



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE GUAYAQUIL
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Análisis de la exportación de pitahaya ecuatoriana hacia China y su impacto en
la balanza comercial, año 2023**

Trabajo de titulación previo a la obtención del
título de Licenciatura en Administración de Empresas. Artículo Académico

AUTOR:

Jacqueline Jessenia Paguay Gusqui

TUTOR:

Econ. Gabriela Estephanie Dau Jarama

GUAYAQUIL- ECUADOR

2025

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

Yo, **Jacqueline Jessenia Paguay Gusqui** con documento de identificación
N° 0957462575; 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, 18 de agosto del año 2025

Afentamente,



Jacqueline Jessenia Paguay Gusqui
0957462575

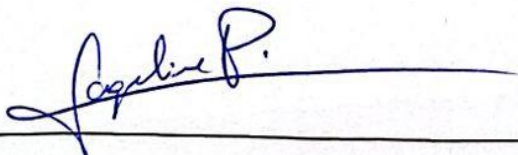
**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO
DE TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, Jacqueline Jessenia Paguay Gusqui con documento de identificación No. 0957462575 , 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 Artículo Académico : **Análisis de la exportación de pitahaya ecuatoriana hacia China y su impacto en la balanza comercial, año 2023**, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: **LICENCIADA EN ADMINISTRACION 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, 18 de agosto del año 2025

Atentamente,



Jacqueline Jessenia Paguay Gusqui
0957462575

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Gabriela Estephanie Dau Jarama con documento de identificación N° 0925868549, docente de la Universidad Politécnica Salesiana , declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: **Análisis de la exportación de pitahaya ecuatoriana hacia China y su impacto en la balanza comercial, año 2023**, realizado por Jacqueline Jessenia Paguay Gusqui con documento de identificación N° 0957462575, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Artículo Académico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 18 de agosto del año 2025

Atentamente,


Econ. Gabriela Estephanie Dau Jarama
0925868549

Análisis de la exportación de pitahaya ecuatoriana hacia China y su impacto en la balanza comercial, año 2023

Analysis of Ecuadorian Pitahaya Exports to China and Their Impact on the Trade Balance, Year 2023

Jacqueline Jessenia Paguay Gusqui.
jpaguayg2@est.ups.edu.ec

Econ. Gabriela Estephanie Dau Jarama.
gdau@ups.edu.ec

Resumen

El presente artículo tiene como objetivo analizar el comportamiento de las exportaciones de pitahaya ecuatoriana en China y su incidencia en el entorno de la balanza comercial del país durante el año 2023, año que se firmó el Acuerdo del tratado de Libre Comercio entre ambos países. Aquello tiene relevancia dentro del contexto actual por el papel creciente que ha asumido la pitahaya en la economía nacional, al consolidarse como una alternativa no petrolera con alto potencial en los mercados internacionales. La metodología utilizada es de tipo de investigación descriptiva, no experimental y con un enfoque cualitativo, con información obtenida mediante entrevistas a exportadores del sector de la pitahaya, informes oficiales y fuentes académicas. Los resultados indican las condiciones agroclimáticas, la calidad del fruto y el acceso financiero como factores internos determinantes, en el desempeño exportador del producto. Por su parte, los factores externos incluyen a las exigencias fitosanitarias, las limitaciones logísticas, las barreras arancelarias y competencia internacional. El mercado chino representa una oportunidad estratégica de gran valor para la cosecha de la pitahaya ecuatoriana, siempre que se fortalezcan las capacidades técnicas, los procesos postcosecha y se obtengan certificaciones internacionales. Se concluyó que el crecimiento de las exportaciones no garantiza su consolidación en China, debido a que persisten barreras técnicas y logísticas que exigen mejoras estructurales para sostener la competitividad del producto.

Palabras clave

Exportaciones, balanza comercial, estrategias, mercado chino, acuerdo comercial, pitahaya.

Abstract

The present article aims to analyze the behavior of Ecuadorian pitahaya exports to China and their impact on the country's trade balance during 2023, the year in which the Free Trade Agreement between both countries was signed. This topic is relevant within the current context due to the growing role that pitahaya has assumed in the national economy, having positioned itself as a non-oil alternative with high potential in international markets. The methodology used is descriptive, non-experimental, and qualitative in nature, with information obtained through interviews with pitahaya exporters, official reports, and academic sources. The results indicate that agroclimatic conditions, fruit quality, and financial access are internal factors that strongly influence the export performance of the product. On the other hand, external factors include phytosanitary requirements, logistical limitations, tariff barriers, and international competition. The Chinese market represents a high-value strategic opportunity for Ecuadorian pitahaya crops, provided that technical capacities, post-harvest processes, and international certifications are strengthened. It was concluded that the growth of exports does not guarantee their consolidation in China, as technical and logistical barriers persist that require structural improvements to sustain the product's competitiveness.

Keywords

exports, trade balance, strategies, Chinese market, trade agreement, pitahaya

1. Introducción

La pitahaya, conocida también como fruta del dragón, ha ganado espacio en el panorama exportador del Ecuador como una alternativa no tradicional con potencial creciente. Este fruto exótico, apreciado por su sabor y valor nutricional, ha encontrado en el mercado chino una vía de expansión que combina demanda constante con exigencias técnicas elevadas. Dentro de sus variedades, la amarilla tipo Palora es la que ha logrado posicionarse con mayor firmeza, tanto por su dulzura como por su resistencia postcosecha, condiciones que han despertado el interés de importadores asiáticos (PRO Ecuador, 2021).

El ingreso oficial de la pitahaya al mercado chino comenzó en abril de 2023, luego de que ambos países suscribieran un protocolo fitosanitario que autorizó su comercialización. Aunque sus primeros destinos fueron Estados Unidos y Europa desde 2009, la apertura con China representa un salto estratégico para los productores nacionales, que ahora se enfrentan a nuevos retos vinculados al cumplimiento de estándares sanitarios, trazabilidad y continuidad del volumen exportable. Este nuevo escenario ha motivado al sector a replantear sus prácticas y a proyectarse con mayor solidez en un mercado que combina tamaño, exigencia y alta competitividad (Agrocalidad, 2022).

En términos económicos, la pitahaya ha pasado de ser un cultivo emergente a convertirse en una fuente real de dinamismo rural, con impactos positivos en empleo, asociatividad y diversificación territorial. Según datos del Banco Central del Ecuador, el sector agrícola no tradicional experimentó un crecimiento del 8,3% interanual, donde este fruto ha sido clave por su creciente aceptación internacional. Esta tendencia evidencia que más allá del volumen exportado, la pitahaya se consolida como símbolo de innovación comercial y producción sostenible, especialmente en zonas como Palora y Santa Elena, donde se concentra gran parte de la cosecha nacional (Lucero y Vallejo, 2024).

Durante el año 2024, las exportaciones de pitahaya ecuatoriana alcanzaron un valor Free On Board (FOB) de 207 millones de dólares, superando los 172 millones registrados en 2023 y marcando un récord. Esta cifra representó el 0,185% del Producto Interno Bruto (PIB), lo que demuestra el peso creciente de este cultivo dentro de la economía no petrolera del país. Su impacto ha impulsado encadenamientos productivos, ha mejorado ingresos familiares y ha puesto a prueba la capacidad logística y comercial del Ecuador para competir en destinos complejos. La evolución de estos rubros plantea la necesidad de consolidar una estrategia exportadora a largo plazo que priorice calidad, sostenibilidad y alianzas inteligentes (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca del Ecuador, 2023).

El posicionamiento de la pitahaya en el comercio exterior ecuatoriano ha sido resultado de un proceso sostenido que combina decisiones técnicas, acompañamiento institucional y una creciente atención al cumplimiento de estándares internacionales. Los productores que antes trabajaban de forma empírica han ido incorporando prácticas más rigurosas para responder a las expectativas de mercados exigentes como el chino, lo que ha permitido mejorar la presentación del producto, reducir rechazos y abrir nuevas rutas logísticas. Esta transformación no solo ha elevado el valor de la fruta, sino que ha generado impactos positivos en las zonas donde se cultiva, con mayor acceso a ingresos estables, fortalecimiento de organizaciones locales y conexión directa con redes de exportación.

Este estudio tiene como objetivo principal analizar la exportación de pitahaya ecuatoriana hacia China y su impacto en la balanza comercial año 2023, año en que se firmó el Acuerdo Comercial entre ambos países. Se llevará a cabo mediante tres objetivos específicos. Primero, identificar los factores internos y externos que influyen en el comportamiento de las exportaciones de pitahaya ecuatoriana hacia el mercado chino. Segundo, describir la evolución de las exportaciones de la fruta dragón hacia dicho mercado, tanto en valor FOB como en toneladas métricas. Tercero, proponer estrategias viables para fortalecer y ampliar la presencia de la pitahaya ecuatoriana en el mercado chino.

1.1. Antecedentes investigativos

A lo largo de los últimos años, la pitahaya ha despertado el interés de varios investigadores por su capacidad de insertarse en mercados no tradicionales y generar impacto en el comercio exterior ecuatoriano. De acuerdo con Alcívar y Mendoza (2022), determinaron que entre 2018 y 2021, este cultivo logró mantener un crecimiento constante, incluso en medio de las restricciones que impuso la pandemia, su análisis permitió entender que la fruta comenzó a ocupar un lugar relevante dentro de la oferta no petrolera, no por volumen masivo, sino por su valor estratégico dentro de una economía que necesita diversificación.

Según Duran y Morales (2024) analizaron el posible alcance del acuerdo comercial entre Ecuador y China y cómo ese marco podría beneficiar a productos con potencial de exportación como la pitahaya. Si bien su estudio no se centró únicamente en este cultivo, sí dejó claro que abrir las puertas al mercado chino no garantiza resultados automáticos. Lo que está en juego, según su visión, es la capacidad del país para responder con calidad, consistencia y cumplimiento técnico a un destino que combina alta demanda con exigencias comerciales complejas. La oportunidad existe, pero convertirla en realidad dependerá de cuánto se profesionalice la cadena exportadora.

Una mirada más específica fue la que propuso Acosta (2024), al concentrarse en las condiciones reales para que la pitahaya ecuatoriana pueda mantenerse en el mercado chino más allá de su ingreso inicial. Al destacar que este país absorbe más del 50% de las importaciones mundiales en su categoría arancelaria, su trabajo puso el foco en los requisitos fitosanitarios como el punto más crítico. No basta con tener una fruta atractiva: sin protocolos bien cumplidos, trazabilidad en campo y manejo postcosecha adecuado, el acceso se vuelve inestable. Su análisis deja una idea clara: en mercados exigentes como este, la permanencia vale más que el primer envío.

1.2. Factores internos y externos que inciden en las exportaciones de pitahaya

Es esencial identificar el desarrollo de los factores internos y externos que influyen de forma directa en las exportaciones de la fruta pitahaya dirigida a China.

1.2.1. Factores Internos

Entre los principales factores internos que fortalecen la posición exportadora de la pitahaya ecuatoriana destacan sus propiedades nutricionales, el proceso de producción, extensión de hectáreas, los costos de producción y exportación, las condiciones climáticas, las variedades de la fruta.

