



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE GUAYAQUIL
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**RETOS Y OPORTUNIDADES DE LA PITAHAYA ECUATORIANA EN EL
MERCADO DE LA REPÚBLICA POPULAR CHINA**

Trabajo de titulación previo a la obtención del
Título de licenciada en Administración de Empresas

AUTOR: MORÁN REYES SCARLETH VALENTINA

TUTOR: DAU JARAMA GABRIELA ESTEPHANIA

Guayaquil -Ecuador
2025 - 2026

Resolución CS N°283-10-2025-09-17

Página 1 de 1

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, *Scarleth Valentina Morán Reyes* con documento de identificación N° 0958309098 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 30 de enero del año 2026

Atentamente,

Valentina Morán

Scarleth Valentina Morán Reyes
C.I. 0958309098

Resolución CS N°283-10-2025-09-17

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

Yo, Scarleth Valentina Morán Reyes con documento de identificación No. 0958309098, 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: Retos y oportunidades de la Pitahaya ecuatoriana en el mercado de la República Popular China, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciada en Administración de empresas, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

Guayaquil, 30 de enero del año 2026

Atentamente,



Scarleth Valentina Morán Reyes
C.I.0958309098

Resolución CS N°283-10-2025-09-17

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: Retos y oportunidades de la Pitahaya ecuatoriana en el mercado de la República Popular China, realizado por Scarleth Valentina Morán Reyes con documento de identificación N° 0958309098, 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, 30 de enero del año 2026

Atentamente,



Gabriela Estephanie Dau Jarama
0925868549

Resolución CS N°283-10-2025-09-17

Dedicatoria

A Dios, porque en cada paso del camino me sostuvo con su fuerza, su sabiduría y su infinito amor. Gracias por iluminar mi mente, fortalecer mi espíritu y darme la perseverancia necesaria para culminar esta etapa tan importante de mi vida.

A mis padres, Ángel y Lourdes, por ser el pilar fundamental de mi Vida y el ejemplo más grande de amor, esfuerzo y perseverancia. Gracias por creer en mí incluso en los momentos en que yo dudé, por su apoyo incondicional, por cada sacrificio silencioso y por enseñarme, con hechos y valores, a luchar por mis sueños con responsabilidad y humildad. Este logro es también de ustedes, porque en cada paso recorrido llevo su guía, su confianza y el amor que siempre me han brindado. Todo lo que soy y lo que he alcanzado es reflejo de su entrega, su paciencia y su infinita dedicación.

A mi hermana, que han sido para mí una inspiración constante. te he enseñado que con esfuerzo y fe todo es posible aunque estes Chiquita este logro tambien es tuyo.

A mis abuelos paternos, por su amor, sus enseñanzas y el ejemplo de vida que dejaron en mí. Sus valores siguen guiando mi camino y forman parte de cada logro que hoy alcanzo.

A mis abuelos maternos, que desde el cielo me cuidan y me acompañan en cada paso. Su amor permanece vivo en mi corazón y su recuerdo es una fuerza que me impulsa a seguir adelante con fe y gratitud.

A mi fiel compañero Carlos Troya, por su apoyo, comprensión y compañía constante durante este proceso. Gracias por estar a mi lado y por hacer más llevadero cada momento.

Hoy cierro esta etapa con profunda gratitud, dedicando este logro a todas las personas que me apoyaron, me inspiraron y creyeron en mí.

Retos y oportunidades de la Pitahaya ecuatoriana en el mercado de la República Popular China

Challenges and opportunities for Ecuadorian pitahaya in the market of the People's Republic of China

Resumen

La pitahaya ecuatoriana se ha consolidado en los últimos años como un producto de exportación no tradicional con alto potencial en los mercados internacionales, especialmente tras su ingreso al mercado de la República Popular China en 2023. Este destino representa una oportunidad estratégica debido al creciente consumo de frutas exóticas y funcionales, aunque también impone exigentes condiciones técnicas, sanitarias y logísticas. En este contexto, el estudio analiza los retos y oportunidades asociados al proceso de ingreso, posicionamiento y permanencia de la pitahaya ecuatoriana en el mercado chino. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo y un diseño descriptivo, utilizando entrevistas semiestructuradas aplicadas a exportadores ecuatorianos con experiencia en el comercio de pitahaya hacia China. El análisis de la información permitió identificar percepciones comunes sobre el desempeño exportador, el cumplimiento normativo, la logística internacional y la competitividad frente a otros países proveedores. Los resultados evidencian un crecimiento sostenido de las exportaciones de pitahaya ecuatoriana hacia China, favorecido por la entrada en vigor del acuerdo comercial bilateral que eliminó el arancel aplicado al producto. Sin embargo, los entrevistados señalaron que los costos logísticos, asociados principalmente al transporte marítimo refrigerado y a la distancia geográfica, continúan siendo uno de los principales desafíos para la rentabilidad. De igual forma, el cumplimiento de estrictos requisitos fitosanitarios y certificaciones de calidad, aunque necesarios para garantizar la inocuidad del producto, incrementa los costos operativos y limita la participación de pequeños y medianos productores.

A pesar de estas limitaciones, se identifican oportunidades relevantes para fortalecer la presencia de la pitahaya ecuatoriana en el mercado chino. La diferenciación del producto, especialmente de la pitahaya amarilla, es valorada como un atributo competitivo debido a sus características organolépticas, calidad y vida útil postcosecha.

Palabras clave

Exportaciones, Competitividad, Logística, Sostenibilidad, China

Abstract

Ecuadorian pitahaya has established itself in recent years as a non-traditional export product with high potential in international markets, especially after its entry into the People's Republic of China in 2023. This market represents a strategic opportunity due to the growing consumption of exotic and functional fruits, although it also imposes demanding technical, sanitary, and logistical requirements. In this context, the study analyzes the challenges and opportunities associated with the process of Ecuadorian pitahaya entering, positioning, and maintaining a presence in the Chinese market. The research was conducted using a qualitative approach and a descriptive design, employing semi-structured interviews with Ecuadorian exporters experienced in the pitahaya trade to China. Analysis of the data revealed common perceptions regarding export performance, regulatory compliance, international logistics, and competitiveness compared to other supplier countries. The results demonstrate sustained growth in Ecuadorian pitahaya exports to China, facilitated by the entry into force of the bilateral trade agreement that eliminated the tariff applied to the product. However, those interviewed indicated that logistical costs, primarily associated with refrigerated maritime transport and geographical distance, remain a major challenge to profitability. Similarly, compliance with strict phytosanitary requirements and quality certifications, while necessary to guarantee product safety, increases operating costs and limits the participation of small and medium-sized producers. Despite these limitations, significant opportunities have been identified to strengthen the presence of Ecuadorian pitahaya in the Chinese market. Product differentiation, especially for yellow pitahaya, is valued as a competitive advantage due to its organoleptic characteristics, quality, and post-harvest shelf life.

