahaya ecuatoriana (<i>hylocereus megalanthus</i>) y dentro de éstas se encuentran las mencionadas ya que el nombre de las mismas. Es importante que puntualice

		<p>y profundice esta observación.</p> <p>Para darle una respuesta podría aislar su pregunta ciñéndome a la pitahaya amarilla eco tipo Palora; 1) Las negociaciones tardaron más de 11 años para que nuestra pitahaya pueda ingresar al mercado de China, siendo nuestra fruta ya enviada desde el 2013 las primeras muestras a Hong Kong, lugar donde no existe una exhaustiva revisión fitosanitaria y esto ayuda a crecer el interés de nuestra fruta y el mismo interés ha hecho que ya exista cultivos de pitahaya amarilla en Hainan China, 2) Para mantener nuestra presencia en el mercado de HK no se ha realizado estrategia alguna, el mismo mercado se ha encargado de mostrar las bondades y dificultades de nuestra fruta 3) Fitosanitariamente hablando si ha existido acciones por parte de la agencia AGROCALIDAD quien se ha mantenido vigilante de que se cumpla todos los procesos de Fito sanidad e inocuidad alimentaria para la exportación al mercado Chino. 4) Para fortalecer nuestra presencia en el mercado chino las acciones han sido nimias, lo más rescatable es el haber asistido a las ferias cómo Asia Frui Logística.</p> <p>E3: En los últimos años, se han implementado diversas estrategias para mantener y fortalecer la presencia de la pitahaya ecuatoriana en el mercado asiático, especialmente en países como China. Se puede nombrar por ejemplo el cumplimiento de requisitos fitosanitarios como el monitoreo de plagas y la implementación de procesos de trazabilidad en las fincas y emparadoras, las alianzas estratégicas que se han establecido con empresas y organizaciones del sector agroexportador para fortalecer la cadena de valor de la pitahaya o la participación del Ecuador en ferias internacionales, todo esto ayuda al crecimiento de las exportaciones de pitahaya ecuatoriana hacia el mercado asiático, especialmente en países como China.</p>
2.	<p>¿Qué medidas se han tomado para garantizar la calidad y seguridad alimentaria de la pitahaya ecuatoriana destinada al mercado asiático?</p>	<p>E1: Una de las acciones que se han implementado para asegurar la calidad y seguridad alimentaria de la pitahaya ecuatoriana es cumplir con los Límites Máximos de Residuos (LMR). Esto implica establecer y respetar un nivel máximo permitido de residuos de pesticidas y otros productos químicos en la fruta. El cumplimiento de los LMR es fundamental para garantizar que la pitahaya ecuatoriana sea segura para el consumo humano y cumpla con los estándares de calidad establecidos. Esto se logra a través de la implementación de buenas prácticas agrícolas, como el uso adecuado de pesticidas y la adopción de técnicas de cultivo sostenibles.</p> <p>E2: Una de las estrategias implementadas para asegurar la calidad y seguridad alimentaria de la pitahaya ecuatoriana, especialmente para el mercado chino, ha sido la firma de un acuerdo entre ambas Organizaciones Nacionales de Protección Fitosanitaria (ONPF). Este acuerdo establece directrices claras y detalladas sobre el manejo de la fruta tanto en la etapa de precosecha como en la etapa de postcosecha.</p>

		<p>El acuerdo entre las ONPF se enfoca en garantizar que se sigan prácticas adecuadas de cultivo, recolección, transporte y almacenamiento de la pitahaya ecuatoriana. Se establecen estándares estrictos para asegurar que la fruta sea cultivada y manejada de manera segura y que cumpla con los requisitos fitosanitarios establecidos por el mercado chino. Además, se enfatiza en la importancia de llevar a cabo inspecciones regulares y pruebas de calidad para asegurar que la pitahaya ecuatoriana cumpla con los estándares establecidos antes de ser exportada al mercado chino. Esto incluye el monitoreo de los residuos de pesticidas, el control de plagas y enfermedades, y la implementación de prácticas de higiene adecuadas durante todo el proceso de producción y manejo.</p> <p>E3: Puedo decirte que se han tomado varias medidas para garantizar la calidad y seguridad alimentaria de la pitahaya ecuatoriana destinada al mercado asiático, especialmente en países como China. Estas medidas incluyen el establecimiento de protocolos fitosanitarios, control de trazabilidad, certificaciones, inspecciones y otros controles de calidad. Estas medidas han sido implementadas con el objetivo de asegurar que la pitahaya ecuatoriana cumpla con los estándares de calidad y seguridad alimentaria exigidos en el mercado asiático, fortaleciendo así su presencia y competitividad en esta región.</p>
3.	<p>¿Cómo se está promoviendo el desarrollo sostenible y responsable en la producción y exportación de pitahaya?</p>	<p>E1: Principalmente a través de la capacitación a los agricultores (aunque no es suficiente). La exportación se está promoviendo por medio de la organización de los agricultores.</p> <p>E2: No existe un plan de sostenibilidad para con el medio ambiente, no existe datos que indiquen la oferta exportable de Ecuador y las extensiones siguen aumentando, pero aún no encontramos con una demanda de pitahaya en los países donde enviamos fruta, la demanda tardará en generarse.</p> <p>E3: Actualmente se están implementando diversas estrategias para promover el desarrollo sostenible y responsable en la producción y exportación de pitahaya. Estas estrategias incluyen las prácticas agrícolas sostenibles que fomentan el uso de técnicas agrícolas sostenibles, como el manejo integrado de plagas y enfermedades, el uso eficiente de agua y nutrientes, y la conservación de suelos.</p>
4.	<p>¿Qué papel desarrollan los acuerdos comerciales y las relaciones diplomáticas en la sostenibilidad de la pitahaya ecuatoriana en el mercado asiático?</p>	<p>E1: Desarrollan un papel preponderante ya que esto agiliza los trámites aduaneros además que los Tratados de Libre Comercio permitirían la concesión de preferencias arancelarias mutuas y la reducción de barreras no arancelarias al comercio del fruto de la pitahaya hacia China desde el Ecuador.</p> <p>E2: Una de las formas en las que los acuerdos comerciales y las relaciones diplomáticas juegan un papel crucial en la sostenibilidad de la pitahaya ecuatoriana en el mercado asiático es a través de la búsqueda de beneficios como la eliminación total de aranceles para nuestro producto.</p>