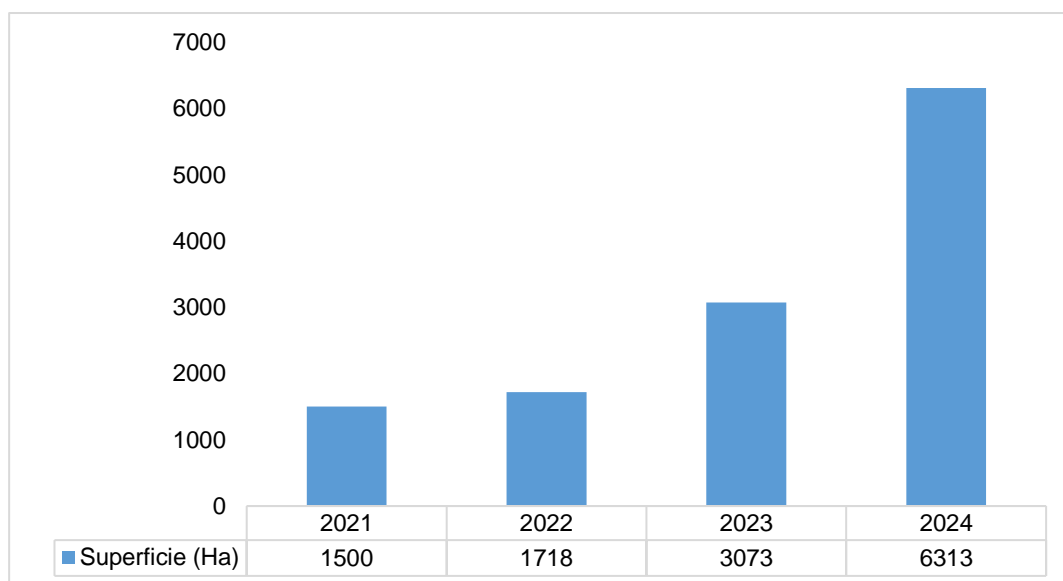
Los beneficios nutricionales son ampliamente valorados en el mercado chino. Esta fruta exótica contiene altos niveles de vitamina C, antioxidantes, fibra soluble y compuestos bioactivos que la convierten en una opción saludable para el consumidor moderno (Loaiza, 2024). Estas cualidades, más allá de lo biológico, representan un argumento comercial con peso propio, especialmente en economías donde las decisiones de compra se vinculan a estilos de vida conscientes y bienestar físico, elevando su atractivo por encima de otras frutas tropicales.

El proceso de producción también actúa como un determinante clave en la competitividad del producto. Desde la selección de variedades y el cuidado del cultivo, hasta la cosecha y la clasificación, cada etapa exige precisión técnica para cumplir con las normas fitosanitarias internacionales. En Ecuador, este proceso ha tenido avances importantes, pero sigue dependiendo en gran medida del conocimiento empírico, lo que dificulta la estandarización cuando se apunta a mercados exigentes (Viteri y Mogollón, 2025). La consistencia en la calidad no es solo una meta técnica, sino una condición para sostener la confianza de los compradores a largo plazo.

Los cultivos de pitahaya en Ecuador se han convertido en un factor clave dentro de la evolución del sector agroexportador no tradicional.

Figura 1

Hectáreas sembradas de Pitahaya a nivel nacional, periodo 2021-2024



Nota. Evolución del sembrío por hectáreas de la Pitahaya. Datos obtenidos del Ministerio de Agricultura y Ganadería.

En el año 2021 se registraron 1.500 hectáreas, alcanzando a 6.313 hectáreas en el año 2024, lo que demuestra un incremento acelerado impulsado por la alta demanda internacional. Su producción ha brindado excelentes oportunidades económicas a más de 2.200 productores nacionales, ubicados principalmente en Morona Santiago y Santa Elena, que son las provincias con la mayor producción (Lara, 2025). De acuerdo con estas causas; el aumento en la rentabilidad de la fruta ha contribuido a su consolidación como una alternativa productiva viable (Tayupanda, 2025).

Los costos de producción representan una barrera significativa para muchos actores del sector ya que la inversión en insumos agrícolas, personal especializado y tecnología postcosecha no siempre es accesible, especialmente cuando se suman los requisitos para obtener certificaciones internacionales de buenas prácticas agrícolas como la Global GAP (Good Agricultural Practices). Estas condiciones no solo elevan el umbral de entrada, sino que marcan una diferencia entre quienes logran exportar de forma estable y quienes quedan fuera del circuito comercial (Bonilla y Quiroz, 2022). El crecimiento del sector dependerá, en gran parte, de qué tan accesible y acompañada sea la formalización de estos procesos.

Otro de los aspectos internos que influyen en el envío de la fruta es el costo de exportación hacia China, donde las tarifas de transporte, las inspecciones sanitarias y los tiempos de tránsito impactan directamente en el margen de ganancia. Aunque el Tratado de Libre Comercio ha eliminado ciertos aranceles, los gastos operativos siguen siendo elevados y exigen una planificación precisa. No solo se trata de enviar fruta, sino de hacerlo bajo condiciones que garanticen su llegada en óptimas condiciones, sin afectar su vida útil ni su apariencia, lo que obliga a afinar cada eslabón del proceso.

Las condiciones climáticas en ciertas regiones del Ecuador han sido determinantes para que el cultivo de pitahaya adquiera fuerza dentro del sector agroexportador. En zonas como Palora, donde el clima cálido se mantiene con pocas variaciones y las lluvias coinciden con etapas clave del ciclo productivo, la fruta encuentra un entorno que favorece su desarrollo sin necesidad de ajustes artificiales. A diferencia de otros cultivos que dependen de estaciones marcadas, la pitahaya ecuatoriana crece en ambientes donde la humedad, la radiación solar y la altitud mejoran sus condiciones internas. Estos factores influyen directamente en el color, el dulzor y la textura del fruto, atributos que resultan clave al momento de competir en mercados como el chino, donde la calidad visual y sensorial define la aceptación comercial (Calvas, Tenzing, & Porcel, 2020).

Según el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversión y Pesca (2024) demuestra que un 90% de la producción nacional se centra en la variedad amarilla, cultivada principalmente en la Amazonía ecuatoriana, destacando el cantón Palora de la provincia de Morona Santiago, aunque también se produce en zonas de la región Costa y Sierra del país. Entre las provincias también se encuentran Pichincha, Bolívar, Imbabura, Santo Domingo, Loja, Manabí, Santa Elena, Los Ríos, Guayas y El Oro. La cosecha de la pitahaya en Ecuador no se limita a una sola variedad, aunque la presencia dominante de la amarilla ha marcado el rumbo de su expansión comercial. Esta fruta se produce durante todo el año, pero responde mejor en ciclos definidos que coinciden con los meses más estables del clima, por lo que los picos de cosecha suelen darse entre enero y febrero y luego hacia finales de año. Entre las variedades amarillas, la Palora es la que más reconocimiento ha ganado fuera del país, no solo por su tamaño, que puede duplicar al de otras, sino porque mantiene su dulzura y firmeza incluso después de viajes largos. Esa resistencia ha hecho que se convierta en la opción preferida cuando el destino final es China. Junto a ella, aún se conserva la producción del ecotipo Nacional, una variedad de frutos más pequeños, muy extendida en la Sierra y en algunas zonas de transición, donde los agricultores han mantenido su cultivo por tradición y por la facilidad de adaptación al terreno (Sotomayor, D. y Pitzaca, 2020)

Aunque la amarilla ha concentrado la atención, también existen variedades rojas que, si bien no compiten en dulzor, destacan por su apariencia. Algunas tienen pulpa blanca, otras un color intenso que resulta atractivo en mercados como el europeo, donde la presentación visual pesa tanto como el sabor. Estas se cultivan con mayor frecuencia en provincias de la Costa como Manabí, Guayas o Santa Elena, donde las condiciones secas y cálidas les permiten alcanzar buena productividad. La elección de una u otra variedad no solo responde a gustos, sino también al tipo de suelo, la experiencia del productor y el perfil del comprador. En la práctica, no todos pueden cultivar cualquier tipo, y no todos los tipos sirven para cualquier destino. Esa combinación entre biología, mercado y geografía es lo que hoy define el mapa de variedades de pitahaya en el país (Vargas, 2020).

1.2.2. Factores externos

Los factores externos son aquellos que se relacionan con las variables exógenas que no se pueden controlar tales como las preferencias del consumidor, la competencia internacional, los precios internacionales, la infraestructura logística y el financiamiento internacional corresponden a elementos que no dependen directamente del entorno nacional o del productor, pero que influyen de manera decisiva en el comportamiento de las exportaciones.

Una de las principales razones que impulsa la demanda de la pitahaya en el mercado internacional, ya sea directamente como fruta o en diferentes presentaciones, es que los consumidores reconocen su aporte a la salud, brindando beneficios como reducir el sobrepeso y la obesidad, además de la prevención y control de enfermedades como la anemia, osteoporosis, diabetes e incluso las afecciones cardíacas y gastrointestinales (PRO Ecuador, 2021).

Los principales productores están en el continente asiático, ocupando China el segundo puesto con un 33% de la producción mundial, superado por Vietnam que representa el 50%, mientras que el tercer corresponde a Indonesia con un 7%. Es decir, que tres países de Asia aportan el 90% de la pitahaya que se produce en el mundo, mientras que el restante se encuentra en otros países del mismo continente, Europa, África, Oceanía y América (Unidad de Inteligencia Comercial, 2021). Se identifican cultivos en Colombia, México, Estados Unidos y otros países de Sudamérica y Centroamérica, (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego del Perú (MIDAGRI), 2021). La pitahaya ecuatoriana compite con productores regionales como Colombia y México, pero también con cultivos establecidos en Asia, donde la fruta tiene amplia presencia. En el caso de China, a pesar de contar con producción propia, el consumo interno ha crecido tanto que ha sido necesario complementar la oferta con importaciones. Esta condición ha convertido al país en un mercado estratégico para Ecuador, aunque con un entorno exigente donde la calidad, el tamaño y la presentación del fruto marcan la diferencia para mantenerse competitivo (Alvarado Irma, 2024).

La evolución de los precios en los mercados internacionales constituye factor clave para determinar la competitividad de la pitahaya. La fruta se comercializa en forma fresca, con precios que varían según el país importador y la variedad. En general, los mercados con menor producción interna presentan precios más altos para la fruta importada, mientras que, en aquellos con producción doméstica, como China, los precios tienden a ser significativamente menores (Mera, 2024).

Tabla 1

Precio estimado al consumidor.

País/Región	Tipo de Pitahaya	Precio al Consumidor (Estimado)	Precio al Exportador (Estimado)	Notas
Estados Unidos	Amarilla	\$5 - \$15 USD por fruta (unidad) o \$10 - \$20 USD por libra (aprox. \$22 - \$44 USD/kg)	USD \$5.80	Los precios pueden variar mucho en tiendas especializadas o mercados online. Algunas fuentes reportan precios por caja (5-7 libras) entre \$104.99 - \$144.99 USD, lo que indica un precio por unidad que puede ser entre \$10 - \$20 USD.
	Roja	\$4 - \$9 USD por libra (aprox. \$8.8 - \$19.8 USD/kg)	USD \$6.50	En algunos supermercados se ha visto alrededor de \$8.97 USD por libra.
Europa (España)	Ambas	\$6.5 - \$18.5 USD por kg	USD \$6.20 - \$7.50	En supermercados y tiendas online, los precios pueden ir desde \$6.5 - \$18.5 USD por kg por 500g
Emiratos Árabes Unidos	Ambas	No hay un precio al consumidor específico, pero el valor FOB de exportación ha crecido significativamente.	USD \$5.50 - \$6.30	Las exportaciones hacia EAU han tenido un crecimiento superior al 600% en los últimos años, lo que sugiere una demanda y precios favorables, aunque no se detalla el precio final al consumidor.
China	Ambas	\$3 - \$5 USD por kg	USD \$4.60 - \$5.20	Precio promedio desde el tratado de libre comercio entre Ecuador y China.