Keywords

Exports, Competitiveness, Logistics, Sustainability, China

1. Introducción

La pitahaya, es conocida también como fruta del dragón ha ganado espacio en el panorama exportador del Ecuador como una alternativa no tradicional con un 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, 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 asiático (Espinoza, 2024).

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).

Las ventas internacionales de frutas exóticas ecuatorianas han experimentado un incremento sostenido en años recientes, motivado por las transformaciones en los patrones de consumo y el interés creciente por alimentos saludables con valor agregado tradicional. De acuerdo con Ramírez (2024) señala que estas frutas producidas en las regiones tropicales del Ecuador poseen características distintivas que aumentan su demanda en los mercados externos la penetración de la pitahaya ecuatoriana en estos mercados afronta múltiples desafíos en materia de logística, deficiencias en la infraestructura para manejo postcosecha, requisitos de certificaciones fitosanitarias y fragilidades en los mecanismos de comercialización. Consecuentemente, es fundamental examinar los desafíos y posibilidades que determinan su capacidad competitiva en el mercado chino, a fin de detectar las restricciones existentes y formular estrategias que favorezcan su posicionamiento, aportando así a la generación de ingresos nacionales y al desarrollo de las comunidades rurales dedicadas a su producción (FAO, 2025).

El objetivo general del estudio es analizar los retos y oportunidades en el proceso de ingreso, posicionamiento y permanencia en el mercado chino que se llevará a cabo a través de tres objetivos específicos Primero se busca identificar principales retos que enfrentan los exportadores, con el fin de proponer estrategias que fortalezcan el posicionamiento, la competitividad y la sostenibilidad del producto como objetivos específicos se plantea analizar los principales desafíos que afrontan los exportadores para consolidar su competitividad en este mercado y proponer estrategias que contribuyen a fortalecer el posicionamiento del producto ecuatoriano.

1.1. Exportaciones de la Pitahaya Ecuatoriana

En los últimos años, la pitahaya ecuatoriana se ha consolidado como uno de los productos más representativos de la canasta de exportación no tradicional. Como lo señala Terán (2025) este fruto se ha posicionado como un producto estratégico para el crecimiento sostenible del sector agrícola ya que se debe principalmente a su contenido nutricional y el valor generado de la cadena productiva, así como sus propiedades organolépticas, que la hacen capaz de satisfacer la demanda de alimentos saludables.

Según la Cámara Marítima del Ecuador (2023), la exportación a China fue realizada 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 con el acuerdo del año 2024 que la fruta del dragón pudo ingresar con el arancel del 0%.

A continuación, se muestra el comportamiento de las exportaciones de esta fruta de ecuatoriana al mundo y a china.

Tabla 1

Exportaciones de pitahaya ecuatoriana al mundo y a china período 2023 - 2024

Periodo	Al mundo		China	
	toneladas	FOB miles	toneladas	FOB miles
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 1 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 USD645,96 mil, mientras que al año siguiente las ventas crecieron a 387 toneladas por un valor FOB de USD2,48 millones. Este incremento se relaciona directamente con el comienzo oficial del tratado del libre comercio, que eliminó el arancel del 20% y facilitó el acceso del producto a ese mercado. Aun así, si se compara con las exportaciones totales de pitahaya al mundo, que muestran un crecimiento sostenido en tonelada y valor, la participación de china sigue siendo relevante en el año 2021 ya se exportaban 18.950 toneladas por el mundo por un valor FOB de USD 91,7 millones de dólares mientras que en el 2024 las toneladas vendidas se ubicaron en 59.114 con un valor FOB de USD 207,04 millones de dólares.

El cultivo de pitahaya representa una fuente importante de ingresos para alrededor de 3,500 productores familiares, principalmente localizados en la Amazonía y a lo largo de la costa ecuatoriana. Esta actividad productiva impulsa la economía rural, especialmente en territorios con limitadas alternativas agrícolas. La cadena de productiva de la pitahaya genera empleo directo o indirecto en la etapa de producción, postcosecha, empaque, transporte y comercialización (FAO Ecuador, 2024).

La cadena de valor la pitahaya se inicia con la producción en fincas especializadas de manejo agronómico diferenciado por asegurar la calidad del fruto; la etapa de cosecha se realiza a través de recolección manual con los criterios de madurez fisiológica (Acosta,2024). La fase de postcosecha somete la fruta a procesos que incluye selección y clasificación por tamaño, tratamiento fitosanitario, empaquetado en contenedores con control de temperatura especializado, transporte refrigerado a puertos y gestión documental y aduanera en el país de destino (Bustamante, 2025). Además, la distribución se realiza a través de la comercialización mayorista y minorista en el país de destino.

Finalmente, Barrezueta (2022) señala que los atributos y críticos de calidad que definen el éxito de la exportación de pitahaya son la firmeza y la dulzura, medida en grados Brix.

1.2. Condiciones actuales del proceso de exportación hacia China

El proceso de exportación de pitahaya ecuatoriana hacia el mercado de la República Popular China se desarrolla en un contexto de apertura comercial reciente, caracterizado por la eliminación de barreras arancelarias y el fortalecimiento de controles fitosanitarios. Actualmente el proceso está regulado por un conjunto de condiciones técnicas, normativas y comerciales que deben ser cumplidas de manera obligatoria por los actores involucrados en la cadena exportadora (Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario, 2022).

La entrada en vigor del acuerdo comercial entre Ecuador y China ha permitido que la pitahaya ecuatoriana acceda al mercado chino con el arancel del 0%, lo que presenta una ventaja competitiva frente a otros países exportadores. Esta condición es favorable no elimina la necesidad de cumplir con exigentes requisitos no arancelarios, especialmente aquellos relacionados con la sanidad vegetal y la trazabilidad del producto (Gamboa Zhune, 2025).