		<p>La importancia de lograr que la fruta ecuatoriana ingrese al mercado asiático con un arancel de 0% radica en el impacto positivo que tendría en la competitividad y rentabilidad de nuestro producto. Al eliminar los aranceles, se facilita el acceso de la pitahaya ecuatoriana a los consumidores asiáticos, lo que se traduce en un aumento en las oportunidades de venta y, por ende, en un mayor crecimiento para los productores y exportadores. Además, esta medida fomentaría una mayor demanda de la pitahaya ecuatoriana en el mercado asiático, lo que a su vez impulsaría la producción y generaría empleo en la industria local. Asimismo, fortalecería la imagen de la fruta ecuatoriana como un producto de calidad y confiable, lo que puede generar una ventaja competitiva frente a otros países productores.</p> <p>E3: Los acuerdos comerciales y las relaciones diplomáticas desempeñan un papel fundamental en la sostenibilidad de la pitahaya ecuatoriana en el mercado asiático. Estos acuerdos facilitan el acceso al mercado, reducen las barreras arancelarias y promueven la cooperación entre los países involucrados. Además, las relaciones diplomáticas sólidas permiten establecer canales de comunicación efectivos y promover la confianza mutua, lo que facilita la negociación de acuerdos comerciales favorables. Estas medidas contribuyen a fortalecer la presencia de la pitahaya ecuatoriana en el mercado asiático, asegurando su continuidad y sostenibilidad a largo plazo.</p>
5.	<p>¿Cómo se monitorea y evalúan los cambios en las preferencias y demandas del consumidor asiático para mantener la sostenibilidad de la exportación de pitahayas desde Ecuador?</p>	<p>E1: Una de las acciones que se llevan a cabo es la supervisión y evaluación de los cambios en las preferencias y demandas de los consumidores asiáticos. Esto se hace mediante análisis de mercado y estudios de las tendencias en el mercado de consumo.</p> <p>El monitoreo constante de las preferencias y demandas del consumidor asiático es esencial para adaptarse a los cambios en el mercado y mantener la relevancia de la pitahaya ecuatoriana. Los análisis de mercado permiten identificar las tendencias emergentes y comprender las necesidades y deseos de los consumidores asiáticos con relación a la fruta. Estos estudios se enfocan en diversos aspectos, como el análisis de las preferencias de sabor, presentación y calidad de la pitahaya, así como la identificación de nuevas formas de consumo y presentación del producto. Además, se evalúa la competencia y se analizan las estrategias de marketing utilizadas por otros productores y exportadores para captar la atención de los consumidores asiáticos.</p> <p>La información recopilada a través de estos análisis y estudios se utiliza para tomar decisiones informadas sobre la producción, empaque, promoción y comercialización de la pitahaya ecuatoriana. Esto ayuda a adaptar la oferta a las demandas cambiantes del mercado y a mantener la competitividad en el sector.</p>

		<p>E2: Actualmente nosotros no contamos con esto, ya que nos organizamos mediante una asociación, pero somos conscientes que la falta de monitoreo y evaluación en este aspecto puede tener consecuencias negativas en la sostenibilidad y éxito de la pitahaya ecuatoriana en el mercado asiático, pero es algo en lo que se está trabajando.</p> <p>E3: para monitorear y evaluar los cambios en las preferencias y demandas del consumidor asiático y mantener la sostenibilidad de la exportación de pitahayas desde Ecuador, se llevan a cabo diversas acciones. Estas incluyen la realización de estudios de mercado periódicos para identificar las tendencias y preferencias del consumidor asiático, así como la participación en ferias y eventos internacionales donde se pueden establecer contactos directos con compradores y obtener retroalimentación sobre la calidad y aceptación del producto. Además, se establecen alianzas estratégicas con importadores y distribuidores locales en el mercado asiático para mantener una comunicación constante y adaptar la oferta de pitahayas a las necesidades del consumidor. Estas medidas permiten ajustar la producción y la estrategia de comercialización de la pitahaya ecuatoriana, asegurando su sostenibilidad en el mercado asiático.</p>
6.	<p>¿Cuáles considera que son las principales ventajas competitivas de la pitahaya ecuatoriana en comparación con otros países productores en el mercado asiático?</p>	<p>E1: Una de las ventajas competitivas más destacadas de la pitahaya ecuatoriana en el mercado asiático es su variedad Palora, la cual tiene una mayor vida útil en anaquel en comparación con las variedades de cáscara roja que son más comunes en los países asiáticos.</p> <p>La duración extendida en anaquel de la variedad Palora le brinda a la pitahaya ecuatoriana una ventaja significativa en términos de transporte y almacenamiento. Esto permite que la fruta pueda ser exportada a distancias más largas sin comprometer su calidad y frescura. A su vez, esto puede traducirse en una mayor disponibilidad y variedad de pitahayas ecuatorianas en los mercados asiáticos, lo cual es atractivo para los consumidores.</p> <p>E2: Las principales fortalezas competitivas de la pitahaya ecuatoriana en comparación con otros países productores en el mercado asiático se pueden atribuir a su rápida aceptación por parte de los consumidores, su atractivo estético, su tamaño grande y su delicioso sabor dulce.</p> <p>Una de las ventajas más destacadas de la pitahaya ecuatoriana es su capacidad para captar rápidamente la atención y el interés de los consumidores asiáticos. El exótico aspecto y colorido de la fruta la convierten en un producto llamativo y atractivo en los estantes de los mercados, lo que puede generar un mayor interés y demanda por parte de los consumidores.</p> <p>E3: Considero que las principales ventajas competitivas de la pitahaya ecuatoriana en comparación con otros países productores en el mercado asiático son varias. En primer lugar, Ecuador cuenta con condiciones climáticas y edafológicas</p>