Nota:-(Fedexport, Banco Central del Ecuador, Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, medios de comunicación como Primicias y El Comercio)

El destino principal de la pitahaya ecuatoriana es Estados Unidos, donde los precios al consumidor pueden alcanzar hasta \$5 y \$15 por unidad, o entre \$22 y \$44 por kilogramos en tiendas Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (2024). Este valor alto corresponde al posicionamiento de la fruta como exótica y saludable. La pitahaya amarilla, debido a su sabor más dulce y menor oferta global. En Europa, especialmente España, los precios fluctúan entre \$6.5 - \$18.5 por kilogramo (Fedexport, 2024). De acuerdo a estudios realizados el precio varía dependiendo si se trata de fruta vendida en supermercados o tiendas especializadas, siendo estas donde se encuentran valores más altos. En Emiratos Árabes Unidos, aunque no se dispone de precios específicos al consumidor, las exportaciones hacia este destino han sido notorio, registrando un crecimiento superior de 40% en los últimos 5 años, lo que se sugiere una demanda creciente por parte de consumidores que asocian la fruta con salud y prestigio (El comercio, 2024). No obstante, se destaca la necesidad de estudios que profundicen en los márgenes de comercialización dentro del país receptor. El mercado chino representa una de las plazas más prometedoras para la pitahaya ecuatoriana, en la cual se aprovecha la variedad amarilla tipo Palora, que ha sido bien recibida por los consumidores gracias a su sabor dulce, su apariencia exótica y su mayor vida útil. El precio promedio de comercialización de la pitahaya ecuatoriana en china ha situado entre USD 3,00 y 5,00 por kilo desde la aprobación oficial de exportación en abril de

2023, (ProEcuador, 2024). De acuerdo con el Centro de Estudios Asia-Pacífico (2023), esta variedad ha tenido buena acogida en ciudades como Shanghái, Shaanxi y Pekín, donde los consumidores valoran la frescura, el alto contenido de grados Brix y la apariencia estética de la pitahaya. Tras la firma del tratado de Libre Comercio con China, la eliminación del arancel del 20% va a favorecer a las exportaciones ecuatorianas (BCE, 2024).

La infraestructura logística, especialmente en el transporte interno y la cadena de frío, puede jugar a favor o en contra del exportador. En zonas productivas como Morona Santiago o Santa Elena, los caminos en mal estado y las distancias hasta los centros de acopio dificultan el cumplimiento de tiempos críticos. Mantener la temperatura adecuada durante el traslado no es una opción, sino un requisito que condiciona la aceptación del producto en destino. Cuando la fruta no conserva su textura, color o frescura por fallas logísticas, todo el esfuerzo previo pierde valor en los últimos kilómetros del trayecto (Nájera, 2022):

El incremento de la producción de pitahaya también atribuye al apoyo estratégico de organismo internacionales, como la Unión Europea que impulsa el proyecto NEXT Ecuador que trata de nuevas exportaciones con talento. La cual es una iniciativa de cooperación orientada a fomentar negocios sostenibles e inclusivos en sectores productivos clave, en alianza con BanEcuador, creando la línea de crédito "Siembra Futuro - Pitahaya Sostenible (Cáceres Brunetz, 2025). De este modo, ofrecen hasta USD 100.000 de financiamiento a los productores, con una tasa de interés preferencial del 14%, pagos flexibles y asistencia técnica destinada a mejorar sus cultivos, facilitar el acceso a nuevos mercados y obtener certificaciones internacionales. A cambio, los beneficiarios deben comprometerse a conservar o restaurar una hectárea de bosque por cada hectárea de pitahaya cultivada (Diario Primicias, 2024). Cabe mencionar que las autoridades han mostrado preocupación ante el incremento acelerado de los cultivos de esta fruta, especialmente en el cantón Palora de Morona Santiago, ya que los productores han arrasado con bosques primarios para sembrar pitahaya (Alvarado, 2024). Es así como la base para proteger el sector dedicado a su producción es la sostenibilidad, mientras se provee financiamiento y se brinda asistencia a los agricultores.

1.3. Exportación de la pitahaya ecuatoriana a China

La primera exportación a China fue realizada oficialmente el 10 de abril de 2023, con un envío de 7,75 toneladas de cuatro empresas, pagando un arancel del 20%, ya que hasta ese momento no entraba en vigor el acuerdo comercial firmado con dicho país. Fue a raíz de la ratificación del acuerdo el año 2024 que la fruta del dragón pudo ingresar con un arancel del 0%, ampliando aún más las oportunidades para la pitahaya en este mercado (Solórzano, 2024). A continuación, se muestra el comportamiento de las exportaciones de esta fruta de Ecuador, al mundo y, específicamente, a China:

Tabla 2

Exportaciones de pitahaya ecuatoriana al mundo y a China, periodo 2021-2024

Periodo	Al mundo		China	
	Toneladas	FOB miles	Toneladas	FOB miles
2021	18.950	91.174,14	-	-
2022	23.319	99.363,99	-	-
2023	54.380	171.742,34	85	645,96
2024	59.114	207.040,52	387	2,476.06

Nota. Elaboración propia a partir del BCE (2025)

La Tabla 2, elaborada a partir de la información del Banco Central del Ecuador (2025), muestra que las exportaciones de la pitahaya ecuatoriana al mundo y específicamente al mercado chino, en este último para el año 2023 fueron de 85 toneladas, con un valor FOB de USD 645,96 mil, mientras que al año siguiente las ventas crecieron a 387 toneladas por un valor FOB de USD 2,48 millones. Este incremento se relaciona directamente con el comienzo oficial del Tratado de Libre Comercio, que eliminó el arancel del 20% y facilitó el acceso del producto a ese mercado. Aun así, si se comparan con las

exportaciones totales de pitahaya al mundo, que muestran un crecimiento sostenido en tonelaje y valor, la participación de China sigue siendo relativamente baja. En el año 2021 ya se exportaban 18.950 toneladas al mundo por un valor FOB de USD 91,17 millones de dólares, mientras que el año 2024 las toneladas vendidas se ubicaron en 59.114 con un valor FOB de USD 207,04 millones de dólares.

A continuación, se presentan en la tabla 3 los principales destinos de exportación de pitahaya ecuatoriana para el año 2023:

Tabla 3

Países exportadores de Pitahaya ecuatoriana

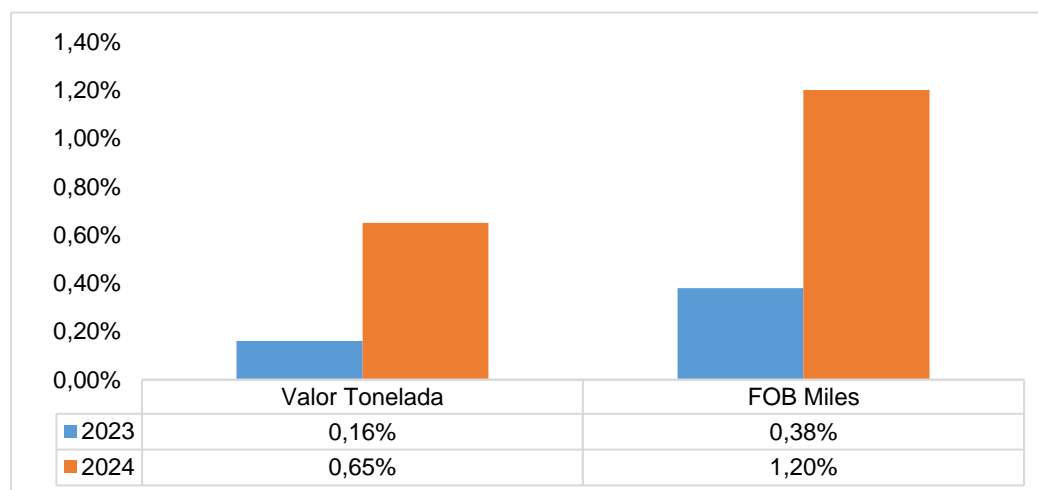
País/Región	Participación (%)	Valor FOB (millones USD)
Estados Unidos	80,00 %	137,10
Hong Kong	6,55 %	11,26
España	3,53 %	6,06
Perú	2,35 %	4,03
Canadá	1,85 %	3,17
Otros	5,72 %	10,14
Total	100 %	171,70

Nota. Datos obtenidos del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (2024)

Según lo reportado por esta entidad de Estado, la pitahaya ecuatoriana logró en 2023 un valor récord de exportaciones con USD 171,7 millones, siendo Estados Unidos el que lidera la importación de la pitahaya con el 80% del total, equivalente a USD 137,1 millones. Este dominio absoluto confirma la alta dependencia del mercado estadounidense, mientras que otros países como Hong Kong, España, Perú y Canadá mantienen una participación marginal que en conjunto apenas supera el 14%. Aunque la presencia en varios destinos demuestra apertura internacional, la concentración excesiva en un solo mercado representa un riesgo estructural que debe ser gestionado estratégicamente si se busca consolidar una expansión sostenida y menos vulnerable a cambios externos

Figura 2

Participación de China en las exportaciones de pitahaya ecuatoriana al mundo, periodo 2023-2024



Nota. Elaboración propia a partir del BCE (2025)

El año 2023 los envíos en toneladas representaron un 0,16% y aportaron el 0,38% de las exportaciones en valor FOB, mientras que el año siguiente los envíos a China representaron un 0,65% de las toneladas totales y un 1,20% del valor FOB. La razón por la cual las toneladas vendidas en este mercado contribuyen casi el doble a las exportaciones en dólares, se debe a que la fruta negocia a un buen precio (Farez, Mitiap, Cambisaca, & López, 2025).

1.3.1. Balanza comercial entre Ecuador y China

En las relaciones económicas entre Ecuador y China, la balanza comercial permite observar si el intercambio favorece a uno u otro país, considerando el valor de lo que se vende y lo que se compra dentro de un mismo periodo (Torres, 2021). Para el caso ecuatoriano, este balance se organiza en dos grandes segmentos: la parte petrolera, que incluye el crudo y sus derivados, y la no petrolera, donde se agrupan todos los demás productos exportables. Dentro de esta última se hace una distinción importante entre los productos tradicionales, como el banano o el camarón, y los no tradicionales, que corresponde a productos más recientes en la oferta externa del país. En ese último grupo se encuentra la pitahaya, una fruta que no forma parte del portafolio histórico, pero que ha ganado espacio propio dentro del comercio internacional ecuatoriano, especialmente a partir de su ingreso en mercados exigentes como el chino (BCE, 2020).