Las condiciones actuales del proceso de exportación son:

- Requisitos fitosanitarios y de registro: para exportar pitahaya a China se requiere el registro de productores y centro de acopio, tanto en la Agrocalidad (Ecuador) como en la Administración General de Aduanas de China.
- Cumplimientos del protocolo fitosanitario: los requisitos vigentes desde el 2023 exigen implementar Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y mantener control de plagas, supervisión de Agrocalidad durante el embalaje y manejo postcosecha, inspección de presalida y cuarentena, con certificación obligatoria por cada embarque. En China la Administración de Aduana puede realizar inspección de entrada y tomar medidas adicionales si se detecta algún problema fitosanitario (Agrocalidad, s.f.).

1.3. Retos para la exportación de Pitahaya al mercado chino

A pesar de que Ecuador se beneficia de la eliminación de aranceles para las exportaciones de pitahaya, permanecen barreras no arancelarias significativas. Según Arboleda (2025), estas incluyen exigencias sanitarias rigurosas en el proceso de control e inspección fitosanitarias, así como la obligatoriedad de cumplir con requisitos de certificación internacional como GLOBALG.A.P. (Buenas Prácticas Agrícolas) y HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control). Además, se suman criterios de estandarización, trazabilidad, presentación y uniformidad del producto.

Los retos de exportación de pitahaya incluyen el cumplimiento de estándares de calidad ya que la fruta debe tener tamaño, color, madurez y apariencias homogéneas para cumplir con los límites de residuos químicos y condiciones de seguridad, la logística y transporte considerando tiempos de tránsito marítimo de 28–35 días. Según Chávez (2024), es fundamental mantener la fruta en condiciones óptimas durante todo el transporte para evitar pérdidas, además de los accesos financieros, certificaciones, embalaje, transporte y seguros ya que puede presentarse retrasos o devoluciones. Según Mella et al. (2021), la falta de estrategia comercial, marketing y posicionamiento de la marca reduce la capacidad de negociación con compradores y la fidelización en el mercado. Además, la producción de volúmenes insuficientes para satisfacer la demanda constante limita la posibilidad del contrato a largo plazo y crecimiento en el mercado.

En el mercado chino, Ecuador también compite con proveedores asiáticos ya que representan ventajas geográficas. Entre ellos, se encuentra Vietnam, con menores costos logísticos debido a la proximidad a China, mayor capacidad de producción y más infraestructuras de exportación desarrolladas. Tailandia también es un competidor relevante con su pitahaya roja ya que ha logrado su posicionamiento favorable, variedad que queda evidenciada a una mayor aceptación de los consumidores chinos con su presencia (Tobar Cazares & Usiña Vásconez, 2025). En la siguiente tabla podemos encontrar cómo se posiciona Ecuador con respecto a otros países de exportaciones.

Tabla 2

Países exportadores de pitahaya en el mundo

Posición	País	Valor De Exportación (USD)	Participación Global
1	Vietnam	600M USD	85%
2	China	221 M USD	5%
3	Tailandia	200 M USD	4.5%
4	Ecuador	172 M USD	3.2%

Nota. Elaboración propia a partir de la base de datos de (Tradelmex, 2025).

Ecuador ubicado en la cuarta posición a nivel mundial en valor de exportación de pitahaya con aproximadamente USD 172 millones en exportaciones lo que representa alrededor de 3.2% del mercado global (TRADELMEX, 2025)

1.4. Oportunidades comerciales en el mercado chino

El mercado chino presenta oportunidades gracias al aumento constante en el consumo de frutas exóticas y funcionales. El incremento en los ingresos disponibles de la clase media, la urbanización acelerada y las tendencias de alimentación saludable son algunos de los factores que impulsan la demanda de productos diferenciados por el alto valor nutricional como la pitahaya (Naciones Unidas Ecuador, 2024). Entre sus atributos la pitahaya ecuatoriana se destaca por un sabor más dulce y refinado con mayores grados brix, una firme textura y una vida postcosecha más larga de 30 días bajo condiciones óptimas de refrigeración, adicional el mercado Chino la pitahaya ecuatoriana se percibe como un producto Premium lo que obtiene precio más elevado, en comparación con la pitahaya de origen asiático (Pazmiño Márquez, 2025).

La eliminación de los aranceles de importación de la pitahaya ecuatoriana en China otorga a Ecuador una ventaja competitiva frente a otros países exportadores como Paraguay, que también participan en este mercado bajo estructuras arancelarias más restrictivas junto con la ventaja arancelaria que se combina con el reconocimiento del mercado al producto ecuatoriano, estos factores garantizan el posicionamiento en el mercado de la pitahaya ecuatoriana (Paguay, 2025).

Según PROECUADOR (2023), la creciente demanda del mercado chino por frutas exóticas y productos saludables constituye una oportunidad comercial relevante para la pitahaya ecuatoriana, debido a sus atributos nutricionales, su carácter de producto no tradicional y su potencial de posicionamiento en segmentos de alto valor.

La pitahaya ecuatoriana es parte de las cadenas de valor priorizadas en la iniciativa “Mano a Mano” de la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura), lo que demuestra su potencial para el desarrollo de la agricultura y la economía rural sostenible, así como la diversificación productiva del Ecuador (FAO Ecuador, 2024). Asimismo, la incorporación de leguminosas tanto arbóreas como de cobertura, se plantea como una estrategia válida que optimiza la productividad y garantiza una producción de pitahaya más amigable con el medio ambiente y económicamente rentable.

2. Materiales y método

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo que se utilizó para el cumplimiento de la herramienta de investigación (entrevista) dirigida a profesionales en el área de exportación debido a que se orientó a comprender la profundidad las percepciones y experiencias de conocimientos de los actores involucrados en el proceso de exportación de pitahaya ecuatoriana hacia el mercado chino. Este enfoque permitió analizar el fenómeno desde la perspectiva de los participantes interpretando sus opiniones y vivencias en su contexto real. El diseño descriptivo permitió comprender los desafíos y oportunidades que enfrentan los exportadores, sin la intención de establecer relaciones causales.

Se llevó a cabo entrevistas a 3 exportadores ecuatorianos quienes cumplieron con los siguientes criterios, contar con al menos de dos años de experiencia en la exportación de pitahaya, mantener operaciones de exportación durante el periodo del 2023 al 2025, manifestar su disposición voluntaria para participar en el estudio. La selección de los participantes se realizó mediante un muestro no probabilístico por juicio, dado a que fueron escogidos deliberadamente por cumplir con características específicas y relevante para los objetivos de la investigación permitiendo obtener la información sobre el proceso exportador de la pitahaya ecuatoriana.