		<p>ideales para el cultivo de pitahaya, lo que permite obtener frutas de alta calidad y sabor. Además, la pitahaya ecuatoriana se destaca por su variedad de colores y sabores, lo que la hace atractiva para los consumidores asiáticos que buscan productos exóticos y diferentes. Otro factor importante es la experiencia y conocimiento acumulado por los productores ecuatorianos a lo largo de los años, lo que les permite aplicar prácticas agrícolas eficientes y obtener rendimientos óptimos. Por último, la pitahaya ecuatoriana ha logrado establecer una sólida presencia en el mercado asiático, con acuerdos comerciales y relaciones establecidas, lo que facilita su acceso y distribución en la región.</p>
7.	<p>¿Cuáles son los desafíos más significativos que enfrentan los productores de pitahaya ecuatoriana en la exportación hacia el mercado asiático?</p>	<p>E1: La Inocuidad sin duda se necesita trabajar en base a un protocolo de manejo fitosanitario preventivo para evitar rechazos de fruta. Exportar de forma directa sin la presencia de intermediarios para que los agricultores puedan tener mejores precios y por lo tanto una mejor rentabilidad.</p> <p>E2: Los productores de pitahaya ecuatoriana enfrentan desafíos importantes al exportar hacia el mercado asiático, y uno de los desafíos más significativos es la correcta gestión del marketing. Para tener éxito en la exportación de pitahaya hacia el mercado asiático, es fundamental que los productores sean capaces de implementar estrategias de marketing efectivas. Esto implica comprender las preferencias y demandas de los consumidores asiáticos, identificar los canales de distribución adecuados y comunicar de manera efectiva los beneficios y características únicas de la pitahaya ecuatoriana.</p> <p>E3: Los productores de pitahaya ecuatoriana enfrentan varios desafíos significativos en la exportación hacia el mercado asiático. Uno de los desafíos es el desconocimiento por parte de los productores sobre el proceso de comercialización y exportación de la pitahaya, lo que los lleva a depender de intermediarios y enfrentar precios no razonables. Además, la demanda del mercado asiático puede ser volátil y sujeta a cambios en las preferencias del consumidor, lo que requiere una constante adaptación por parte de los productores para satisfacer las necesidades cambiantes. Otro desafío es la competencia de otros países productores de pitahaya en el mercado asiático, lo que exige a los productores ecuatorianos mantener altos estándares de calidad y diferenciarse a través de variedades de colores y sabores únicos.</p>
8.	<p>¿Cuáles son las barreras particulares más prominentes que tienen los productores y exportadores de pitahaya hacia el mercado asiático?</p>	<p>E1: Podría ser que la cultura de consumo en Asia esta más enfocada hacia las variedades cascaras rojas por el factor religioso hacia el dragón y el color rojo, por lo tanto, la propuesta seria hacer campañas de promoción al consumo de las variedades de palora en Asia</p> <p>E2: Una de las barreras creo que es el protocolo firmado por Agrocalidad y la ONP China, donde</p>

		<p>indican detalladamente los pasos a seguir para la exportación a China.</p> <p>E3: Identificó varias barreras particulares prominentes que enfrentan los productores y exportadores de pitahaya hacia el mercado asiático. En primer lugar, existe un desconocimiento por parte de los productores sobre el proceso de comercialización y exportación de la pitahaya, lo que los lleva a depender de intermediarios y enfrentar precios no razonables. Además, la competencia de otros países productores de pitahaya en el mercado asiático representa un desafío, lo que requiere que los productores ecuatorianos mantengan altos estándares de calidad y se diferencien a través de variedades de colores y sabores únicos.</p>
9.	<p>¿Piensa usted que esta fruta puede tener sostenibilidad en el mercado asiático?</p>	<p>E1: Depende el país ya que por ejemplo en Vietnam la fruta que ellos producen tiene costos de producción muy bajos con una ventana de cosecha sostenida a lo largo de casi todo el año, lo mismo en Filipinas y en Singapur, por lo tanto, la apuesta debe ser hacia china ya que tiene grandes metrópolis y en China hay zonas donde no pueden producir pitahaya todo el año. La recomendación es estudiar cuales son las ventanas (meses) donde sería más factible exportar por la disminución de la producción en el país de Asia seleccionado.</p> <p>E2: La pitahaya tiene el potencial de ser sostenible en el mercado asiático y mantener su presencia a largo plazo. Esta exótica fruta tropical ha capturado la atención de los consumidores asiáticos debido a sus características únicas y beneficios para la salud.</p> <p>E3: Considero que la sostenibilidad de una fruta en el mercado asiático depende de varios factores, como la demanda del producto, la competencia en el mercado, la calidad del producto y la capacidad de producción. Es importante realizar un análisis exhaustivo del mercado asiático para determinar si existe una demanda suficiente para la fruta en cuestión y si hay espacio para competir con otros productos similares. Además, es fundamental asegurar la calidad del producto y garantizar una producción sostenible y responsable para mantener la confianza de los consumidores asiáticos. Si se cumplen estos requisitos, es posible que la fruta tenga sostenibilidad en el mercado asiático y se convierta en un producto exitoso en la región.</p>

Nota. La tabla muestra las entrevistas efectuadas a los expertos. Fuente: Tomado de las entrevistas.