De acuerdo con los datos del Banco Central del Ecuador (2025) reveló que la balanza comercial de Ecuador con China ha experimentado periodos de déficit y superávit entre los años 2021 al 2024, lo que se traduce en un desempeño variable de la oferta ecuatoriana hacia ese país. Esto se detalla a continuación:

Tabla 4

Balanza comercial de Ecuador con China en millones de USD, 2021-2024

Periodo	2021	2022	2023	2024
Exportaciones totales	4.074,90	5.809,70	5.672,90	5.089,80
Variación %	0,00%	42,57%	-2,35%	-10,28%
Petroleras	451,5	104,1	3,5	4,5
Variación %	0,00%	-76,94%	-96,64%	28,57%
No petroleras	3.623,40	5.705,60	5.669,40	5.085,30
Variación %	0,00%	57,47%	-0,63%	-10,30%
Importaciones totales	4.402,60	5.572,70	5.151,40	6.051,90
Variación %	0,00%	26,58%	-7,56%	17,48%
Petroleras	28,8	187,6	11,7	13,6
Variación %	0,00%	551,39%	-93,76%	16,24%
No petroleras	4.373,80	5.385,20	5.139,70	6.038,30
Variación %	0,00%	23,12%	-4,56%	17,48%
Balanza total	-327,7	237	521,5	-962,10
Balanza petrolera	422,7	-83,5	-8,2	-9,1
Balanzas no petroleras	-750,4	320,4	529,7	-953,00

Fuente. Elaboración propia a partir del BCE (2025)

En la tabla 4 se muestra que las exportaciones a China disminuyeron a partir del año 2023 se reportó una caída de 2,35%. Entre las causas de su desempeño se destaca la caída del precio del camarón, producto que representó más de la mitad de las exportaciones ecuatorianas hacia el gigante asiático, además de una menor producción del cacao nacional que ha impactado negativamente en las ventas hacia este país (González P. , 2024). A pesar de aquello, la balanza comercial con China reportó un superávit de USD 521,5 millones, lo cual fue posible gracias a la balanza no petrolera.

Sin embargo, el año 2024 las exportaciones disminuyeron nuevamente, esta vez un 10,24%, a pesar de que se esperaba un incremento tras la vigencia del acuerdo comercial con China. Según González (2025), este comportamiento fue consecuencia de las ventas de camarón ecuatoriano hacia el gigante asiático China, cuyo valor FOB disminuyó un 14% al cerrar en USD 3.014 millones, cifra que representó el 59% de las exportaciones no petroleras hacia este país.

Las ventas tuvieron este comportamiento por la reducción de los precios internacionales del camarón y la suspensión temporal de nueve exportadores nacionales de este producto por parte la Administración General de Aduanas de China, luego de detectar el incumplimiento de requisitos fitosanitarios (González P. , 2025)

1.4. Barreras arancelarias y Acuerdo Comercial entre Ecuador y China

Según el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (2023) fue el año 2012 cuando las autoridades ecuatorianas solicitaron al gobierno de China el acceso de esta fruta dentro de un proceso que constó de ocho fases, culminando con una inspección virtual de técnicos de ese país en febrero del año 2023 para asegurar el cumplimiento de todos los requisitos. Esta inspección arrojó un resultado favorable que permitieron iniciar con las exportaciones de pitahaya desde abril del año 2023, a pesar de que el documento que contenía el protocolo para el envío ya estaba diseñado desde marzo del año 2022. En ese contexto, el protocolo fitosanitario firmado entre AGROCALIDAD y la Aduana de China recoge todo lo que deben cumplir los productores y centros de acopio para que la fruta sea aceptada sin observaciones, desde el cultivo hasta el empaque final, cada detalle cuenta porque cualquier error puede dejar fuera al exportador.

Ecuador y China suscribieron un acuerdo que favoreció a una serie de productos que conforman la oferta exportable ecuatoriana, entre ellos los pertenecientes a la su partida arancelaria 0810.90.40 que corresponde a la pitahaya (*Cereus spp.*). Gracias al acuerdo suscrito con China en el año 2023, previamente mencionado, el 99% de la oferta exportable nacional, ingrese con un arancel preferencial del 0% a un país con una aproximación de 1.400 millones de personas, significando un mayor desarrollo económico, generación de empleo y diversificación de las exportaciones (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2024). Sin embargo, sus efectos entraron en vigencia el 1 de mayo del año 2024, permitiendo que diferentes productos, entre ellos la pitahaya, se beneficien de un arancel preferencial inmediato del 0%. El Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (2023) señaló algunos aspectos, como ser el primero que se suscribe con un país asiático y que un capítulo de comercio electrónico, además de su firma virtual y simultánea en Quito el 10 de mayo y en Beijing el 11 de mayo del año 2023.

El proceso de negociación se llevó a cabo en cuatro rondas y varias reuniones técnicas entre abril y diciembre del año 2022. Aunque el 99% de la oferta exportable ingresa con un arancel del 0%, hay otro 0,6% que pagará un arancel reducido, excluyendo al 0,4% de productos que comprenden desperdicios de metales y otros altamente sensibles para su producción y envío al país asiático, como las carnes frescas, aceite de palma, leche líquida, arroz y azúcar. De los productos con acceso preferencial, alrededor del 50% tendrán una desgravación progresiva en un aproximado de 10 años, es decir, que algunos gozarán inmediatamente de la reducción arancelaria, mientras otros experimentarán una reducción paulatina hasta que alcancen la tarifa que indica el acuerdo (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca del Ecuador, 2023).

2. Materiales y Metodología

La ejecución metodológica se justificó en un enfoque cualitativo de tipo descriptivo, con la finalidad de interpretar cómo influyen las condiciones internas y externas en el proceso de exportación de pitahaya hacia el mercado chino, en un periodo clave marcado por la entrada en vigencia de las relaciones comerciales en ambas naciones. La elección de este enfoque respondió a la necesidad de comprender el fenómeno desde dentro, priorizando el conocimiento técnico de los actores involucrados sobre cualquier intento de medición cuantitativa. Más que analizar resultados, lo que se buscó fue reconstruir desde la experiencia real los factores que explican la dinámica de inserción de este producto en un entorno comercial exigente y competitivo.

El diseño metodológico fue no experimental, con un corte transversal que permitió recoger información en un solo momento, sin alterar el comportamiento natural del entorno. Se combinaron dos técnicas que ofrecieron perspectivas complementarias: el análisis documental, basado en la revisión de fuentes oficiales como Agrocalidad, el Banco Central del Ecuador y el Ministerio de Producción; y la

entrevista semiestructurada, aplicada a representantes del sector exportador con conocimiento directo del comercio bilateral de pitahaya. Esta combinación metodológica permitió contrastar cifras e informes con las voces que operan desde el terreno, enriqueciendo la comprensión desde múltiples ángulos del mismo proceso.

Se trabajó con una guía de entrevista conformada por siete preguntas abiertas, enfocadas exclusivamente en el cumplimiento del primer objetivo específico. Las interrogantes abordaron aspectos como calidad del fruto, requisitos sanitarios, retos logísticos y exigencias del mercado asiático. El contenido fue validado por coherencia temática antes de su aplicación, cuidando que cada pregunta permitiera respuestas amplias y técnicas, sin inducir conclusiones. El instrumento fue aplicado de forma individual y directa a quienes han participado activamente en las exportaciones recientes del producto, y permitió recuperar percepciones complejas sobre procesos que no siempre están documentados formalmente.

Los entrevistados fueron seleccionados mediante un muestreo por criterio, considerando su rol operativo y estratégico dentro del sector. Se trató de cuatro personas con trayectoria comprobada en producción, acopio y envío internacional de pitahaya, lo cual garantizó la profundidad de los relatos. En investigaciones cualitativas como esta, el aporte no proviene del número de participantes, sino de su cercanía al fenómeno y la riqueza de las experiencias que son capaces de compartir con base en lo vivido. El perfil de los participantes permitió también evidenciar la diversidad de condiciones en que se realiza la actividad exportadora.

Para organizar la información se utilizó un análisis de contenido categorial, agrupando los testimonios según temas comunes previamente definidos. Esta estructura facilitó la identificación de ideas clave, contrastes entre experiencias y hallazgos relevantes para comprender las condiciones reales que atraviesa el proceso exportador. Posteriormente, los resultados obtenidos fueron cruzados con los documentos revisados, permitiendo reforzar la solidez del análisis sin perder el enfoque situado. Esta integración metodológica ayudó a construir una mirada interpretativa que no solo describe, sino que explica las tensiones y oportunidades que coexisten en el comercio internacional de un producto emergente.

La sistematización de los testimonios permitió identificar con claridad los aspectos que influyen el desempeño de la pitahaya ecuatoriana en el mercado chino, lo que dio cumplimiento al primer objetivo específico del estudio. Aunque no se abordaron los otros dos objetivos propuestos, el análisis ofreció un diagnóstico preciso sobre las limitaciones técnicas, las exigencias normativas y las oportunidades que aún pueden aprovecharse. Todo ello desde una mirada directa, realista y construida junto a quienes viven el proceso desde dentro. Esta etapa metodológica deja planteada la posibilidad de continuar el estudio en fases posteriores, integrando nuevos instrumentos que permitan abordar las dimensiones aún pendientes.

3. Resultados

La entrevista semiestructurada aplicada a exportadores permitió cumplir el primer objetivo específico del estudio identificar con claridad los factores internos y externos que condicionan el comportamiento de las exportaciones. Las respuestas recogidas ofrecieron una perspectiva directa sobre aspectos técnicos, logísticos y comerciales que limitan la consolidación del producto en el mercado chino, aportando una visión concreta del escenario real que enfrenta el sector. A continuación, se detallan a los expertos entrevistados.

No.	Razón social	Actividad	Posición
Experto 1	Pitavanila	Cultivador y exportación de frutas del dragón	Gerente general.
Experto 2	Frutapac	Producción y exportador de pitahaya	Gerente general.

Experto 3	Zamuagro	Productor y exportador de Pitahaya	Gerente General
Experto 4	Anónimo	Exportador de Pitahaya	Asistente.

Tabla 5

Resultados de las entrevistas a expertos en exportación de pitahaya ecuatoriana.

1. ¿Cuáles considera que son los principales factores internos que han influido en las exportaciones de pitahaya ecuatoriana hacia China?	
Experto 1	<p>Capacidad limitada de manejo postcosecha.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Falta de certificaciones (como BPA). - Desconocimiento técnico en producción de calidad. - Escasa planificación de cosechas. - Costos de producción elevados.
Experto 2	<p>El factor principal es la calidad de la fruta ecuatoriana, de la misma manera la capacidad de producción y el cumplimiento de estándares fitosanitarios, así como el desarrollo de cadenas de comercialización mediante alianzas estratégicas.</p>
Experto 3	<p>En ese país los consumidores valoran mucho el sabor, color, tamaño, textura y frescura de la pitahaya. El apoyo que se ha recibido por parte de las autoridades a través de capacitaciones, asesorías y asistencias técnicas, incluso financiamiento, para lograr el acceso exitoso al mercado chino, entregando una fruta con los más altos estándares de calidad.</p>
Experto 4	<p>Uno de los factores principales es la calidad de fruta tanto en color, sabor y calibre (tamaño de la fruta). La validación de requisitos fitosanitarios tanto en cultivos como en centros de acopio.</p>
2. ¿Qué factores externos han afectado el comportamiento de las exportaciones de pitahaya ecuatoriana hacia China?	
Experto 1	<ul style="list-style-type: none"> - Altos costos logísticos y fletes marítimos. - Retrasos portuarios y aduaneros. - Políticas sanitarias estrictas de China. - Competencia internacional (Vietnam, Colombia, México). - Factores macroeconómicos chinos (devaluación del yuan, restricciones).
Experto 2	<p>El cumplimiento de los requisitos fitosanitarios (Buenas Prácticas Agrícolas, Control de Plagas, etc.), competencia de otros países productores, adaptación a las necesidades del cliente, precios fluctuantes, cadena logística.</p>
Experto 3	<p>Son varios factores, el papel del gobierno que nos ha ayudado bastante con el tema de la asesoría para exportar a este mercado y a los acercamientos con potenciales importadores. A nivel local se han hecho ferias y ruedas de negocio en las cuales se ha tenido contacto con importadores chinos, también se ha asistido a ferias en el exterior. Se suma el acuerdo comercial que se tiene con China y que es una gran ventaja porque la fruta ingresa con un 0% de arancel, haciendo nuestra oferta más competitiva.</p>
Experto 4	<p>Extrema calidad de fruta que ellos manejan, ese mercado sólo quiere fruta en calibres grandes con una madurez exacta, básicamente estamos definiendo en base a la pitahaya amarilla, puesto que la pitahaya roja tiene grandes</p>