Para la recolección de datos se utilizaron entrevistas semiestructuradas como instrumento principal, el guión de la entrevista se basó en diez preguntas, se llevaron a cabo de manera virtual, todas las entrevistas fueron grabadas con el consentimiento previo de los participantes, finalmente es importante señalar que el análisis de datos se ciñó a un proceso sistemático de análisis de contenido, siguiendo como primer paso la transcripción íntegra de las grabaciones de audio, interpretando los resultados del marco permitiendo contextualizar los hallazgos y relacionarlos con estudios garantizando con la validez y confiabilidad de los resultados obtenidos.

3.1. Resultados

Las entrevistas aplicadas a los exportadores de pitahaya ecuatoriana permitieron comprender en profundidad las opiniones de los participantes y los resultados construidos a partir de ellas, así como identificar los principales retos y oportunidades del sector.

En la tabla 3 se presentan la función de los entrevistados, su nivel de instrucción tiempo de experiencia en la exportación, información que permite apreciar la extensión y validez de los aportes de los informante respecto al mercado de la República Popular China.

Tabla 3

Perfil de los entrevistados

Aspecto	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3
Cargo	Gerente General	Director Comercial	Coordinador de Exportaciones
Años de experiencia en exportación	8 años	5 años	6 años
Años exportando a China	3 años	2 años	3 años
Tipo de empresa	Exportadora directa	Comercializadora internacional	Exportadora y productora
Actividades principales	Acopio, procesamiento, empaque y exportación de pitahaya	Comercialización y exportación de frutas exóticas	Producción, procesamiento y exportación de pitahaya
Volumen anual exportado (TM)	850	420	630
Principales destinos de exportación	China, Estados Unidos, Hong Kong, Países Bajos	China, Singapur, Emiratos Árabes Unidos	China, Estados Unidos, Canadá
Certificaciones	GLOBALG.A.P., HACCP, BRC	GLOBALG.A.P., HACCP	GLOBALG.A.P., Orgánico
Ubicación de operaciones	Guayaquil, Ecuador	Guayaquil, Ecuador	Guayaquil, Ecuador

Nota. Elaboración propia, 2026

A continuación, se presenta en la tabla 4 las respuestas de las entrevistas a los exportadores de pitahaya ecuatoriana al mercado chino:

Tabla 4

Resultados de las entrevistas realizadas a exportadores de Pitahaya

1. Desde su experiencia, ¿cómo evalúa actualmente el proceso de exportación de pitahaya hacia China en términos de volúmenes exportados, costos logísticos y tiempos de envío?	
Entrevistado 1	Los volúmenes han crecido significativamente desde 2022. Sin embargo, los costos logísticos se han incrementado en un 25% en los últimos dos años. El tiempo de tránsito marítimo es de 28-35 días, lo cual es aceptable si se mantiene la cadena de frío los costos logísticos son altos sobre todo el manejo en frío.
Entrevistado 2	El proceso ha mejorado, pero sigue siendo costoso. Exportamos aproximadamente 35 toneladas mensuales a China. Los fletes marítimos han subido considerablemente y el transporte aéreo solo es viable para pedidos urgentes de alto valor, pero si embargo en el transporte aéreo la mercadería no siempre llega en buen estado.
Entrevistado 3	Evaluamos el proceso de exportación como positivo en términos de volumen, ya que en los últimos tres años han logrado duplicar sus exportaciones sin embargo los costos logísticos representan aproximadamente el 40% su exportación del precio final, lo cual afecta la competitividad frente a Vietnam ya que geográficamente Vietnam está más cerca de china y lo que reduce los costos de transporte marítimo y los tiempos de tránsito en cambio Ecuador si los costos son más altos por la distancia y también el frío lo que encarece por el precio final
Análisis	El proceso de exportación de pitahaya hacia China presenta un gran desempeño positivo de volúmenes ya que se ha evidenciado su crecimiento en costos logísticos y especialmente en transporte refrigerado.

2. ¿Cuáles son los principales requisitos sanitarios, fitosanitarios y de calidad que se debe cumplir para exportar pitahaya al mercado chino?	
Entrevistado 1	China exige el sistema de certificación internacional de buenas prácticas agrícolas, tratamiento en frío obligatorio, trazabilidad desde finca como los centros de acopio y empacadoras deben estar previamente registradas y autorizadas por la agrocalidad, y límites estrictos de residuos de plaguicidas. Cualquier incumplimiento significa rechazo del contenedor."
Entrevistado 2	Los requisitos para exportar son muy exigentes: Estar autorizados ante AGROCALIDAD, monitoreo de plagas cuarentenarias, certificado fitosanitario, tratamiento de frío durante el transporte, y etiquetado en chino mandarín. Ya que la fruta tiene que estar inspeccionada antes de enviar y ellos deben ver que cumplimos con todos los requisitos
Entrevistado 3	Cumplimos con sistema de certificación internacional de buenas prácticas agrícolas y sistema de seguridad alimenticia, protocolo fitosanitario Ecuador-China, tratamiento hidrotérmico o de frío, ausencia de plagas como mosca de la fruta, y documentación completa de trazabilidad desde el campo hasta el puerto de destino si no tenemos todos estos requisitos estamos que nuestro producto sea rechazado por el puerto de destino
Análisis	Los cumplimientos rigurosos de los requisitos sanitarios y fitosanitarios con la calidad de Ecuador a china las certificaciones obligatorias ya que deben ser desde las fincas y empacadoras ante la calidad del producto ya que si no cumplen pueden ocasionar el rechazo del producto en el puerto de destino

3. ¿Cómo evalúa el desempeño de la logística internacional, incluyendo tiempos de tránsito y costos en el proceso de exportación hacia China?	
Entrevistado 1	La logística es el cuello de botella principal. Los tiempos de tránsito marítimo son de 28-35 días dependiendo del puerto de destino. El costo del flete ha aumentado y la falta de frecuencias directas nos obliga a transbordos que incrementan riesgos ya que no saben cómo va a llegar el producto al destino
Entrevistado 2	El desempeño logístico es aceptable pero costoso. Utilizamos principalmente la ruta marítima por Shanghái. El problema principal es mantener la temperatura constante durante todo el trayecto, cualquier variación afecta la calidad, ya que si la calidad llegase al destino final en malas condiciones estamos invictos de que el producto lo devuelvan.
Entrevistado 3	La logística internacional ha mejorado, pero sigue siendo cara. Los tiempos de tránsito son competitivos, el problema es el costo. El flete representa aproximadamente USD 4,500-5,000 por contenedor de 40 pies refrigerado
Análisis	Los entrevistados coinciden en la logística internacional si bien dicen que los tiempos de tránsito marítimo oscilan entre los 28 y 35 días ya que por vía aérea el incremento del frío pueden ocasionar pérdidas y reducen la eficiencia de la exportación.