En los resultados enfocados en las estrategias que se han implementado Los entrevistados manifiestan que, en los últimos años, se han llevado a cabo diversas estrategias para mantener y fortalecer la presencia de la pitahaya ecuatoriana en el mercado asiático, especialmente en países como China. Una de estas estrategias ha sido establecer alianzas estratégicas con empresas extranjeras, lo cual ha permitido ampliar la presencia de la fruta en el mercado internacional y aprovechar el conocimiento y la experiencia de dichas compañías en la distribución y comercialización de productos agrícolas. Además, se ha buscado aumentar la visibilidad de la pitahaya ecuatoriana participando en ferias tanto en Europa como en Estados Unidos, lo que ha permitido dar a conocer las cualidades y beneficios de la fruta, así como

establecer contactos y generar alianzas comerciales con potenciales compradores y distribuidores internacionales. En el caso específico de la pitahaya amarilla eco tipo Palora, se han cumplido rigurosamente los requisitos fitosanitarios para su exportación al mercado chino, lo que ha permitido que la fruta ecuatoriana sea apreciada y demandada en este país. Además, se han establecido cultivos de pitahaya amarilla en China, lo que demuestra el interés y la aceptación de esta fruta en el mercado asiático.

En relación con la calidad y seguridad alimentaria de la pitahaya ecuatoriana destinada al mercado asiático, especialmente en países como China, se han adoptado diversas medidas y acuerdos entre entidades clave. Se destaca la importancia de cumplir con Los Límites Máximos de Residuos (LMR), mediante la implementación de buenas prácticas agrícolas y el uso adecuado de pesticidas. Así como también se señala la firma de un acuerdo entre las Organizaciones Nacionales de Protección Fitosanitaria (ONPF) de ambos países, el cual establece directrices claras y detalladas sobre el manejo de la fruta en todas las fases del ciclo productivo, desde la etapa de precosecha hasta la etapa de postcosecha.

Para promover el desarrollo sostenible de la pitahaya ecuatoriana, se han implementado diferentes estrategias que involucran a diversos actores. En la entrevista se destaca la capacitación a los agricultores como uno de los principales elementos para impulsar la sostenibilidad de la industria, aunque reconoce que no es suficiente por sí solo. En otro aspecto, que se señala es que, a pesar de la organización de los agricultores para facilitar la exportación de pitahaya, actualmente no existe un plan de sostenibilidad para con el medio ambiente ni datos que indiquen la oferta exportable de Ecuador. Además, aún no se ha generado una demanda significativa en los países donde se envía fruta, lo que retrasará la consolidación de la industria. Se resalta que se están implementando diversas estrategias para promover el desarrollo sostenible y responsable en la producción y exportación de pitahaya. Estas estrategias incluyen prácticas agrícolas sostenibles, como el manejo integrado de plagas y enfermedades, el uso eficiente de agua y nutrientes, y la conservación de suelos. Los entrevistados coinciden en que la capacitación y la implementación de prácticas agrícolas sostenibles son fundamentales para el futuro sostenible de la industria de la pitahaya ecuatoriana. Sin embargo, Juan advierte que, sin un plan de sostenibilidad y una mayor demanda en los mercados externos, la industria seguirá enfrentándose a desafíos para convertirse en viable y competitiva en el largo plazo.

De esta forma se resalta como los acuerdos comerciales y las relaciones diplomáticas desempeñan un papel fundamental en la sostenibilidad de la pitahaya ecuatoriana en el mercado asiático, según lo señalado por todos los entrevistados. En la entrevista se destaca que estos acuerdos agilizan los trámites aduaneros y permiten la concesión de preferencias arancelarias mutuas, lo que facilita el comercio del fruto hacia China desde Ecuador. Además, se subraya la importancia de lograr la eliminación total de aranceles para la pitahaya ecuatoriana, ya que esto impactaría positivamente en su competitividad, rentabilidad, demanda, producción y generación de empleo. Asimismo, resalta que fortalecería la imagen del producto como uno de calidad y confiable. Por lo que se enfatiza que estos acuerdos facilitan el acceso al mercado, reducen las barreras arancelarias y promueven la cooperación entre los países involucrados, contribuyendo a fortalecer la presencia de la pitahaya ecuatoriana en el mercado asiático y asegurando su continuidad y sostenibilidad a largo plazo.