	cantidades de hectáreas sembradas y es complicado competir por esta fruta en ese país.
3. ¿Qué exigencias fitosanitarias del mercado chino representan mayores desafíos para los exportadores de pitahaya ecuatoriana?	
Experto 1	<ul style="list-style-type: none"> - Ausencia de plagas cuarentenarias. - Trazabilidad completa del lote. - Embalaje limpio y sin residuos. - Certificados oficiales del MAG y ARCSA. - Registro de fincas habilitadas.
Experto 2	Cumplir con los estándares fitosanitarios, calidad del producto, niveles de pesticidas (Límites máximos de residuos), volumen constante, ajuste a precios del mercado.
Experto 3	Son cinco plagas que el gobierno chino ha determinado como bastante preocupantes, entre ellas está el Ceratitis Capitata, entre otras, que son moscas de la fruta. Realmente, lo primordial es garantizar que el cultivo esté libre de estas plagas y el productor debe tener muy buenas prácticas de cultivo para evitarlo. Pasa por un proceso de monitoreo riguroso, antes y durante la cosecha, y también cuando inicia su exportación con el propósito de detectar, principalmente, la presencia de plagas.
Experto 4	Los residuos de productos químicos y que la fruta esté libre de la mosca de la fruta y de otros insectos como la cochinilla.
4. ¿Cómo describiría la evolución de las exportaciones de pitahaya ecuatoriana hacia China desde su apertura comercial en 2023?	
Experto 1	<ul style="list-style-type: none"> - Inicio con gran expectativa. - Volumen creciente pero desigual. - Sobreoferta puntual en ciertos meses. - Aprendizaje progresivo y correcciones logísticas.
Experto 2	Oportunidad de crecimiento y diversificación de mercados internacionales.
Experto 3	Yo puedo decir que el desempeño el primer año no fue tan representativo, porque fue el inicio y, generalmente, cualquier importador primero analiza a su proveedor. En el segundo año nos fue muy bien, los pedidos empezaron a aumentar y las exportaciones crecieron más del triple. El consumidor chino empezó a comprar la fruta nacional, el importador hizo más pedidos y las ventas crecieron de manera satisfactoria.
Experto 4	Inicialmente se tuvo una buena acogida, pero con el tiempo las exportaciones han ido reduciendo gradualmente, esto se debe a las exigencias de calidad muy altas por parte de los clientes en China, y eso ha motivado que los exportadores dejen de enviar cantidades altas a este país, además estos mercados son inestables y existen casos en que los exportadores han perdido la carga, en donde el cliente indicó que la fruta llegó en mal estado.
5. ¿Qué desafíos logísticos o comerciales enfrentaron durante el proceso de exportación hacia China en 2023?	
Experto 1	<ul style="list-style-type: none"> - Escasez de contenedores refrigerados. - Largo tránsito (25–35 días). - Tramitología engorrosa. - Pagos demorados o contratos poco claros. - Diferencias culturales y de estándares.
Experto 2	<ul style="list-style-type: none"> -No hay garantía de los espacios aéreos con las diferentes cargueras en época de flores y mangos (noviembre, diciembre, febrero). -Tarifas elevadas cuando no hay mucha disponibilidad de espacios. -Demoras por condiciones climáticas (No se puede controlar). -Demoras por restricción de peso (Nos han dividido carga).

	<p>-Inseguridad del país (Nos robaron una carga en el transporte terrestre desde Manta a Quito).</p> <p>-Afectaciones por el invierno, caminos dañados que han imposibilitado acceder a las fincas.</p>
Experto 3	A nivel logístico está el hecho de que la fruta tiene que salir, desde la Amazonía hacia Quito para su envío por avión hacia China. Sí hemos tenido problemas, más que todo en el invierno por el deterioro de las vías, lo que genera inconvenientes y retrasos, pero se ha logrado superar. A nivel comercial, el principal desafío es que el mercado es bastante exigente, por ende, hay que asegurar que la fruta cumpla las expectativas de los clientes.
Experto 4	Uno de los desafíos más importantes es el de llegar con la fruta utilizando contenedores, se están realizando pruebas para ver cómo llega la carga, pero es una opción que al momento se encuentra en desarrollo. Buscar empresas que garanticen la recepción de la fruta y que los pagos se realicen de manera responsable.
6. ¿Ha notado cambios en el acceso a nuevos compradores o en las condiciones comerciales desde la apertura del mercado chino a la pitahaya ecuatoriana?	
Experto 1	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor interés de intermediarios chinos. - Aumento puntual de precios por demanda china. - Nuevas exigencias contractuales. - Mayor formalización de la cadena de exportación.
Experto 2	Ha significado acceso a un nuevo mercado, también se ha eliminado de forma gradual el tema de aranceles mediante el Tratado de Libre Comercio con China, mejorado el volumen de exportación, cumplimiento de certificaciones según estándares internacionales.
Experto 3	No han existido mayores cambios. Considero que, con el pasar del tiempo, la fruta ha ganado espacio en el mercado y se está logrando cautivar a más clientes.
Experto 4	No he notado cambios, el mercado sigue siendo estricto es por eso que no se envía mucho volumen de fruta, lo que se hace es enviar a Hong-Kong y de ahí la fruta es enviada a las diferentes ciudades de China principalmente por estos problemas.
7. ¿Qué acciones o estrategias considera necesarias para incrementar la presencia de la pitahaya ecuatoriana en el mercado chino?	
Experto 1	<ul style="list-style-type: none"> - Promoción comercial en ferias asiáticas. - Campañas digitales dirigidas al consumidor chino. - Diversificación de formatos. - Producción continua durante el año.
Experto 2	<ul style="list-style-type: none"> - Garantizar volumen para comercialización. - Cumplir con los estándares de calidad. - Cumplir los niveles de Límites Máximos Permitidos de Residuos. - Contar con las certificaciones que requiera el cliente. - Dar a conocer los beneficios de la pitahaya.
Experto 3	Para incrementar la presencia, primero hay que asegurarla, por ende, es necesario que los productores y exportadores cumplan con los requisitos que exige el mercado chino. Posterior a eso, tener más presencia en ferias internacionales, aquí también se llevó a cabo hace unos años la feria internacional de la pitahaya, pero no se ha repetido, aunque fue una estrategia bastante positiva para captar mercado.
Experto 4	<p>Mejorar los acuerdos comerciales con los clientes chinos.</p> <p>Establecer normas de calidad alcanzables</p>
8. ¿Qué alianzas estratégicas considera clave para fortalecer la exportación de pitahaya	

hacia China?	
Experto 1	<ul style="list-style-type: none"> - Promoción comercial en ferias asiáticas. - Campañas digitales dirigidas al consumidor chino. - Diversificación de formatos. - Producción continua durante el año.
Experto 2	<ul style="list-style-type: none"> - Participación en ferias comerciales / ruedas de negocios, y construcción de relaciones a largo plazo (Acuerdos comerciales mediante programas). - Convenios entre gobiernos a nivel de autoridades de los países.
Experto 3	<p>Como exportador se está trabajando con alianzas estratégicas con los exportadores, se están haciendo acercamientos con cadenas de supermercados para que esta fruta tenga mejor visibilidad a cambio de ofrecer al importador un precio más competitivo. En este mercado, la ventaja es que la fruta en China se vende a un precio bastante atractivo para y para nosotros como exportadores es posible sacrificar un poco el margen de ganancia para obtener mejores beneficios, como contratos de exclusividad y mejor ubicación en el punto de venta, lo que es un factor muy importante porque el consumidor que prueba la fruta ecuatoriana y siente que se ajusta sus expectativas, la vuelve a comprar, y a mayor demanda del consumidor, incrementará también la demanda del importador y eso nos ayuda a que la fruta que ofrecemos se venda más.</p>
Experto 4	<p>Se deberían impulsar estrategias entre exportadores y productores y entre exportadores e importadores chinos. A nivel de exportadores, las alianzas pueden ayudar a tener mayor poder de negociación y apuntar a grandes importadores que compran en gran volumen en diferentes épocas del año.</p>
9. Desde su experiencia, ¿qué mejoras serían necesarias en el proceso de producción o postcosecha para facilitar el acceso al mercado chino y aumentar la competitividad del producto?	
Experto 1	<ul style="list-style-type: none"> - Centros de acopio con estándares de exportación. - Capacitación técnica continua. - Tecnología de trazabilidad y control ambiental. - Uso de mallas y reducción de agroquímicos. - Inversión en genética para variedades resistentes.
Experto 2	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplir con los protocolos fitosanitarios en finca. - Cumplir con los requerimientos de Agrocalidad en el centro de Acopio. - Contar con la estructura y/o instalaciones adecuadas para el manejo postcosecha. - Manejar una logística lo más eficiente posible. - Garantizar calidad e inocuidad del producto.
Experto 3	<p>A nivel de producción es importante cuidar la fruta para que no tenga ningún tipo de contaminación por plagas, ni tampoco exceso de agroquímicos. Se debe acatar al 100% el protocolo fitosanitario para obtener una fruta de muy buena calidad, que comprende sabor, textura, color, forma tamaño y frescura, de modo que el cliente importador y consumidor estén satisfechos con lo que están comprando.</p>
Experto 4	<p>Seguir implementando las BPA Trabajar con los productores para mejorar el tema de los residuos. Desde la postcosecha Mejorar los centros de acopio de pitahaya para garantizar un buen empaque y calidad de la fruta.</p>

Nota: La tabla se creó a partir de las entrevistas realizados a expertos.

3.1. Interpretación de los resultados

Las exportaciones de pitahaya ecuatoriana a China están fuertemente influenciadas por factores internos tales como la calidad de la fruta, la cual debe cumplir con altos estándares en color, sabor, tamaño, textura y frescura, exigidos por el consumidor chino. Sin embargo, existen limitaciones como la falta de manejo postcosecha adecuado, ausencia de certificaciones como las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), escaso conocimiento técnico, poca planificación de cosechas y altos costos de producción, que afectan la competitividad del producto. A pesar de ello, el respaldo institucional mediante capacitaciones, asesorías técnicas y financiamiento ha sido clave para avanzar en el cumplimiento de los requisitos fitosanitarios y mejorar la capacidad de exportación, destacando la necesidad de fortalecer alianzas estratégicas y cadenas de comercialización para consolidar el acceso al mercado chino.

Mientras que entre los factores externos están los altos costos logísticos y de fletes marítimos, los retrasos portuarios y aduaneros, y las estrictas políticas sanitarias del mercado chino, que exige fruta de gran calibre y calidad impecable. Además, la competencia de países como Vietnam, México y Colombia representa un desafío adicional, especialmente en el caso de la pitahaya roja. Factores macroeconómicos chinos, como la devaluación del yuan, también influyen en la demanda. No obstante, se reconoce el papel positivo del gobierno ecuatoriano en la promoción comercial y el aprovechamiento del acuerdo con China, que ha eliminado aranceles y generado oportunidades para posicionar la pitahaya amarilla como un producto competitivo en ese exigente mercado.