4. Desde su experiencia, ¿qué dificultades normativas, arancelarias o administrativas ha enfrentado para ingresar y mantenerse en el mercado chino?	
Entrevistado 1	La principal dificultad es la burocracia en los trámites de certificación. El proceso de registro de nuevas fincas ante las autoridades chinas puede tomar hasta 6 meses. Los cambios en regulaciones no siempre se comunican con anticipación
Entrevistado 2	Hemos enfrentado demoras en inspecciones portuarias, requisitos de documentación que cambian sin previo aviso, y la necesidad de tener un agente de aduanas especializado en China que conoce el sistema.
Entrevistado 3	Las barreras arancelarias se han reducido gracias al acuerdo comercial, pero las barreras no arancelarias son significativas. Los procedimientos de cuarentena pueden demorar la liberación de mercancía hasta 5-7 días adicionales
Análisis	Ellos se identifican por las principales causas para ingresar y poder mantenerse con las barreras administrativa ya que no arancelan ya que están expuestos a si cambio de documentación o certificaciones.

5. ¿En qué medida los costos de producción, certificaciones y transporte afectan la rentabilidad y sostenibilidad de las exportaciones hacia China?	
Entrevistado 1	Los costos de producción también son considerables por las implementaciones de nuestras buenas prácticas agrícolas a totales representan aproximadamente el 65% del precio de venta. Las certificaciones cuestan entre USD 3,000-5,000 anuales. El transporte es el rubro más alto. La rentabilidad es aceptable solo por el precio Premium que pagamos.
Entrevistado 2	El transporte refrigerado eleva los gastos. La exportación solo resulta más rentable porque china paga precios superiores a otros mercados, pero esto afecta directamente los márgenes de ganancia.
Entrevistado 3	El transporte es los que afecta más la rentabilidad el flete marítimo el uso de los contenedores refrigerados la rentabilidad está presionada producir pitahaya certificada cuesta USD 8-10 por kilo, más USD 3-4 de logística. Vendemos a USD 18-22 por kilo en China. El margen es del 25-30%, menor que hace dos años
Análisis	Los entrevistados coinciden en que los costos de producción y certificaciones y transporte afectan significativamente la rentabilidad de la pitahaya exportada a china.

6. Desde su perspectiva, en comparación con otros países exportadores de pitahaya, ¿qué factores considera que limitan la competitividad de la pitahaya ecuatoriana en el mercado chino?	
Entrevistado 1	La distancia geográfica es nuestra principal desventaja frente a Vietnam y Tailandia. Ellos tienen costos logísticos mucho menor. Además, su volumen de producción les permite economías de escala que nosotros no tenemos.
Entrevistado 2	Vietnam exporta pitahaya roja a menor precio y en mayores volúmenes. Nuestra ventaja es la calidad superior de la variedad amarilla, pero competimos en desventaja por los costos de transporte y la distancia
Entrevistado 3	Los factores limitantes son: costos logísticos elevados, menor volumen de producción comparado con Asia, fragmentación del sector productivo ecuatoriano, y falta de promoción coordinada de marca país."
Análisis	se considera que los costos logísticos elevados representan la principal desventaja frente a Vietnam y Tailandia, aunque Ecuador mantiene una ventaja en términos de calidad, la fragmentación del sector productivo y la escasa promoción coordinada de la marca país que su capacidad para competir de manera sostenida en el mercado chino

7. Desde su experiencia, ¿qué atributos de la pitahaya ecuatoriana considera que representan una oportunidad para diferenciarse y posicionarse en el mercado chino?	
Entrevistado 1	La pitahaya amarilla ecuatoriana tiene mayor dulzura, entre 18-22 grados Brix versus 12-15 de la roja asiática. La vida postcosecha es de hasta 30 días. En China se considera producto de lujo, se regala en ocasiones especiales.
Entrevistado 2	Nuestros atributos diferenciadores son: sabor superior, textura firme, mayor vida útil, producción en zonas con condiciones climáticas únicas, y la percepción de Ecuador como origen de productos naturales de alta calidad
Entrevistado 3	La oportunidad está en posicionarnos como producto Premium. La pitahaya amarilla ecuatoriana tiene características únicas que el consumidor chino de alto poder adquisitivo valora y está dispuesto a pagar
Análisis	Ecuador se destaca por el mayor nivel de dulzura superior a otros países, nuestra pitahaya es imagen productora de alimentos de alta calidad que permiten una estrategia de diferenciación Ecuador se destaca por presentar un nivel más alto de dulzura superior al de otros países su pitahaya constituya un producto de alta calidad lo que permite implementar una estrategia de diferenciación en el mercado

8. ¿Qué tipo de estrategias comerciales, logísticas o de promoción internacional podrían fortalecer la presencia de la pitahaya ecuatoriana en el mercado chino?	
Entrevistado 1	Necesitamos una estrategia de marca país coordinada, participación en ferias especializadas como CIIE en Shanghái, alianzas con distribuidores locales, y presencia en plataformas de e-commerce como JD.com y Tmall.
Entrevistado 2	Las estrategias clave serían: consolidar envíos entre exportadores para reducir costos, desarrollar relaciones directas con cadenas de supermercados Premium, y utilizar marketing digital dirigido al consumidor chino.
Entrevistado 3	Propongo: inversión en cadena de frío, promoción en redes sociales chinas como WeChat y Douyin, certificación orgánica para segmentos Premium, y desarrollo de presentaciones y empaques adaptados al mercado chino.