Por otro lado, en las entrevistas se ha destacado la ventaja competitiva de la variedad Palora, que tiene una mayor vida útil en anaquel en comparación con las variedades de cáscara roja que son más comunes en los países asiáticos. Destacan las fortalezas competitivas de la pitahaya ecuatoriana, como su rápida aceptación por parte de los consumidores, su atractivo estético, su tamaño grande y su delicioso sabor dulce. Finalmente, se menciona varias ventajas competitivas de la pitahaya ecuatoriana, como las condiciones climáticas y edafológicas ideales para su cultivo, su variedad de colores y sabores, la experiencia y conocimiento acumulado por los productores ecuatorianos, y su sólida presencia en el mercado asiático con acuerdos comerciales y relaciones establecidas. Estas ventajas permiten que la pitahaya ecuatoriana sea exportada a distancias más largas sin comprometer su calidad y frescura, lo que se traduce en una mayor disponibilidad y variedad de pitahayas ecuatorianas en los mercados asiáticos, lo cual es atractivo para los consumidores

4. Conclusiones y discusión

4.1. Discusión

A través del estudio efectuado se han encontrado similitudes sobre barreras arancelarias y acuerdos comerciales que los entrevistados mencionan son importantes ya que agilizan los trámites aduaneros y permiten la concesión de preferencias arancelarias mutuas, facilitando así el comercio de la fruta ecuatoriana con un impacto positivo en su competitividad, rentabilidad, demanda, producción y generación de empleo. A pesar de tener buenas referencias a nivel internacional no es de manera sencilla formar parte de las relaciones comerciales de todos los entes de desarrollo económico, en esta medida se toma en referencia la oferta y la demanda como principal factor (Chalá, 2021)

En cuanto a los desafíos más significativos que fueron mencionados durante la entrevista se destaca que el desconocimiento de los productores sobre el proceso de comercialización y exportación, la volatilidad de la demanda en el mercado asiático y la competencia de otros países productores, lo que exige mantener altos estándares de calidad y diferenciarse a través de variedades de colores y sabores únicos. Estos desafíos requieren un enfoque integral que abarque desde la producción hasta la comercialización, para garantizar el éxito sostenible en el mercado asiático. En cuanto a lo que indica el Ministerio de Agricultura y Ganadería se han llevado a cabo mesas técnicas con el objetivo de apoyar y aumentar la oferta exportable de pitahaya en Ecuador (Ministerio de agricultura y ganadería, 2022).

En la entrevista se destaca la importancia de enfocarse en el mercado chino, ya que hay áreas donde no se puede producir pitahaya durante todo el año. Por lo tanto, sugiere estudiar las mejores épocas de producción para la exportación y resaltar las características únicas y los beneficios para la salud de la pitahaya, potenciando su demanda ante la competencia, junto a la calidad y la capacidad de producción que posee el Ecuador. También es importante garantizar la calidad y la producción responsable para mantener la confianza de los consumidores asiáticos, dado que según menciona que es importante priorizar los gastos de la organización en actividades que mejoren la calidad, evaluando su impacto y realizando inversiones en áreas que contribuyan a oportunidades de mejora y cumplan con los estándares exigidos por los clientes, logrando así los beneficios deseados con el menor costo posible. Es fundamental establecer regulaciones para el control de calidad de los productos, cumpliendo con las normas internacionales correspondientes. Además, es necesario contar con certificaciones que garanticen la seguridad y salud de los consumidores, de acuerdo con el producto y país de origen (Cedeño et al., 2020).

La sostenibilidad de la pitahaya ecuatoriana en los mercados asiáticos es un tema de gran relevancia y discusión. La demanda de esta exótica fruta en Asia ha ido en aumento debido a sus características únicas y beneficios para la salud, lo que representa una oportunidad para los productores ecuatorianos.

4.2. Conclusión

La sostenibilidad de la pitahaya ecuatoriana en los mercados de Asia es un tema crucial que abarca dimensiones ambientales, sociales y económicas. A medida que la demanda de pitahaya y frutas exóticas continúa creciendo en Asia, es fundamental asegurar que el comercio de la pitahaya desde Ecuador hacia estos mercados se desarrolle de manera sostenible.

La pitahaya producida en Ecuador tiene como principales mercados de destino a China, Japón, India, Corea del Sur, Singapur, Taiwán y Hong Kong. Estos países asiáticos son reconocidos por su alta demanda de frutas exóticas y saludables como la pitahaya. Además, es interesante destacar que, en Estados Unidos, los principales importadores de esta fruta son personas de origen asiático o aquellos que tienen una conexión cultural con Asia, representando un segmento clave de consumidores para esta

fruta. Estos mercados ofrecen oportunidades significativas para la exportación de pitahaya ecuatoriana y reflejan la creciente popularidad de esta deliciosa y saludable fruta a nivel global.

Desde una perspectiva ambiental, se debe garantizar que el cultivo y la exportación de pitahaya respeten los ecosistemas locales; principalmente desde los productores al requerir que se minimice el uso de agroquímicos y fomenten prácticas agrícolas sostenibles. Esto implica el manejo responsable de los recursos naturales, la conservación de la biodiversidad y la reducción del impacto ambiental en las regiones de producción.

En un contexto económico, la exportación de pitahaya desde Ecuador hacia los países asiáticos está influenciada por varios factores económicos. Uno de ellos son las tasas de cambio, ya que las fluctuaciones en las tasas de cambio entre las monedas de Ecuador y los países asiáticos pueden afectar el costo y la competitividad de la pitahaya ecuatoriana en los mercados asiáticos. Además, los acuerdos bilaterales desempeñan un papel importante, ya que los acuerdos comerciales entre Ecuador y los países asiáticos pueden facilitar el comercio de pitahaya al reducir las barreras arancelarias y agilizar los procedimientos aduaneros. Por último, las políticas comerciales tanto de Ecuador como de los países asiáticos también tienen un impacto significativo en la exportación de pitahaya. La implementación de políticas de promoción de exportaciones, la simplificación de trámites aduaneros y la mejora de la infraestructura logística pueden facilitar el comercio de pitahaya y promover un mayor volumen de exportaciones. Estos factores económicos interactúan entre sí y es crucial considerarlos para impulsar y fortalecer la exportación de pitahaya desde Ecuador hacia los países asiáticos.