Los entrevistados coinciden en que las exigencias fitosanitarias del mercado chino son estrictas y representan un reto para los exportadores ecuatorianos de pitahaya. Uno de los desafíos es la ausencia de plagas cuarentenarias, especialmente de especies como la *Ceratitis capitata* (mosca de la fruta) y la cochinilla, cuya detección puede detener todo el proceso de exportación. Para ello, se requiere un monitoreo riguroso y constante del cultivo, tanto en campo como en postcosecha. Otro factor clave es el cumplimiento con los límites máximos de residuos de pesticidas, lo cual demanda una gestión cuidadosa de agroquímicos y el uso de Buenas Prácticas Agrícolas. Asimismo, los exportadores deben asegurar la trazabilidad completa del lote, contar con embalajes limpios y sin residuos, y presentar certificados oficiales emitidos por el MAG y ARCSA, además de estar registrados en el listado de fincas habilitadas para exportar a China. También se resalta la necesidad de mantener un volumen constante de producción y ajustarse a las exigencias de calidad del mercado, lo cual supone un reto para muchos pequeños y medianos productores. En conjunto, estas exigencias elevan los costos y la complejidad del proceso exportador, pero son indispensables para acceder y mantenerse en el competitivo mercado chino.

Los expertos coinciden en que la apertura del mercado chino en 2023 generó altas expectativas, dando paso a un proceso de aprendizaje tanto logístico como comercial. En los primeros envíos, el volumen fue bajo, pero en el 2024 se observó un incremento significativo de la demanda y los pedidos, lo que refleja una mejor acogida por parte de los consumidores e importadores chinos. Sin embargo, también se reportaron dificultades derivadas de una sobreoferta puntual y de la alta exigencia del mercado, lo que provocó la reducción del volumen exportado por parte de algunos operadores. En general, la evolución ha sido positiva, aunque desigual que requiere mejoras en calidad, logística y relaciones comerciales estables. Los problemas logísticos enfrentados incluyen la escasez de contenedores refrigerados, las demoras por condiciones climáticas, el mal estado de las vías y la inseguridad durante el transporte terrestre, y a nivel comercial las dificultades se centran en retrasos en los pagos, contratos poco claros y barreras culturales que complican la relación con los compradores asiáticos, mientras el trayecto desde zonas productoras hasta los puntos de exportación representa un desafío constante por la falta de infraestructura adecuada que garantice la conservación del producto.

Los principales desafíos logísticos mencionados por los expertos incluyen la escasez de contenedores refrigerados, los largos tiempos de tránsito entre 25 y 35 días, las demoras por condiciones climáticas y restricciones de peso, y la dificultad de acceder a vías en buen estado, especialmente en temporada invernal. A nivel comercial, se destacan la tramitología compleja, los pagos demorados, la falta de claridad en los contratos y las diferencias culturales y de estándares. La inseguridad en el transporte interno también fue un factor crítico, reportándose incluso robos de carga. A pesar de estos

obstáculos, los exportadores han buscado soluciones, como pruebas de envío por contenedor y mejoras en la coordinación con aerolíneas, para reducir los riesgos y optimizar los tiempos. Para incrementar la presencia de la fruta en ese mercado se propuso mejorar el cumplimiento de estándares sanitarios, asegurar volúmenes constantes y participar en campañas de promoción adaptadas a la cultura del consumidor chino, y también se sugirió ampliar la visibilidad del producto mediante ferias internacionales y medios digitales, aprovechando los atributos nutricionales de la pitahaya como ventaja comercial, ya que la comunicación efectiva de estos beneficios, sumada a una imagen de país vinculada a la sostenibilidad, podría posicionar al producto como una opción premium frente a competidores regionales.

Las respuestas reflejan experiencias diversas. Algunos expertos observan un mayor interés en la compra de la fruta por parte de intermediarios chinos, un leve aumento de precios por efecto de la demanda y una mayor formalización en la cadena de exportación, en parte impulsada por el Tratado de Libre Comercio con China. No obstante, otros entrevistados no han percibido cambios significativos en las condiciones comerciales, señalando que el mercado sigue siendo muy exigente y que el volumen enviado se mantiene limitado. Se destaca también que, en muchos casos, la fruta se exporta inicialmente a Hong Kong para su posterior distribución a otras ciudades chinas, lo que evidencia la complejidad del acceso directo al mercado continental y la necesidad de continuar posicionando la pitahaya ecuatoriana.

Los expertos coinciden en que para incrementar la presencia de la pitahaya ecuatoriana en China es indispensable asegurar primero el cumplimiento riguroso de los requisitos fitosanitarios y de calidad del mercado chino. A partir de ello, proponen intensificar la promoción en ferias internacionales, implementar campañas digitales dirigidas al consumidor chino y diversificar los formatos del producto. También se recomienda garantizar una producción continua y estable durante todo el año, que los precios sean competitivos y generar valor agregado al destacar los beneficios de la pitahaya. Además, se plantea la necesidad de fortalecer la imagen del producto en el punto de venta. Hay coincidencia en que uno de los ejes prioritarios para avanzar es la inversión en infraestructura técnica, especialmente en centros de acopio que cumplan con los estándares de inocuidad, cuenten con refrigeración adecuada y permitan una manipulación postcosecha sin deterioro, y también se considera indispensable reforzar la capacitación continua de los productores, adoptar sistemas de control eficaces, reducir el uso de agroquímicos y promover prácticas sostenibles que garanticen la permanencia del cultivo sin afectar al entorno natural, particularmente en zonas como Palora donde el crecimiento desordenado ha generado conflictos ambientales.

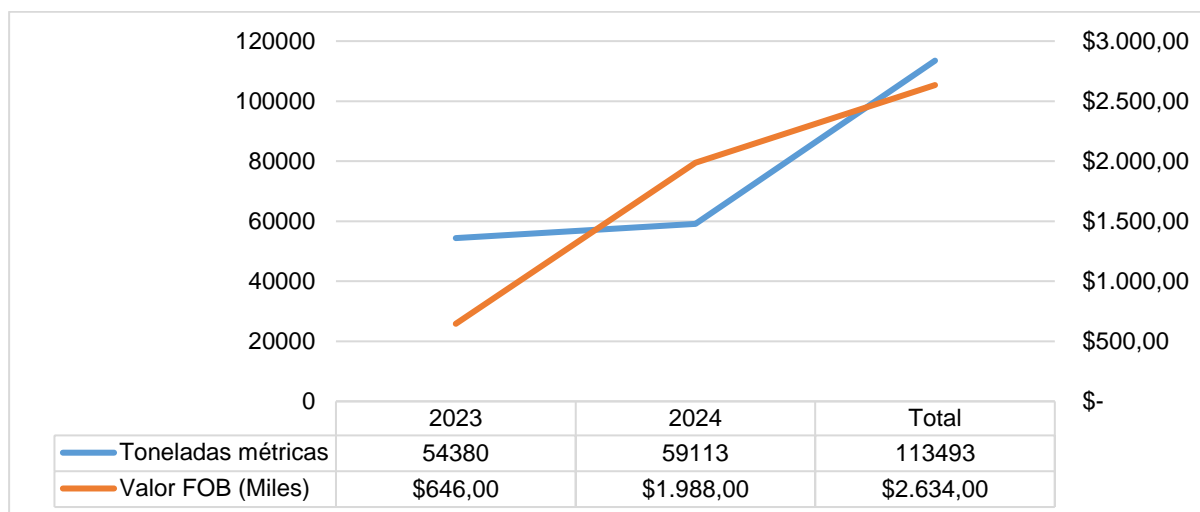
Las alianzas estratégicas entre productores, exportadores e importadores son fundamentales para aumentar el poder de negociación y acceder a compradores de gran escala en China. Se menciona el trabajo conjunto con cadenas de supermercados como una oportunidad para posicionar la pitahaya ecuatoriana en puntos de venta clave, incluso con márgenes menores, con el objetivo de fidelizar al consumidor chino. Asimismo, se destaca la importancia de la cooperación intergubernamental y la participación en programas de promoción internacional, ferias y ruedas de negocios, que permitan establecer relaciones comerciales de largo plazo y facilitar acuerdos formales que aseguren estabilidad en el comercio.

Los expertos coinciden en que mejorar la competitividad de la pitahaya ecuatoriana pasa por fortalecer los procesos en finca y postcosecha. Se propone la creación de centros de acopio con estándares de exportación, mayor inversión en capacitación técnica, adopción de tecnologías de trazabilidad, y mejoras en el manejo agronómico, como el uso de mallas y la reducción de agroquímicos. También se subraya la necesidad de contar con infraestructura adecuada para cumplir con los protocolos de Agrocalidad y los requisitos fitosanitarios exigidos por China. A nivel postcosecha, se recomienda optimizar el embalaje y la logística para asegurar que la fruta llegue en condiciones óptimas, destacando atributos como sabor, textura, tamaño y frescura, que son claves para satisfacer las expectativas del mercado chino.

3.2. Evolución de las exportaciones de la fruta dragón hacia dicho mercado, tanto en valor FOB como en toneladas métricas.

Figura 3

Evolución de las exportaciones de Pitahaya, Toneladas métricas y Valor FOB, 2023-2024



Nota. Comportamiento de las exportaciones de Pitahaya, periodo 2021-2024. Datos obtenidos del Banco Central del Ecuador (BCE, 2025)

En 2023, China abrió oficialmente sus puertas a la pitahaya ecuatoriana, y aunque solo se registraron 85 toneladas exportadas, el impacto fue más cualitativo que cuantitativo. Este primer envío, valorado en 646 mil dólares, permitió probar la acogida del producto en un mercado que combina volumen con exigencia. Las características de la variedad Palora, en especial su sabor dulce y su buena conservación, jugaron a favor de la aceptación inicial. Según el Banco Central del Ecuador, ese año marcó el comienzo de una ruta comercial que, si bien empezó con cautela, abrió posibilidades reales de crecimiento sostenido en una de las economías más grandes del mundo.

Para 2024, el panorama cambió significativamente: las exportaciones subieron a 387 toneladas y el valor FOB superó los 1,98 millones de dólares. Este salto estuvo directamente relacionado con la entrada en vigencia del tratado de libre comercio, que eliminó los aranceles de importación y mejoró las condiciones de acceso. A diferencia del año anterior, esta vez se observó una respuesta más estructurada por parte del sector exportador, con mayor capacidad de planificación, adaptación logística y cumplimiento de protocolos sanitarios. Las cifras oficiales muestran que China dejó de ser solo un destino potencial para convertirse en un actor relevante dentro del circuito comercial de la pitahaya ecuatoriana.

A lo largo de este periodo, el desarrollo de las exportaciones de esta fruta dirigidas a China evidenció más que un simple crecimiento comercial: mostró la capacidad del sector para adaptarse a nuevas reglas, exigencias técnicas y dinámicas de mercado. El ingreso inicial en 2023 permitió entender las preferencias del consumidor chino, mientras que en 2024 la eliminación del arancel impulsó un salto importante tanto en volumen como en valor. Esta evolución no responde solo a la firma de un acuerdo, sino a todo un proceso interno de preparación, cumplimiento sanitario y adecuación logística que permitió aprovechar una ventana estratégica. Según los registros del Banco Central del Ecuador, el mercado chino no solo es una promesa, sino que se ha convertido en un destino concreto con posibilidades de consolidación a largo plazo.

3.3. Propuesta de estrategias viables para fortalecer y ampliar la presencia de la pitahaya ecuatoriana en el mercado chino

Después del Tratado de Libre Comercio de Ecuador con China, esto ha representado una oportunidad estratégica para los exportadores, sin embargo, esto implica una serie de retos que requieren planificación, inversión y alianzas institucionales. Con base en lo observado a lo largo del estudio, se propone varias acciones que buscan fortalecer y ampliar la presencia de la pitahaya ecuatoriana en el mercado chino. A continuación, se proponen algunas.