Análisis	La importancia en ferias internacionales especializadas y el establecimiento de alianzas con distribuidores locales y cadena Premium también el uso de plataformas de comercio electrónico y redes sociales chinas.
----------	---

9. ¿Qué mejoras considera prioritarias dentro de la cadena productiva y exportadora para garantizar la permanencia de la pitahaya ecuatoriana en China a largo plazo?	
Entrevistado 1	Las mejoras prioritarias son: tecnificación de fincas productoras, centros de acopio con infraestructura de frío en zonas productoras, estandarización de calidad entre todos los exportadores, y sistemas de trazabilidad digital."
Entrevistado 2	Debemos mejorar: capacitación a productores en buenas prácticas, acceso a financiamiento para tecnología, coordinación gremial para negociar mejores condiciones de flete, y diversificación de presentaciones del producto
Entrevistado 3	Considero prioritario: fortalecer la integración vertical de la cadena, invertir en investigación para extender vida postcosecha, desarrollar variedades adaptadas, y crear un consorcio exportador para ganar poder de negociación
Análisis	Resulta fundamental potenciar la formación de los productos y facilitar el acceso a recursos dada que la inversión en la logística de refrigeración podría mejorar la competitividad y asegurar la sostenibilidad de las exportaciones a largo plazo capacitación de productores ya que destacan las fincas la inversión en infraestructura de la cadena de frío se incrementaría la competitividad y sostenibilidad de las exportaciones a largo plazo.

10. Desde su perspectiva, ¿qué tipo de apoyo institucional, acuerdos comerciales o mejoras logísticas serían clave para fortalecer la sostenibilidad de las exportaciones de pitahaya hacia China?	
Entrevistado 1	El gobierno debería: facilitar créditos blandos para inversión en tecnología, negociar frecuencias de vuelos cargueros directos a China, fortalecer la promoción comercial a través de ProEcuador, y simplificar trámites de certificación
Entrevistado 2	Necesitamos: apoyo para participar en ferias internacionales, acuerdos para reducir costos de inspección en destino, programas de capacitación en requisitos del mercado chino, y mejora de infraestructura portuaria.
Entrevistado 3	El apoyo clave sería: subsidios a certificaciones para pequeños productores, negociación de rutas marítimas más eficientes, creación de una marca país para pitahaya, y establecimiento de agregadurías comerciales especializadas en China
Análisis	Los entrevistados coinciden en que la sostenibilidad de las exportaciones de pitahaya a china depende del apoyo institucional, acuerdos comerciales favorables y mejorar logísticas que destaquen la necesidad del financiamiento para certificaciones rutas y transporte eficientes.

Para el cumplimiento del objetivo específico 1: *Identificar las condiciones actuales de exportación de la pitahaya ecuatoriana a la República Popular de China*, las personas entrevistadas coinciden en que los volúmenes de exportaciones han presentado un crecimiento sostenido en los últimos años, consolidando a china como un mercado estratégico la pitahaya ecuatoriana a tenido un desempeño positivo que se ve acompañado de altos costos logísticos, principalmente asociados al transporte marítimo refrigerado y al mantenimiento de la cadena de frío, las cuales representan el precio final ya que los tiempos marítimos oscilan entre los 28 y 35 son aceptables siempre que se garantiza la estabilidad de la temperatura.

Tabla 5

Presenta la evolución de las exportaciones de pitahaya ecuatoriana hacia el mercado chino durante el periodo del 2023 – 2024.

Año	Volumen exportado a China	Valor FOB (USD)
2023	85 toneladas métricas de pitahaya enviadas específicamente a China	USD 646,960 mil
2024	387 toneladas exportadas a China	USD 1,98 millones

Nota. Exportaciones de Pitahaya, periodo 2023 – 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. Este primer envío valorado en 646 mil dólares permitió aprobar la acogida del producto en el mercado que combina volumen con exigencia en especial su dulce y su buena conservación. Según el Banco Central del Ecuador ese año marco el comienzo de una ruta comercial que, si bien empezó con cautela, abrió posibilidades reales de crecimiento en una de las economías más grandes en el mundo.

En 2024 cambio significativamente ya que las exportaciones subieron a 387 toneladas y el valor FOB fue de 1,98 millones de dólares esto estuvo directamente relacionado con la entrada en vigor del tratado de libre comercio ya que eliminó los aranceles de importación y mejoró las condiciones de acceso. China dejó de ser solo un destino potencial y paso a convertirse en un actor relevante dentro del circuito comercial de la pitahaya ecuatoriana.

A lo largo de este periodo, el desarrollo de exportaciones de esta fruta dirigida a China evidenció más que un simple crecimiento comercial mostró capacidad del sector para adaptarse a nuevas reglas, exigencias técnicas dinámicas de mercado.

Para el cumplimiento del objetivo específico 2: *Determinar los principales retos que enfrenta los exportadores ecuatorianos de pitahaya para consolidar su presencia en el mercado chino.* Se ha identificado que los desafíos abarcan aspectos fitosanitarios, productivos, logísticos y comerciales entre los retos fitosanitarios más se encuentran las plagas y enfermedades cuarentenarias que exigen la implementación estricta de controles sanitarios constante desde el cultivo hasta los centros de acopio, mientras que la exigencia de estándares de calidad obliga a mantener procesos rigurosos de postcosecha clasificación y embalaje, esto desafíos son clave para fortalecer la competitividad del producto y garantizar la sostenibilidad de las exportaciones y la consolidación de Ecuador como proveedor confiable en un mercado exigente y en crecimiento.

Estos resultados nos dan a entender como los exportadores ecuatorianos de pitahaya enfrentan los retos para consolidar su presencia en el mercado chino. Entre las principales dificultades se identifican los altos costos de producción y certificación, que incrementan la estructura de costos y reducen los márgenes de rentabilidad, así como el aumento de los costos del transporte internacional, que en algunos casos representan hasta el 40% del precio final de exportación. A ello se suman las barreras administrativas y no arancelarias, como la burocracia en los procesos de registro de fincas, los cambios frecuentes en los requisitos documentales y las demoras en las inspecciones portuarios en China.