En el año 2022, el comportamiento de las exportaciones de pitahaya ecuatoriana fue notablemente positivo, teniendo una exportación anual de 23.000 toneladas, lo que simboliza un incremento de más del 70% en relación con el año anterior(2021). Esta exótica fruta, conocida por su sabor dulce y su llamativo color rosado, experimentó un crecimiento significativo en su demanda a nivel internacional. Ecuador, reconocido como uno de los principales productores de pitahaya a nivel mundial, aprovechó su clima favorable y su experiencia en agricultura para expandir su presencia en el mercado global. Durante el año 2022, las exportaciones de pitahaya ecuatoriana se vieron impulsadas por una serie de factores favorables. Uno de los principales impulsores fue la creciente popularidad de la pitahaya como una fruta exótica y saludable en todo el mundo. Los consumidores internacionales mostraron un mayor interés en probar sabores diferentes y descubrir alimentos nutritivos, lo que llevó a un aumento en la demanda de pitahaya ecuatoriana.

Además, el gobierno ecuatoriano implementó políticas y estrategias para promover las exportaciones de pitahaya. Se establecieron acuerdos comerciales favorables con diversos países, permitiendo un acceso más fácil y competitivo a los mercados internacionales. Esto generó oportunidades de crecimiento para los productores y exportadores locales. Asimismo, los esfuerzos de promoción y marketing desempeñaron un papel fundamental en el aumento de las exportaciones de pitahaya ecuatoriana. Se llevaron a cabo campañas publicitarias y participación en ferias internacionales, lo que permitió dar a conocer la calidad y los beneficios de la pitahaya ecuatoriana, consolidando su reputación como un producto de alta calidad.

Ecuador ha establecido acuerdos bilaterales con varios países asiáticos, lo que ha contribuido a fortalecer las relaciones comerciales y promover el intercambio económico. Uno de los acuerdos más destacados es el Tratado de Libre Comercio entre

Ecuador y China, que fue firmado en mayo de 2023. Este acuerdo es considerado de última generación, ya que incluye un capítulo de comercio electrónico, siendo Ecuador el primer país latinoamericano en incluirlo en un tratado comercial con China. Además del acuerdo con China, Ecuador ha buscado establecer relaciones comerciales con otros países asiáticos. Por ejemplo, se han llevado a cabo negociaciones exitosas con Corea del Sur, culminando en la firma del Acuerdo Estratégico de Cooperación Económica (SECA). Estos acuerdos comerciales buscan reducir aranceles, mejorar los procedimientos aduaneros, promover el comercio electrónico, entre otros aspectos que benefician a ambas naciones.

En medida de que Ecuador ha logrado establecer requisitos fitosanitarios para la exportación de pitahaya a 58 países, lo que ha facilitado el comercio de esta fruta y con ello el crecimiento que se ha ido presenciando en los últimos años. Esto sugiere que el mercado asiático sigue siendo un destino importante para la pitahaya ecuatoriana y que existe un potencial para continuar expandiendo las exportaciones en ese mercado.

Para concluir, la sostenibilidad de la pitahaya ecuatoriana en los mercados de Asia requiere un enfoque integral que busque equilibrar la prosperidad económica con la protección del medio ambiente y el bienestar social. Al adoptar prácticas sostenibles en todas estas dimensiones, se puede garantizar que la pitahaya ecuatoriana continúe siendo un producto deseado y sostenible en los mercados asiáticos, al tiempo que beneficia a las comunidades locales y preserva los recursos naturales para las generaciones futuras.

Referencias (APA Edición vigente)

- Agrocalidad*. (2019). Obtenido de RESOLUCION 0244: https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/DAJ-201945F-0201.0244_MANUAL_CERTIFICACI%C3%93N_PITAHAYA_EXPORTACI%C3%93N_C.pdf
- AGROCALIDAD. (2021). *EXPORTACIONES DE PITAHAYA CRECIERON CASI 60% EN 2021*. Obtenido de Agrocalidad.gob.ec: <https://www.agrocalidad.gob.ec/exportaciones-de-pitahaya-crecieron-casi-60-en-2021/>
- Agrocalidad*. (2022). Obtenido de Pitahaya de Ecuador se exporta ya a 56 países: Perú se suma a la lista: <https://www.agrocalidad.gob.ec/pitahaya-de-ecuador-se-exporta-ya-a-56-paises-peru-se-suma-a-la-lista/>
- Agrocalidad*. (2022). Obtenido de Protocolo de requisitos fitosanitarios para la exportación de fruta de pitahaya ecuatoriana a China: <https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2022/04/PROTOCOLO-EXPORTACI%C3%93N-PITAHAYA-CHINA.pdf>
- Agrocalidad*. (2022). *Pitahaya de Ecuador se exporta ya a 56 países: Perú se suma a la lista*. Obtenido de Agrocalidad.gob.ec: <https://www.agrocalidad.gob.ec/pitahaya-de-ecuador-se-exporta-ya-a-56-paises-peru-se-suma-a-la-lista/>
- Agrocalidad*. (2023). Obtenido de LA PITAHAYA ECUATORIANA LLEGARÁ A CHINA: <https://www.agrocalidad.gob.ec/category/noticias/>
- Banco Central del Ecuador*. (2024). Obtenido de SUSCRIPCIÓN DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO CON CHINA: UNA GRAN OPORTUNIDAD PARA ECUADOR:

<https://www.bce.fin.ec/boletines-de-prensa-archivo/suscripcion-del-tratado-de-libre-comercio-con-china-una-gran-oportunidad-para-ecuador>

- BCE. (2023). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/comercio-exterior>
- Candelario, A. (2023). *Camae*. Obtenido de Exportaciones de pitahaya esperan tratados de libre comercio: <http://www.camae.org/pitahaya/exportaciones-de-pitahaya-esperan-tratados-de-libre-comercio/>
- Candelario, A. (2024). *Cámara Marítima del Ecuador*. Obtenido de Ecuador y Corea del Sur avanzan hacia la firma de un acuerdo comercial: <http://www.camae.org/ecuador/ecuador-y-corea-del-sur-avanzan-hacia-la-firma-de-un-acuerdo-comercial/>
- Castillo, J. (2023). *Mitrade.com*. Obtenido de Mercados financieros asiáticos - Todo lo que hay que saber: <https://www.mitrade.com/es/articulo/otros/estrategia/mercados-financieros-asiaticos-todo-lo-que-hay-que-saber>
- Cedeño, A., Quiñonez, E., & Balas, J. (2020). *Revista Universidad y Sociedad*, 12(6), 282-291. Obtenido de Ecuadorian quality certificates and their impact on imports: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000600282&lng=es&tlng=en
- Chalá, B. (2021). *Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas*. Obtenido de Políticas Comerciales De Ecuador Con Los Países De Asia Y Su Relación Con La Balanza Comercial: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/59357>
- Chamba, J., Bermeo, L., & Campuzano, J. (2021). *Institutojubones.edu.ec*. Obtenido de Variables determinantes en el crecimiento económico del Ecuador función Cobb-Douglass 2007-2019: <https://institutojubones.edu.ec/ojs/index.php/societec/article/view/98/329>
- Freshplaza. (2023). *Ecuador exports its pitahaya to more and more markets*. Obtenido de Freshplaza.com: <https://www.freshplaza.com/europe/article/9546811/ecuador-exports-its-pitahaya-to-more-and-more-markets/>
- Granja, M. (2019). *CORPEI*. Obtenido de Frutas exóticas ecuatorianas en mercados internacionales: <https://corpei.org/2019/01/02/frutas-exoticas-ecuatorianas-en-mercados-internacionales/#:~:text=Adem%C3%A1s%20del%20banano%2C%20Ecuador%20registra,%2C%20tomate%20de%20%C3%A1rbol%2C%20guan%C3%A1bana>.
- Grupo Alaire. (2023). Obtenido de Desafíos pendientes en exportación de Pitahaya ecuatoriana: <https://grupoalaira.com/comercio-exterior/desafios-pendientes-en-exportacion-de-pitahaya-ecuatoriana/>
- Lucero, K. (2020). *Revista Gestion*. Obtenido de Pitahaya: la fruta exótica más exportada del Ecuador: <https://revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/pitahaya-la-fruta-exotica-mas-exportada-del-ecuador/#:~:text=Los%20productores%20sienten%20que%20este,busca%20de%20una%20mayor%20expansi%C3%B3n>.
- MAG. (2022). *Agricultura.gob.ec*. Obtenido de MAG apoyará la siembra de hasta 10.000 hectáreas de pitahaya para exportación: <https://www.agricultura.gob.ec/mag-apoyara-la-siembra-de-hasta-10-000-hectareas-de-pitahaya-para-exportacion/#:~:text=En%202020%20se%20export%C3%B3%2018.300,sembradas%20de%20esta%20fruta%20ex%C3%B3tica>.

- Méndez, A. (2020). *AvoGo Consulting*. Obtenido de Mercado y consumo de fruta del dragón en 2020: <https://avogoconsulting.com/subtropicales/mercado-consumo-fruta-del-dragon-2020/>
- Menéndez, R., & Cobeña, X. (2022). *Revista Científica: Dominio De Las Ciencias*, 8(3), 573–615. Obtenido de Factores críticos de la gestión de la calidad de la pitahaya ecuatoriana de exportación. Estudio de caso Ecuador Divine-El Okaso S.A.: <https://doi.org/10.23857/dc.v8i3.2946>
- Menéndez, R., & Cobeña, X. (2022). *Revista científica - Dominio de las ciencias*. Obtenido de Factores críticos de la gestión de la calidad de la pitahaya ecuatoriana de exportación. Estudio de caso Ecuador Divine-El Okaso S.A.: <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i3>
- Midagri. (2019). *Midagri.gob.pe*. Obtenido de ¿Por qué es importante exportar? La razón de ser económica: <https://www.midagri.gob.pe/portal/comercio-exterior/icom-exportar/introduccion62/666-ipor-que-es-importante-exportar-la-razon-de-ser-economica>
- Ministerio de agricultura y ganadería. (2022). Obtenido de MAG apoyará la siembra de hasta 10.000 hectáreas de pitahaya para exportación: <https://www.agricultura.gob.ec/mag-apoyara-la-siembra-de-hasta-10-000-hectareas-de-pitahaya-para-exportacion/>
- Ministerio de Producción, C. E. (2022). *ECUADOR INICIA LAS EXPORTACIONES DE PITAHAYA A CHINA*. Obtenido de Produccion.gob.ec: <https://www.produccion.gob.ec/ecuador-inicia-las-exportaciones-de-pitahaya-a-china/>
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2023). Obtenido de Pitahaya rompe récord en exportaciones con más de USD 172 millones, en 2023: <https://www.produccion.gob.ec/pitahaya-rompe-record-en-exportaciones-con-mas-de-usd-172-millones-en-2023/#:~:text=millones%2C%20en%202023-,Pitahaya%20rompe%20r%C3%A9cord%20en%20exportaciones%20con%20m%C3%A1s%20de%20USD%20172,para%20la%20industria%20agr%C3>
- Naciones Unidas. (2024). Obtenido de Sostenibilidad: <https://www.un.org/es/impacto-acad%C3%A9mico/sostenibilidad>
- Ortega, F. (2022). *Freshplaza*. Obtenido de Una asociación ecuatoriana pone el foco en el desarrollo de la producción de pitahaya: <https://www.freshplaza.es/article/9398416/una-asociacion-ecuatoriana-pone-el-foco-en-el-desarrollo-de-la-produccion-de-pitahaya/>
- Quiroz, A. (2022). *UNIVERSIDAD DEL AZUAY*. Obtenido de PROPUESTA DE PLAN DE EXPORTACIÓN PARA LA PITAHAYA ECUATORIANA DE PALORA: https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/11978/1/17505_esp.pdf
- RAE. (2023). *Diccionario de la lengua española RAE*. Obtenido de «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario: <https://dle.rae.es/exportar>
- Raffo, L., Torres, L., Beltran, D., & Macías, J. (2021). *Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional*. Obtenido de Producción de pitahayas con manejo orgánico y convencional: Una propuesta de sustentabilidad: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8219406>
- Reyes, L. (2022). *ESPOCH*. Obtenido de Estudio de la calidad de la fruta de pitahaya amarilla (*Selenicereus megalanthus*) en diferentes estados de madurez, en el cantón La Joya de los Sachas: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/18625>
- Schotel, P. (2020). *Exporting fresh tropical fruits from Colombia, Ecuador and Peru to Europe*. Obtenido de Practical market insights into your product:

https://www.importpromotiondesk.com/fileadmin/Experteure_PFS/Fresh_Produce/PFS_FreshTropicalFruits.pdf

- SENAE. (2021). *Aduana.gob.ec*. Obtenido de Para Exportar: <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20una%20Exportaci%C3%B3n%3F,d esde%20un%20pa%C3%ADs%20hacia%20otro>.
- Sotomayor, A., Pitzaca, S., Sánchez, M., Burbano, A., Díaz, A., Nicolalde, J., . . . Vargas, Y. (2019). *Enfoque UTE*. Obtenido de Physical chemical evaluation of pitahaya fruit: <https://doi.org/https://doi.org/10.29019/enfoqueute.v10n1.386>
- Tayán, E. (2022). *repositorio.upec.edu.ec*. Obtenido de Oferta exportable para productos agrícolas que refuerzan el sistema inmunológico y su competitividad internacional debido a la pandemia Covid 19: <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/1413/1/543-%20TAYAN%20JUMA%20EVELIN%20NATALY.pdf>
- Tyba. (2023). Obtenido de Mercados asiáticos: Características e índices que debes conocer: <https://tyba.pe/blog/mercados-asiaticos/>
- Unidad Editorial Información Económica , S. (2024). *Expansion.com*. Obtenido de ¿QUÉ SIGNIFICA EXPORTAR O IMPORTAR?: <https://www.expansion.com/economia-para-todos/economia/que-significa-exportar-o-importar.html>
- Universidad Europea. (2022). Obtenido de ¿Qué es sostenibilidad ambiental?: <https://universidadeuropea.com/blog/que-es-sostenibilidad-ambiental/>
- Vargas, Y., Pico, J., Díaz, A., Sotomayor, D., Burbano, A., Caicedo, C., . . . Viera, W. (2020). *INIAP*. Obtenido de Manual Técnico del cultivo de pitahaya: <https://repositorio.iniap.gob.ec/bitstream/41000/5551/1/INIAPMANUAL117-2020.pdf>
- World Bank. (2022). *bancomundial.org*. Obtenido de Comercio: <https://www.bancomundial.org/es/topic/trade/overview>
- Yatai . (2023). Obtenido de Es el primer mercado «street market» de cocina oriental con puestos gastronómicos de diferentes regiones que te teletransportarán a Asia con todos tus sentidos.: <https://yataimarkets.com/>

Anexos

Anexo 1. Cuestionario a profesionales o que conozcan del tema exportación de pitahaya ecuatoriana.

1. ¿Qué estrategias se han implementado para mantener y fortalecer la presencia de la pitahaya ecuatoriana en el mercado asiático?
2. ¿Qué medidas se han tomado para garantizar la calidad y seguridad alimentaria de la pitahaya ecuatoriana destinada al mercado asiático?
3. ¿Cómo se está promoviendo el desarrollo sostenible y responsable en la producción y exportación de pitahaya?
4. ¿Qué papel desarrollan los acuerdos comerciales y las relaciones diplomáticas en la sostenibilidad de la pitahaya ecuatoriana en el mercado asiático?
5. ¿Cómo se monitorea y evalúan los cambios en las preferencias y demandas del consumidor asiático para mantener la sostenibilidad de la exportación de pitahayas desde Ecuador?
6. ¿Cuáles considera que son las principales ventajas competitivas de la pitahaya ecuatoriana en comparación con otros países productores en el mercado asiático?
7. ¿Cuáles son los desafíos más significativos que enfrentan los productores de pitahaya ecuatoriana en la exportación hacia el mercado asiático?
8. ¿Cuáles son las barreras particulares más prominentes que tienen los productores y exportadores de pitahaya hacia el mercado asiático?
9. ¿Piensa usted que esta fruta puede tener sostenibilidad en el mercado asiático?