- Mejorar la calidad y presentación del producto. El consumidor chino valora atributos como la frescura, la higiene y la autenticidad de origen, por lo que resulta fundamental invertir en procesos de selección rigurosa, empaque atractivo y etiquetado informativo. Incorporar elementos como certificaciones sanitarias, datos nutricionales, indicación de procedencia y mensajes en idioma local puede generar una conexión más directa con el comprador, especialmente si se utilizan empaques biodegradables con diseño diferenciado y enfoque sostenible.
- Participar en sistemas de certificaciones internacionales, Ingresar a programas como Global GAP (Good Agricultural Practices o Buenas Prácticas Agrícolas, que evalúa si el manejo agrícola cumple con principios de sostenibilidad, higiene y control en cada etapa del cultivo, y HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points, o Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control) , que permite controlar riesgos sanitarios desde la producción hasta el consumo, es una vía directa para abrirse paso en mercados exigentes como el chino. Más allá de ser un requisito técnico, estas certificaciones funcionan como un respaldo visible de calidad, y transmiten seguridad tanto a importadores como a consumidores, que valoran cada vez más la transparencia en la cadena alimentaria.
- Participar en ferias y canales de promoción que se desarrollan en China, donde la pitahaya ecuatoriana puede presentarse directamente ante los principales actores del comercio agroalimentario. Eventos como la China International Import Expo, que se realiza cada noviembre en Shanghái, y la Fruit & Vegetable Fair, celebrada en mayo en Pekín, ofrecen un espacio estratégico para dar a conocer el producto, generar confianza en los compradores y construir relaciones comerciales duraderas. Asistir a este tipo de plataformas permite no solo visibilizar la fruta, sino también adaptar su presentación a las expectativas reales del consumidor chino.
- Invertir en infraestructura logística, es una condición indispensable para que la pitahaya ecuatoriana llegue a China en óptimas condiciones. Esto requiere contar con centros de acopio que dispongan de cámaras frías en zonas de producción, implementar sistemas de preenfriado tras la cosecha y asegurar el uso de contenedores refrigerados durante todo el trayecto. También es necesario establecer alianzas con operadores logísticos que operen en puertos clave como Shanghái o Cantón, lo que permitiría reducir los tiempos de entrega y evitar pérdidas por deterioro. Estas mejoras no solo protegen la calidad del producto, sino que aumentan su capacidad de competir frente a frutas similares en un mercado cada vez más exigente.

4. Discusión y Conclusiones

4.1. Discusión

Los exportadores entrevistados señalaron que uno de los principales obstáculos para mantenerse en el mercado chino es no contar con certificaciones técnicas, porque sin ese respaldo los compradores no garantizan continuidad en los pedidos ni aceptan fruta que no haya pasado por controles rigurosos, y esto se vincula con lo que plantea Ascencio (2020), quien explicó que acceder a programas como Global G.A.P. no solo mejora el rendimiento productivo, sino que también permite cumplir con los requisitos que exigen mercados regulados, como lo confirmó también Cevallos (2022), al evidenciar que en casos como Santo Domingo y Portoviejo los estándares sanitarios y el manejo postcosecha definen si una venta se

concreta o no, y en este estudio se comprobó que muchos pequeños productores siguen fuera del circuito comercial precisamente por no tener acceso a ese tipo de respaldo técnico, como inspecciones, registros sanitarios o en su defecto, empaques certificados.

Desde otro enfoque, Arévalo y Vallejo (2024) sostienen que la pitahaya ecuatoriana se diferencia por calidad más que por volumen, y que eso le da una ventaja frente a sus competidores, y si bien los entrevistados reconocieron que el sabor, el tamaño y la firmeza de la fruta nacional han sido bien recibidos por los compradores chinos, también dejaron claro que esa percepción positiva no siempre se sostiene porque los problemas de logística, los retrasos en el envío y la falta de planificación provocan que muchos pedidos lleguen fuera de tiempo o con fallas en el estado del producto, lo cual hace que la ventaja por calidad no se mantenga como una herramienta comercial real y los exportadores más pequeños terminen excluidos por no poder responder con la constancia y el estándar que el mercado espera de quienes ya tienen presencia consolidada.

Los productores entrevistados coincidieron en que uno de los problemas más serios que enfrentan es la expansión del cultivo sin planificación ni control, especialmente en zonas como Palora, donde se ha empezado a sembrar en áreas de bosque afectando el equilibrio ambiental, lo cual coincide con lo advertido por Ruiz et al. (2020), quien señaló que la deforestación acelerada en zonas de crecimiento de pitahaya está generando impactos que podrían volverse irreversibles si no se regula el avance, y además de este crecimiento desordenado, también se identificaron carencias en infraestructura, rutas de acceso, manejo postcosecha y apoyo técnico, lo que reafirma lo planteado por Quinapaxi y Solórzano (2024), al señalar que sin una cadena de valor sólida y acompañamiento institucional real, el cumplimiento de los protocolos exigidos por China seguirá fuera del alcance de la mayoría de pequeños productores.

Los hallazgos encontrados en esta investigación ayudan a entender por qué, pese a tener condiciones favorables en el tratado comercial vigente y una fruta con buena aceptación, la pitahaya ecuatoriana aún no logra consolidarse en el mercado chino. Más allá de las exigencias del destino, persisten limitaciones internas que impiden sostener una oferta técnica, regular y competitiva. Al recoger las experiencias de exportadores y analizar los datos macroeconómicos, el estudio no solo revela las causas de esa fragilidad, sino que aporta una mirada concreta sobre lo que debe fortalecerse para avanzar.

4.2. Conclusiones

El análisis de la exportación de pitahaya ecuatoriana hacia China durante 2023 evidenció que, aunque el ingreso al mercado chino marcó un avance importante para la diversificación comercial del país, su impacto en la balanza fue todavía reducido frente a las cifras totales de exportación, ya que el volumen enviado fue bajo y la participación de China dentro del total nacional no superó el uno por ciento, y aunque el tratado eliminó barreras arancelarias, las entrevistas reflejaron que los problemas logísticos, la falta de certificaciones y la desigualdad en el cumplimiento técnico han impedido que la fruta aproveche todo su potencial en ese destino, por lo que el crecimiento registrado responde más a un primer acercamiento que a una consolidación efectiva del mercado.

Las exportaciones de pitahaya ecuatoriana hacia China están influenciadas por factores internos que limitan la capacidad de los productores para sostener una oferta confiable, y entre los más recurrentes mencionados en las entrevistas están la falta de planificación de cosechas, la variación en la calidad del fruto, el desconocimiento técnico en procesos clave como el manejo postcosecha y la ausencia de certificaciones que respalden el cumplimiento de normas internacionales, mientras que entre los factores externos más críticos se señalaron los costos logísticos elevados, las demoras en puertos, la presión de mercados como Vietnam y la estricta normativa fitosanitaria china que exige fruta sin residuos ni plagas, por lo que el acceso a este mercado no depende solo del producto, sino de toda la estructura que lo respalda antes de llegar al destino.

Entre 2023 y 2024, las exportaciones de pitahaya hacia China pasaron de ser un primer intento a convertirse en un proceso más sólido. El volumen creció de 85 a 387 toneladas y el valor FOB subió de 645.960 a 2,48 millones de dólares. Este avance coincidió con la entrada en vigencia del tratado de libre comercio y la eliminación del arancel del 20%, que ayudaron a abrir un camino más directo. Aun así, la participación de China dentro del total exportado sigue siendo muy baja: apenas el 0,65 % en volumen y el 1,20 % en valor, lo que refleja que el mercado todavía no se ha consolidado como destino principal. Los exportadores insisten en que no es por falta de interés desde el otro lado, sino por las dificultades para cumplir con volúmenes estables, tiempos exigentes y controles sanitarios rigurosos. Mientras esos aspectos sigan sin resolverse, el crecimiento será limitado, aunque las oportunidades estén claramente sobre la mesa.

La posibilidad de que la pitahaya ecuatoriana se consolide en el mercado chino no depende solo de cumplir con normas técnicas, sino de que el país sepa responder de forma constante y organizada a lo que este mercado exige, por eso este estudio propone como estrategia principal reforzar el estado del producto desde el origen mejorando los centros de acopio, el manejo postcosecha y el transporte en frío, además plantea que los productores accedan a certificaciones como Global G.A.P., no solo para cumplir con los protocolos exigidos por China, sino para generar confianza comercial y abrir nuevas oportunidades en otros destinos, y finalmente sugiere impulsar alianzas directas con cadenas de distribución e importadores chinos que permitan reducir intermediarios, negociar condiciones más justas y asegurar que la fruta no solo llegue, sino que se quede como parte estable de la oferta exportadora.

El estudio permitió entender que el ingreso de la pitahaya ecuatoriana al mercado chino no depende únicamente de acuerdos firmados o aperturas formales, sino de la capacidad real del país para sostener una oferta seria, constante y técnicamente preparada. Aunque las cifras muestran avances desde la entrada en vigor del tratado de libre comercio, aún existen desafíos internos que limitan la consolidación del producto. La calidad, la logística, la forma de relacionarse con los compradores y la estabilidad de la producción pesan tanto como las condiciones del mercado de destino. Lo que se construya desde dentro será lo que defina si este cultivo se mantiene como una oportunidad puntual o se convierte en una parte estable y reconocida del comercio exterior no tradicional del país.

5. Referencias bibliográficas

Acosta, D. (2024). Análisis del acuerdo comercial con china en las exportaciones del producto ecuatoriano pitahaya. Repositorio Uleam. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Manta. Obtenido de <https://repositorio.uleam.edu.ec/handle/123456789/564>

Agrocalidad. (2022). Protocolo de Requisitos Fitosanitarios para la Exportación de Pitahaya Ecuatoriana a China. <https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2022/04/PROTOCOLO-EXPORTACION-REQUISITOS-FITOSANITARIOS-PITAHAYA-CHINA.pdf>.

Agrocalidad. (15 de 06 de 2023). Agrocalidad. Obtenido de Requisitos fitosanitarios para exportación de pitahaya: <https://www.agrocalidad.gob.ec/informacion-para-la-exportacion-de-pitahaya/>

Alcívar, V., y Mendoza, M. (2022). Análisis comparativo de la evolución de la exportación de la pitahaya y su impacto en la balanza comercial durante periodo 2018-2021. Repositorio Ucsq. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsq.edu.ec/handle/3317/19836>

Alvarado Irma, L. V. (20 de 03 de 2024). Análisis de la inteligencia de mercado como herramienta para potenciar la internacionalización de la pitahaya ecuatoriana al mercado de China. Digital Publisher CEIT, 946-966. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10287438>

Alvarado, A. C. (2024). La frontera agrícola crece: pitahaya causa deforestación en Amazonía ecuatoriana. Obtenido de Mongabay: <https://es.mongabay.com/2024/01/frontera-agricola-crece-pitahaya-causa-deforestacion-en-amazonia-ecuatoriana/>

Angulo, S. (8 de octubre de 2022). La pitahaya: el fruto de lujo en China. Obtenido de Diario Expreso: <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/pitahaya-fruto-lujo-china-137871.html>

Arévalo, L., y Vallejo, E. (2024). Análisis del comportamiento en las exportaciones de la pitahaya ecuatoriana. *Ciencia Latina Multidisciplinar*, 8(5), 12-20. doi:10.37811/cl_rcm.v8i5.13915

Ascencio, L. (2020). Análisis de Exportación de la Pitahaya Ecuatoriana Hacia Mercados Internacionales. Repositori Uteg. Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, Guayaquil.