Para el cumplimiento del objetivo específico 3: *Proponer estrategias para fortalecer la entrada, posicionamiento y permanencia de la pitahaya ecuatoriana en el mercado de la República Popular de China.* A continuación, se detallan la propuesta:

- Participar en ferias y canales de promoción que se desarrollen en China, donde la pitahaya ecuatoriana puede presentarse directamente ante los principales actores del comercio agroalimentario. Eventos como la China internacional Import Expo que se realiza cada noviembre en Shangai y la Fruit & vegetable Fair, celebran en mayo en Pekín y ofrece 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 que permite no solo visibilizar la fruta.
- Mejoras en los puertos de salida implementar sistemas de gestión de carga más ágiles para reducir los tiempos de embarques, digitalizar los procesos aduaneros y el control fitosanitario para disminuir retrasos, crear zonas exclusivas de inspección y almacenamientos de productos perecederos y optimizando el flujo de exportación.
- Incrementar eficiencias operativas establecer rutas logísticas optimizadas desde los centros de acopio hasta los puertos reduciendo tiempos y costo de transporte, capacitar al personal en manejo de fruta de estándares internacionales de exportación, un sistema digital que permitirá monitorear el producto en tiempo real durante todo el proceso logístico.
- Fortalecer la cadena de frío instalar cámaras y contenedores refrigerados en puntos críticos de almacenamientos y transporte, monitorear la temperatura y humedad para garantizar vida útil de la pitahaya, tener certificaciones de calidad y estrategia de diferenciación como la ISO 22000 que respalda la inocuidad y calidad del producto promover el sello de origen – Pitahaya Ecuatoriana – como distintivo de calidad en el mercado.

3.2 Discusión

Los resultados derivados de las entrevistas aplicadas a profesionales vinculados al proceso de exportación de pitahaya ecuatoriana permiten evidenciar que el acceso al mercado chino ha registrado un crecimiento sostenido, reflejado en el incremento de los volúmenes exportados y en una mayor regularidad de los envíos comerciales. Este comportamiento confirma la consolidación progresiva de la pitahaya dentro de la oferta exportable del país y guarda coherencia con lo señalado por Cevallos Marcillo (2022), quienes destacan que este producto se ha posicionado como uno de los principales bienes de exportación no tradicional, impulsado por la apertura de nuevos mercados y el creciente interés de economías extranjeras por frutas exóticas de alto valor.

En cuanto a los requisitos sanitarios exigidos para la exportación de pitahaya, los entrevistados coincidieron en que el cumplimiento de decretos, normativas y protocolos fitosanitarios constituye un elemento clave para el ingreso y la permanencia del producto en el mercado chino. Este hallazgo es consistente con lo expuesto por Martínez (2025), quien señala que la exportación de pitahaya hacia dicho mercado requiere el cumplimiento de certificaciones y validaciones internacionales orientadas a garantizar la inocuidad y calidad del producto. No obstante, aunque estas regulaciones tienen como objetivo asegurar la comercialización bajo estándares internacionales, los exportadores perciben estos requerimientos como una barrera operativa, principalmente debido a los elevados costos asociados a los procesos de certificación y tramitación.

Otro resultado, se relaciona con el desempeño de la logística internacional, identificado por parte de los entrevistados como el principal componente del proceso de exportación. Son los tiempos de tránsito marítimos, que oscilan entre 28 y 35 días dependiendo del destino en este caso para el país chino, son considerados aceptables; sin embargo, los costos elevados y la necesidad de transbordos incrementan los riesgos de pérdida de calidad del producto. En línea con los análisis realizados por Zambrano Franco (2024), autores que evidencian que países como Vietnam poseen ventajas logísticas significativas debido a su cercanía geográfica con China y verifican que los tiempos de exportación de sus productos se ejecuten de forma adecuado y correcta, lo que les permite reducir costos y mejorar su competitividad frente a nuestro país.

Finalmente, los resultados destacan que los costos de producción, certificaciones y transporte afectan directamente la rentabilidad y sostenibilidad de las exportaciones. En este sentido Guerrero (2023), señalan que, si bien el mercado chino ofrece precios de carácter *premium*, los márgenes de ganancia se han visto reducidos en los últimos años debido al incremento de los costos logísticos. Frente a este escenario, los entrevistados identifican una oportunidad estratégica en la diferenciación del producto, sustentada en la calidad superior de la pitahaya ecuatoriana, lo cual refuerza el potencial del posicionamiento premium como una estrategia clave para fortalecer la competitividad y sostenibilidad del producto en mercados altamente exigentes como el china.

4. Conclusión

El presente trabajo de investigación se centró en verificar los retos y oportunidades de la pitahaya ecuatoriana y logró evidenciar que este producto ha comenzado a ingresar y posicionarse de manera creciente en el mercado chino, cumpliendo con los requisitos fitosanitarios de trazabilidad y manejo de postcosecha que garantizan la calidad del producto. La implementación del protocolo bilateral, junto con los registros de certificaciones de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), ha permitido que los exportadores ecuatorianos cumplan con los estándares exigidos por China, reflejando un avance significativo en el profesionalismo de la cadena exportadora.

Los objetivos del estudio indican que, si bien existen desafíos para penetrar, posicionar y asegurar la pitahaya ecuatoriana en el mercado de la República Popular China, estos pueden abordarse de manera efectiva mejorando el cumplimiento regulatorio, optimizando los procesos logísticos e implementando estrategias comerciales dirigidas a la consolidación de productos. En este contexto, mejorar las condiciones actuales de exportación, especialmente en lo que respecta a la trazabilidad, la certificación de calidad y la gestión de la cadena de frío, se considera crucial para reducir los riesgos operativos y garantizar la competitividad de los productos. Los resultados también muestran que aplicar estrategias como participar en ferias internacionales, desarrollar canales de promoción especializados y modernizar los puertos de origen con un sistema de gestión de carga más flexible contribuye significativamente a fortalecer la presencia de la pitahaya ecuatoriana en el mercado chino, contribuyendo al desarrollo sostenible y a las perspectivas de largo plazo.

La diferenciación de la pitahaya ecuatoriana frente a otros proveedores como Vietnam radica en la calidad del producto más que en el volumen de exportación. Ecuador destacada por fruta con mejor firmeza, sabor y presentación lo que da ventaja en nichos de mercado Premium mientras que Vietnam domina el mercado por capacidad de producción y consistencia en grandes volúmenes, aunque con un menor énfasis en diferenciación por calidad.

La posibilidad de que la pitahaya ecuatoriana se consolide en el mercado 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 y 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 GAP y abrir nuevas oportunidades en otros destinos y finalmente sugiere impulsar alianzas directa con cadenas de distribución que permiten 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.