Banco Central del Ecuador [BCE]. (2025). Estadísticas del sector externo. Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/documentos/informacioneconomica/SectorExterno/ix_ComercioExterior.html#

Banco Central del Ecuador. (2024). BCE. Obtenido de Evolución de la Balanza Comercial por Productos :<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc202402.pdf>

Banco Central del Ecuador. (2025). BCE. Obtenido de Estadísticas del Sector Externo: https://contenido.bce.fin.ec/documentos/informacioneconomica/SectorExterno/ix_ComercioExterior.html#

Banco Central del Ecuador. (15 de 07 de 2025). Exportaciones de pitahaya ecuatoriana por país de destino (2021-2025). Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/documentos/informacioneconomica/SectorExterno/ix_ComercioExterior.html

BCE. (2020). Boletín Informativo de Integración Monetaria y Financiera. BCE. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/BOLETIN352020.pdf>

BCE. (2025). Estadísticas del sector externo. Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/documentos/informacioneconomica/SectorExterno/ix_ComercioExterior.html#

BCE. (2025). Evolución de la Balanza Comercial por Productos: Enero - Diciembre 2024. BCE. Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/documentos/informacioneconomica/SectorExterno/ix_ComercioExterior.html#

Cáceres Brunetz, P. C. (23 de 02 de 2025). Análisis de la producción y exportación de la pitahaya y su impacto en la economía del Ecuador. Período 2018–2023. Obtenido de Repositorio institucional de la Universidad de Guayaquil: https://repositorio.ug.edu.ec/items/a433e2ba-680c-4258-b3c6-cd3a7ca402d7?utm_source=

Calvas, B., Tenzing, K., & Porcel, R. (2020). Efecto de las condiciones agroecológicas sobre el rendimiento y calidad de la pitahaya (*Hylocereus* spp.) en la Amazonía ecuatoriana. *Revista Amazónica de Ciencias Agropecuarias*, 11(03), 55-65. doi:<http://dx.doi.org/10.17268/sci.agropecu.2020.03.16>

CEAP – Centro de Estudios Asia-Pacífico, ESPOL. (2023). La dulzura de la ‘fruta del dragón’ está en los mercados de China. Obtenido de ESPOL: <https://ceap.espol.edu.ec/es/content/la-dulzura-de-la-%E2%80%98fruta-del-dragon%C3%B3n%E2%80%99-est%C3%A1-en-los-mercados-de-china>

Cevallos Marcillo, E. X. (2022). Análisis de la producción y productividad del cultivo de pitahaya orgánica (*Hylocereus undatus*) en Santo Domingo y Portoviejo. Obtenido de Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí: <https://repositorio.uleam.edu.ec/handle/123456789/5152>

Cevallos, E. (2022). Análisis de la producción y productividad del cultivo de pitahaya orgánica (*hylocereus undatus*) en Santo Domingo y Portoviejo. Repositorio Uleam. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Manta.

Chouman Baque, M. F. (2023). Análisis de Exportación de Pitahaya Ecuatoriana con valor agregado a Emiratos Árabes Unidos. Obtenido de <http://biblioteca.uteg.edu.ec/xmlui/handle/123456789/1987>

Diario Primicias. (14 de 03 de 2024). La pitahaya, una fruta 'polémica' para el ambiente, bate récord de exportaciones en Ecuador. Obtenido de Diario Primicias: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/pitahaya-record-exportaciones-ecuador-ambiente/>

Durán, J., y Morales, J. (2024). Estudio sobre los posibles impactos de un acuerdo comercial entre el Ecuador y China. Santiago de Chile (ciudad sede principal de la CEPAL): Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Obtenido de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/68861-estudio-posibles-impactos-un-acuerdo-comercial-ecuador-china>

Farez, H., Mitiap, D., Cambisaca, C., & López, A. (2025). Impacto del Sistema de Costeo por Procesos en la Rentabilidad de la Producción de Pitahaya en Palora, Morona Santiago. *Revista de Estudios Contemporáneos del Sur Global*, 6(17), 8-19. doi:10.46652/pacha.v6i17.360

Figueroa Chávez, W. A. (2018). estudio de factibilidad para la producción y comercialización de pitahaya amarilla (*Selenicereus megalanthus* K. Schum.) en la comuna El Azúcar, provincia de Santa Elena. Obtenido de Repositorio UPSE: <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/4390>

FreshPlaza. (11 de 02 de 2021). Ecuador exporta 13.200 kilogramos de pitahaya amarilla a Estados Unidos. Obtenido de FreshPlaza.es: <https://www.freshplaza.es/article/9292269/ecuador-exporta-13-200-kilogramos-/>

Geovanny, J. (2022). Estudio de prefactibilidad para financiar la inversión de una empresa exportadora de pitahaya del cantón Rocafuerte hacia el mercado externo español. Obtenido de <http://repositorio.sangregorio.edu.ec/handle/123456789/2693>

González, M. (4 de 8 de 2022). Pitahaya: un cultivo “de oro” que impacta en la pérdida de bosques nativos en la Amazonía ecuatoriana. Plan V. Obtenido de <https://planv.com.ec/historias/pitahaya-un-cultivo-oro-que-impacta-la-perdida-bosques-nativos-la-amazonia/>

González, P. (8 de febrero de 2024). Esto se espera para camarón, banano, cacao y flores, gracias al acuerdo con China. Obtenido de Diario Primicias: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/acuerdo-china-camaron-banano-cacao-flores/#:~:text=Datos%20del%202023.&text=Las%20exportaciones%20a%20China%20cayeron,industrias%20procesadoras%20en%20ese%20pa%C3%ADs.>

González, P. (14 de febrero de 2025). Exportaciones a China cayeron 10% en 2024, pese al nuevo acuerdo comercial. Obtenido de Diario Primicias: <https://www.primicias.ec/economia/exportaciones-china-acuerdo-comercial-camaron-89796/>

Lara, F. (23 de 02 de 2025). El cultivo de pitahaya no para de crecer en el Ecuador. Obtenido de <https://www.vistazo.com/enfoque/2025-02-23-cultivo-pitahaya-no-para-crecer-ecuador-IG8866318>

Loaiza, M. (2024). Análisis de la demanda internacional de pitahaya ecuatoriana año 2023. Repositorio Ups. Universidad Politécnica Salesiana, Guayaquil. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/28946>

Lucero Arévalo y Vallejo Yucci. (2024). Análisis del Comportamiento en las Exportaciones de la Pitahaya Ecuatoriana. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 4593–4610. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5.13915

Mera, M. (2024). Exportación del producto de pitahayas y la contribución al crecimiento económico en la provincia de Manabí en el periodo 2015-2023. Repositorio Uleam. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Manta. Obtenido de <https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/6773/1/ULEAM-COM-0183.pdf>

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego del Perú (MIDAGRI). (2021). Tendencias de Mercado de La Pitahaya, retos y Oportunidades. Lima: Unidad de Inteligencia Comercial, MIDAGRI. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/661401888/Tendencias-de-Mercado-de-La-Pitahaya-y-Oportunidades-Para-EI-Peru-final>

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (14 de abril de 2023). China abre su mercado a la pitahaya ecuatoriana. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/china-abre-su-mercado-a-la-pitahaya-ecuatoriana/>

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (10 de mayo de 2023). Tratado de Libre Comercio Ecuador – China. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/tratado-de-libre-comercio-ecuador-china/>

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (13 de 03 de 2024). Gobierno del Ecuador. 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/>

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (14 de 03 de 2024). Ministerio de Producción. Obtenido de ECUADOR INICIA LAS EXPORTACIONES DE PITAHAYA A CHINA: <https://www.produccion.gob.ec/ecuador-inicia-las-exportaciones-de-pitahaya-a-china/>

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2024). Rendición de cuenta 2023: Informe de gestión institucional. Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2024/04/INFORME-DE-GESTION-MPCEIP-2023.pdf>

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca del Ecuador. (10 de 05 de 2023). Tratado de Libre Comercio Ecuador – China. Obtenido de Ministerio de Producción Ecuador : <https://www.produccion.gob.ec/tratado-de-libre-comercio-ecuador-china/>

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca del Ecuador. (10 de 05 de 2023). Tratado de Libre Comercio Ecuador – China. Obtenido de Ministerio de Producción Ecuador: <https://www.produccion.gob.ec/tratado-de-libre-comercio-ecuador-china/>

Nájera, J. (2022). Exportación de pitahaya en conserva procesada en Ecuador hacia el mercado de EE.UU. Repositorio UdlA. Universidad de las Américas, Quito.

PRO Ecuador. (31 de 03 de 2021). PRO Ecuador. Obtenido de Beneficios y propiedades de la pitahaya: <https://www.proecuador.gob.ec/beneficios-y-propiedades-de-la-pitahaya/>

ProEcuador. (2024). Pitahaya ecuatoriana ingresa al mercado chino. Obtenido de Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones: <https://www.proecuador.gob.ec/pitahaya-ecuadoriana-ingresa-al-mercado-chino/>

Ruiz, A., Urcia, J., y Paucar, L. (2020). Pitahaya (*Hylocereus* spp.): Cultivo, características fisicoquímicas, composición nutricional y compuestos bioactivos. *Scientia Agropecuaria*, 11(3), 8-17. doi:10.17268/sci.agropecu.2020.03.16

Sáenz, J., Buele, K., & Elizalde, M. (2022). Efectos de la balanza comercial no petrolera en el crecimiento económico ecuatoriano, período 1996-2021. *593 Digital Publisher CEIT*, 96(108), 96-108. Retrieved from <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.2.1042>

Solórzano Cedeño, Q. B. (19 de abril de 2024). Análisis de la cadena de valor agroproductiva del cultivo de pitahaya (*Hylocereus undatus*): oportunidades y desafíos para la sostenibilidad y competitividad de la empresa Frutas Exóticas del Pacífico FRUTAPAC S.A. Obtenido de Repositorio Institucional de la UTPL: <http://dspace.utpl.edu.ec/handle/123456789/68144>

Sotomayor, D. y Pitizaca. (2020). Evaluación físico-química de fruta de pitahaya (*Selenicereus megalanthus*) en diferentes estados de desarrollo. *Enfoque UTE*, 94-107. Obtenido de <https://repositorio.iniap.gob.ec/handle/41000/5551>

Tayupanda, G. (2025). Análisis del comportamiento de la exportación de pitahaya ecuatoriana (2019–2023). Obtenido de *Revista Vistazo*: https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/27534/1/UPS-GT005020.pdf?utm_source

Torres, M. y. (2021). Impacto de la Balanza Comercial en el Crecimiento Económico Ecuatoriano, Período 1990-2019. *Revista Científica y Tecnológica UPSE (RCTU)*, 8(1), 42-47. Obtenido de <https://doi.org/10.26423/rctu.v8i1.554>

Unidad de Inteligencia Comercial. (2021). Análisis de pitahaya: panorama internacional y producción. 1Library.co. Obtenido de Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego del Perú: <https://1library.co/document/y4w66g0k-an%C3%A1lisis-de-pitahaya-unidad-de-inteligencia-comercial.html>

Vargas, Y. (2020). Manual del cultivo de pitahaya para la Amazonía Ecuatoriana. Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias. La Joya de los Sachas, Ecuador: Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias. Obtenido de <https://repositorio.iniap.gob.ec/handle/41000/5551>