Referencias bibliográficas

- Acosta Luzardo, D. (2024). Análisis del acuerdo comercial con china en las exportaciones. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Obtenido de <https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/5642/1/ULEAM-COM-0101.pdf>
- Arboleda, (2025). *Arancel de la pitahaya ecuatoriana y Competitividad y características de la pitahaya ecuatoriana en el mercado internacional*. <https://doi.org/10.56519/8fpx8f15>
- Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario. (2022). Ecuador inicia exportaciones de pitahaya a China. Agrocalidad. Obtenido de <https://www.agrocalidad.gob.ec/ecuador-inicia-exportaciones-de-pitahaya-a-china/>
- Banco Central del Ecuador. (2025, 18 de julio). *El ciclo económico y el sistema de indicadores compuestos económicos*. [Estadísticas Económicas - Banco Central del Ecuador](https://estadisticas.bce.fin.ec/documentos/informacioneconomica/SectorExterno/ix_ComercioExterior.html#)
- BCE. (2025). Estadísticas del sector externo. Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/documentos/informacioneconomica/SectorExterno/ix_ComercioExterior.html#
- Barrezueta, R. (2022). actores críticos de la gestión de la calidad de la pitahaya ecuatoriana de exportación: Estudio de caso Ecuador Divine-El Okaso S.A. Dominios de la Ciencia, 573–615. <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i3>
- Bustamante (2025). Propuesta de un modelo de estrategia de exportación para productos similares de la región basado en los factores de éxito del caso Pitahaya, desde Palora-Ecuador. Universidad Nacional de La Plata. Obtenido de https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/177826/Documento_completo.pdfPDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Espinoza, E. (2024, 23 de abril). *Los 10 principales destinos de la pitahaya ecuatoriana*. Forbes Ecuador <https://www.forbes.com.ec/rankings/los-10-principales-destinos-pitahaya-ecuatoriana-n51537>
- Chávez Chavarría, I. (2024).). frutas en condiciones óptimas y Análisis de la producción de pitahaya en el cantón Palora y oportunidades de exportación. Universidad Politecnica Salesiana. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/27559/1/UPS-GT005040.pdf>
- Cámara Marítima del Ecuador. (2023, 10 de abril). *Pitahaya se exportará a China desde el 10 de abril*. <https://www.camae.org/pitahaya/pitahaya-se-exportara-a-china-desde-el-10-de-abril/>
- Cevallos Marcillo, E. (2022). Análisis de la producción y productividad del cultivo de pitahaya orgánica (*Hylocereus undatus*) en Santo Domingo y Portoviejo [Tesis de pregrado. Repositorio ULEAM. Obtenido de <https://repositorio.uleam.edu.ec/handle/123456789/5152>
- FAO Ecuador. (2024). Mano de la mano y las posibilidades de fortalecimiento en las cadenas priorizadas de cacao, café, aguacate, pitahaya, plátano y guanábana. FAO. [Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura: Ecuador presentó propuesta de desarrollo sostenible de cadenas de valor agrícolas en el Foro Mano de la Mano de la FAO | FAO en Ecuador | Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture](https://www.fao.org/home/es)
- FAO Ecuador (2025). Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura *requisitos fitosanitarios y certificaciones para la exportación de frutas frescas*. FAO <https://www.fao.org/home/es>
- Gamboa Zhune, D. (2025). Beneficios del tratado de Libre Comercio entre Ecuador y China: Un enfoque estratégico. Universidad Politecnica Salesiana. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/30328/1/UPS-GT006325.pdf>

- Guerrero, C., & Amelia, C. (2023). *Título del documento* [Tesis o trabajo académico, Universidad Internacional SEK Ecuador]. Repositorio Institucional.
<https://repositorio.uisek.edu.ec/handle/123456789/5145>
- Martínez-Romero, D., Serrano, M., Valero, D., & Guillén, F. (2025). Yellow pitahaya (*Selenicereus megalanthus* Haw.): Composition, postharvest handling and industrialization. *Foods*, 202.
<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/17653980/>
- Mella, R., Gilces Zambrano, F., Vélez, A., & Morales, K. (2021). El proceso de producción y distribución de la pitahaya en Manabí para su exportación directa. *Brazilian Journal of Business*, 3330–3344.
<https://doi.org/10.34140/bjbv3n4-037>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería y Pesca del Ecuador. (2023). Pitahaya entre las cadenas agro productivas priorizadas en la Iniciativa Mano de la Mano. MAGP.
<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/53551/1/T-111633%20GARCIA%20GARCIA.pdf>
- Naciones Unidas Ecuador. (2024). Pitahaya amarilla, símbolo de una transformación sostenible en la Amazonía. Naciones Unidas en Ecuador. Obtenido de <https://ecuador.un.org/es/274255pitahaya-amarilla-s%C3%ADmbolo-de-una-transformaci%C3%B3n-sostenible-en-laamazon%C3%ADa>
- Paguay, J. (2025). Análisis de la exportación de pitahaya ecuatoriana hacia el mercado internacional. UPS. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/31524/1/UPS-GT006758.pdf>
- Pazmiño Márquez, K. (2025). Contexto general de las pitahayas cultivadas en el Ecuador y su inserción en mercados internacionales. Universidad Técnica de Ambato.
<https://prensa.ec/portada/elcultivo-de-pitahaya-en-ecuador-un-exito-que-crece-con-apoyo-internacional/>
- PROEcuador. (2023, abril 27). *Pitahaya de Ecuador ingresa a China con gran entusiasmo y aceptación*. PROEcuador. <https://www.proecuador.gob.ec/pitahaya-de-ecuador-ingresa-achina-con-gran-entusiasmo-y-aceptacion/>
- Tobar Cazares, A., & Usiña Vásquez, J. (2025). Análisis comparativo de la evolución de las exportaciones de pitahaya entre Ecuador y Vietnam en el período 2013–2023. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*. Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/20702>
- Terán, P. (2025, 16 de octubre). Las exportaciones de frutas tropicales ecuatorianas crecieron 38% en 2025. Ecuador Chequea. <https://ecuadorchequea.com/las-exportaciones-de-frutas-tropicales-ecuatorianas-crecieron-38-en-2025/>
- Zambrano Franco, J. (2024). Análisis del TLC de Ecuador con China en el sector acuícola. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Obtenido de <https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/5697/1/ULEAM-COM-0156.pdf>

